



HTW Chur

Institut für
Tourismus und Freizeit

Jahresbericht 2015

Institut für Tourismus und Freizeit ITF



Entwicklung und Management von Destinationen und touristischen Infrastrukturen, eTourism, Sport und Freizeit, Nachhaltigkeit

Unser Partner:



**Graubündner
Kantonalbank**

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Porträt	6
Institut für Tourismus und Freizeit ITF	6
Departement Lebensraum	6
Organisation	7
Team ITF	9
Lehre	12
BSc in Tourism	12
MSc in Business Administration, Major Tourism	24
Koordiniertes Übertrittsverfahren – KÜV	27
Sport Management	27
SUES	28
Weiterbildung	30
Academy of Hotel Excellence: MAS- und CAS-Studiengang	31
CAS Outdoorsport Management auf dem Grat zwischen Tourismus- und Ökologieinteressen	31
Angewandte Forschung und Entwicklung	33
Forschungsschwerpunkt	33
Forschungsprojekte	34
Referenzprojekte	40
Wissenstransfer	45
Tourismus Trendforum	45
Publikationen	46
ITF in den Medien	48
Kontakt	50

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Der vierfache Leistungsauftrag der Fachhochschulen gemäss Vorgaben des Bundes	6
Abbildung 2: Organisation Institut für Tourismus und Freizeit ITF	7
Abbildung 3: Fachbeirat ITF	8
Abbildung 4: Entwicklung der Bachelor-Studierendenzahlen	13
Abbildung 5: Majors- & Minors-System	14
Abbildung 6: Dozierende und wissenschaftliche Mitarbeitende mit Lehreinsatz	18
Abbildung 7: Übersicht Lehrbeauftragte	19
Abbildung 8: Flyer Ausstellung «Bamyan meets St. Moritz».....	20
Abbildung 9: DSS-Veranstaltungen Herbstsemester 2015	21
Abbildung 10: Austauschstudierende	22
Abbildung 11: Stadtrundfahrt «White Nights» in St. Petersburg.....	22
Abbildung 12: Arbeitsvorbereitung in Stockholm.....	22
Abbildung 13: Aufstellung Study Weeks Abroad.....	23
Abbildung 14: Studierendenzahlen MSc in Business Administration, Major Tourism	24
Abbildung 15: Master-Studierende beim Raften während der Kick-off-Veranstaltung 2015	24
Abbildung 16: Master-Studierende probieren eine Klanginstallation in winterlichen Konditionen aus	26
Abbildung 17: «Sport-Management»-Studierende: Studienstart als Statisten bei Weltklasse Zürich	27
Abbildung 18: Feierliche Eröffnung des Studiengangs International Business – Tourism and Business Management 国际商务 - 旅游及商务管理 am 20. Mai in Shanghai	28
Abbildung 19: SUES Dozierenden-Weiterbildung an der HTW Chur im April 2015	29
Abbildung 20: Willkommensfahnen auf dem Campus der SUES anlässlich der Eröffnungszeremonie des Kooperationsprogramms am 20. Mai 2015	29
Abbildung 21: Übersicht Studiengänge Weiterbildung Tourismus	30
Abbildung 22: Kick-off EMBA Tourismus und Hospitality Management am 12. September 2015	30
Abbildung 23: Überblick DAS-Arbeiten.....	31
Abbildung 24: Die beste DAS-Arbeit verfasste Fabian Grütter vom Dolder Grand	31
Abbildung 25: Unterrichtsmodul Didaktik auf dem Arnesee bei Gstaad	32
Abbildung 26: Forschungsfelder	34
Abbildung 27: Eine funktionale Übersicht über bestehende Labels für Nachhaltigkeit im alpinen Tourismus	44
Abbildung 28: 8. Bündner Tourismus Trendforum	45

Vorwort

Prof. Dr. Sylvia Manchen Spörr
Prof. Dr. Andreas Deuber

Im Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) werden die Aktivitäten der HTW Chur im Bereich Tourismus gebündelt. Das Institut arbeitet mit einem eingespielten Team von Tourismus-Fachleuten, die in den Bereichen Ausbildung, Weiterbildung, Forschung und Dienstleistung tätig sind. Nach dem Austritt des früheren Leiters Marco Hartmann Anfangs Jahr blieb die Stelle der Institutsleitung 2015 unbesetzt bzw. wurde durch Frau Prof. Dr. Sylvia Manchen, Leiterin Departement Lebensraum, und Prof. Dr. Andreas Deuber, Leiter Ausbildung, interimistisch als Ko-Mandat wahrgenommen, um für die Neubesetzung die erforderliche Zeit einzuplanen. Infolge einer personellen Veränderung bei der Forschungsleitung im Laufe des Jahres übernahm Sylvia Manchen zusätzlich die interimistische Leitung von Forschung und Dienstleistung.

Die Ko-Leitung setzte sich einerseits das Ziel der personellen Konsolidierung und andererseits der verbesserten inhaltlichen Verzahnung und Harmonisierung der Aktivitäten in den genannten Teilbereichen, die den vierfachen Leistungsauftrag der Fachhochschulen ausmachen. Ein besonderes Gewicht lag ferner auf der Förderung der Interdisziplinarität, primär innerhalb des Departements Lebensraum.

Verschiedene Aktivitäten dienten der Steigerung der Wahrnehmung und Akzeptanz des ITF in der Tourismusregion Graubünden, wenngleich die verschiedenen Aus- und Weiterbildungsangebote schweizweit und international ausstrahlen. Dabei kommt dem Bündner Tourismus Trendforum (TTF) eine wichtige Bedeutung zu: Im Dezember 2015 fand es bereits zum 8. Mal statt und widmete sich der «saisonalen Flexibilität». Infolge der klimatisch bedingten saisonalen Verschiebungen und der generell tiefen Gesamtauslastung ist dies ein Schlüsselthema des alpinen Tourismus.

Ein neues, interessantes Gefäss ist die Veranstaltungsreihe DSS (Distinguished Speakers Series), in deren Rahmen interessante Persönlichkeiten aus Tourismus- und Freizeitwirtschaft für Referate an das ITF eingeladen werden. Dies bietet die Möglichkeit, situativ aktuelle Themen aufzugreifen und sowohl den Studierenden als auch interessierten Kreisen ausserhalb der HTW zugänglich zu machen. Den Auftakt bildete die Veranstaltung und Ausstellung «Bamyan meets St. Moritz», die in Zusammenarbeit mit dem Alpinen Museum der Schweiz in Bern realisiert wurde und zudem Bilder des bekannten Fotografen James Robertson umfasste.

Am Ende des Jahres konnte der Fachbeirat des ITF mit verschiedenen kompetenten und gut vernetzten Unternehmerpersönlichkeiten aus Tourismuswirtschaft, Verbänden und Bundes- sowie kantonaler Verwaltung neu besetzt werden.

Porträt

Institut für Tourismus und Freizeit ITF

Das Institut für Tourismus und Freizeit versteht sich als Kompetenzzentrum für Tourismusentwicklung. Es fokussiert sich dabei auf die Entwicklung und das Management von Destinationen sowie touristischen Infrastrukturen und integriert E-Tourismus und Nachhaltigkeit in diese Themen.

Mit einem interdisziplinären Team von Mitarbeitenden aus touristischer Praxis, Forschung und Beratung bietet das ITF internationale Tourismusausbildungen auf Bachelor- und Masterebene an. Praktikerinnen und Praktiker können sich im umfangreichen Weiterbildungsprogramm des ITF auf allen Stufen, vom Einzelkurs über CAS-Angebote bis hin zum EMBA, weiterentwickeln. Mit regionalen, schweizerischen und internationalen Unternehmen und Organisationen führt das ITF angewandte Forschungs- und Beratungsprojekte durch. Unsere Partner und Kunden sind Destinationen, Leistungsträger, Verbände sowie Politik und Verwaltung, mit denen Lösungen zu betrieblichen und regionalpolitischen Fragen und Problemen erarbeitet werden.

Mit Veranstaltungsreihen, wie zum Beispiel dem Tourismus Trendforum (TTF), fördert das ITF den Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.

Departement Lebensraum

Das ITF ist in das Departement «Lebensraum» der HTW Chur eingebettet. Lebensräume sind geprägt durch ihre unterschiedlichen Nutzungsformen. Im alpinen Raum der Schweiz sind Tourismus, Bau, Landwirtschaft und Energie wirtschaftlich, kulturell und landschaftlich prägend. Die Siedlungsstrukturen haben sich durch die naturgegebenen Talschaften dezentral entwickelt

und schaffen verschieden stark vernetzte Lebens-, Arbeits- und Freizeiträume. Im Fokus des «Lebensraumes» steht die zielgerichtete Entwicklung der unterschiedlichen regionalen Räume durch eine Kombination der Disziplinen Tourismus, Architektur/Bau, Energie und Regionalwirtschaft. Starker Praxis- und Regionalbezug, kombiniert mit angewandter Forschung, ermöglicht ganzheitliche und innovative Lösungen in den Forschungsschwerpunkten.

Die touristische Entwicklung wird als ganzheitliche Aufgabe im Kontext von Landschaft und alpinem Lebens- und Wirtschaftsraum gesehen. In Zusammenarbeit mit weiteren Instituten des Departements «Lebensraum» bieten wir erweiterte Querschnittsleistungen an, wie z. B. im Bereich des Bauens im alpinen Raum, in der volkswirtschaftlich orientierten Regionalentwicklung und, HTW-weit, in der betriebswirtschaftlich orientierten unternehmerischen Innovationsentwicklung sowie im Bereich Informationstechnik und soziale Medien.



Abbildung 1: Der vierfache Leistungsauftrag der Fachhochschulen gemäss Vorgaben des Bundes

Organisation

(Stand 31.12.2015)



Abbildung 2: Organisation Institut für Tourismus und Freizeit ITF

Das ITF wird durch einen Fachbeirat unterstützt, der 2015 neu gewählt wurde. Dieser reflektiert die Produkte und Entwicklung des ITF und sorgt somit für die nötige Praxis- und Zukunftsorientierung der Aus- und Weiterbildung sowie Forschung und Entwicklung.

Mitglieder	Position
Prof. Dr. Pietro Beritelli	Vize-Direktor IMP-HSG
Prof. Dr. Harald Pechlaner	Inhaber des Lehrstuhls und Leiter des Zentrums für Entrepreneurship
Dr. David Ermen	Manager Lodging & Tourism Clients Group Pricewaterhousecoopers Switzerland
Marcel Friberg	Präsident von Graubünden Ferien
Lic. iur. Barbara Gisi	Direktorin Schweizer Tourismus-Verband
Reto Gurtner	Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates Weisse Arena AG
Richard Kämpf	Leiter Tourismuspolitik im Staatssekretariat für Wirtschaft, SECO
Dr. Ulrike Rubner	Präsidentin Südtirol Marketing
Michael Caflisch	Leiter Tourismusentwicklung / Amt für Wirtschaft und Tourismus GR
Philipp Ries	Industry Leader Google CH
Maryann Rohner	Verwaltungsrätin ZFV

Abbildung 3: Fachbeirat ITF

Team ITF

(Stand 31.12.2015)

Leitung a. i. ITF Leiterin a. i. Forschung und Dienstleistung



Sylvia Manchen Spörri
Prof. Dr. rer. soc.
Tel. +41 (0)81 286 24 44
Fax +41 (0)81 286 24 00
sylvia.manchen@htwchur.ch

Leitung a. i. ITF Leiter Lehre ITF Studienleiter BSc Tourism



Andreas Deuber
Prof. (FH), Dr. iur. HSG, MRICS
Tel. +41 (0)81 286 39 60
Fax +41 (0)81 286 39 51
andreas.deuber@htwchur.ch

Stv. Leiter Forschung und Dienstleistung



Norbert Hörburger
MBA in Finanzdienstleistungen
Tel. +41 (0)81 286 37 48
Fax +41 (0)81 286 39 49
norbert.hoerburger@htwchur.ch

Studienleiter MSc BA Major Tourism



Jan Mosedale
Dr., M. Research Methods, M. Environmental Studies
Tel. +41 (0)81 286 39 01
Fax +41 (0)81 286 39 49
jan.mosedale@htwchur.ch

Studienleiterin Weiterbildung



Barbara Haller Rupf
Prof., Dipl. phil. II, Executive MBA
Tel. +41 (0)81 286 37 32
Fax +41 (0)81 286 39 16
barbara.haller@htwchur.ch

Studienleiter Sport Management



Walter Burk
Master of Education M.Ed. in Organisationsentwicklung
Tel. +41 (0)81 286 39 32
Fax +41 (0)81 286 39 49
walter.burk@htwchur.ch

Mitarbeitende mit Schwerpunkt Lehre



Roland Anderegg
dipl. Betriebsökonom FH
Tel. +41 (0)81 286 39 85
roland.anderegg@htwchur.ch



Aurelia Kogler
Prof., dipl. Ing.
Tel. +41 (0)81 286 39 64
Fax +41 (0)81 286 39 49
aurelia.kogler@htwchur.ch



Dominique Roland Gerber
Prof. Dr.
Tel. +41 (0)81 286 37 52
Fax +41 (0)81 286 39 51
dominique.gerber@htwchur.ch



Jon Andrea Schocher
Prof., MSc Sport Management
Tel. +41 (0)81 286 39 62
Fax +41 (0)81 286 39 29
andrea.schocher@htwchur.ch

**Paul Ruschetti**

Lic. phil., Soziologe
 Tel. +41 (0)81 286 39 39
 Fax +41 (0)81 286 39 49
 paul.ruschetti@htwchur.ch

**Christian Gressbach**

MBA in Sportmanagement
 Tel. +41 (0)81 286 39 33
 Fax +41 (0)81 286 39 49
 christian.gressbach@htwchur.ch

**Andreas Wittmer**

Dr. oec. HSG, MScFIB, BScB
 Tel. + 41 (0)71 224 25 00
 andreas.wittmer@htwchur.ch

**Roger Walser**

MSc FHO in Business Administration
 Tel. +41 (0)81 286 24 74
 Fax +41 (0)81 286 24 00
 roger.walser@htwchur.ch

Mitarbeitende mit Schwerpunkt Forschung und Dienstleistung**Annika Aebli**

MSc in Business Administration
 Tel. +41 (0)81 286 39 07
 Fax +41 (0)81 286 39 49
 annika.aebli@htwchur.ch

**Frieder Voll**

Dr. rer. nat
 Tel. +41 (0)81 286 39 86
 Fax +41 (0)81 286 39 49
 frieder.voll@htwchur.ch

**Fabienne Schläppi**

BSc in Tourism
 Tel. +41 (0)81 286 37 74
 Fax +41 (0)81 286 39 16
 fabienne.schlaeppli@htwchur.ch

**Domenico Bergamin**

MSc in Business Administration
 Tel. +41 (0)81 286 39 00
 Fax +41 (0)81 286 39 16
 domenico.bergamin@htwchur.ch

**Nele Marisa von Bergner**

Dr. rer. pol.
 Tel. +41 (0)81 286 38 27
 Fax +41 (0)81 286 39 49
 nelemarisa.vonbergner@htwchur.ch

**Tobias Luthe**

Prof., Dr. phil., Dipl. Forstw.,
 M.A. Sust. Educ.
 Tel. +41 (0)81 286 39 81
 Fax +41 (0)81 286 39 49
 tobias.luthe@htwchur.ch

Studien- und Organisationsassistentz / Internationales Marketing**Christine Luise Kern**

MA in Tourism (Research)
 Tel. +41 (0)81 286 37 36
 Fax +41 (0)81 286 39 51
 christine.kern@htwchur.ch

**Claudia Kleinbrod-Busa**

MAS Business Administration
 Tel. +41 (0)81 286 24 46
 Fax +41 (0)81 286 39 49
 claudia.kleinbrod@htwchur.ch



Manuela Koller Süess

Betriebsökonomin FH
Tel. +41 (0)81 286 37 63
Fax +41 (0)81 286 39 49
manuela.koller@htwchur.ch



Nicole Massüger

Kauffrau
Tel. +41 (0)81 286 39 34
Fax +41 (0)81 286 39 49
nicole.massueger@htwchur.ch



Tanja Bügler

BSc in Tourism
Tel. +41 (0)81 286 37 76
Fax +41 (0)81 286 39 54
tanja.buegler@htwchur.ch



Catharina Feurer

Kauffrau
Tel. +41 (0)81 286 39 69
Fax +41 (0)81 286 39 29
catharina.feurer@htwchur.ch



Barbara Jecklin

Dipl. Tourismusfachfrau HF
Tel. +41 (0)81 286 37 45
Fax +41 (0)81 286 39 49
barbara.jecklin@htwchur.ch



Katarina Krizanac

Kauffrau
Tel. +41 (0)81 286 39 31
Fax +41 (0)81 286 39 49
katarina.krizanac@htwchur.ch



Jesica Castro Rodriguez

BSc in Tourism
Tel. +41 (0)81 286 37 72
Fax +41 (0)81 286 39 49
jesica.castro@htwchur.ch



Christopher Jacobson

MSc in Business Administration
Tel. +41 (0)81 286 24 46
Fax +41 (0)81 286 39 49
christopher.jacobson@htwchur.ch

Lehre

Die Fachhochschulen haben auf der Stufe der Tertiärbildung A im Tourismusbereich den Lead vor den Universitäten übernommen und die HTW Chur hält darin eine führende Stellung in der Schweiz, mit internationaler Ausstrahlung. Gegenüber den verschiedenen Tourismusschulen im Tertiärbereich B zeichnet sie sich unter anderem durch den expliziten Bezug zu Wissenschaft und Forschung aus und ist international vernetzt. Ausgerichtet an den Maximen Praxisbezug, Qualität und Innovation richtet sich das ITF laufend auf neue Herausforderungen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft aus, um junge Menschen, die sich auf dem schweizerischen und internationalen Arbeitsmarkt durch fachliche und persönliche Professionalität behaupten können, aus der Ausbildung in die Berufswelt zu entlassen.

BSc in Tourism

Prof. Dr. Andreas Deuber

Der Tourismus-Bachelor ist der zahlenmässig grösste Studiengang an der HTW Chur. Die Studierenden stammen sowohl aus Graubünden als auch aus anderen deutschsprachigen Gebieten der Schweiz und aus dem Ausland. Es werden zweisprachige Klassen mit deutschen und englischen Lehrveranstaltungen sowie englischsprachige Klassen geführt.

Die Bachelor-Studierendenzahlen haben sich wie folgt entwickelt:

	2011	2012	2013	2014	2015
Tourismusstudierende BSc	305	317	322	316	279
Tourismusstudierende MSc BA, Major Tourism	18	24	33	38	34
Studienanfänger BSc Tourism	124	131	115	105	81
Studienanfänger MSc BA, Major Tourism	11	11	22	12	18
Anzahl Klassen BSc Tourism 1. Studienjahr Deutsch	3	3	3	3	2
Anzahl Klassen BSc Tourism 1. Studienjahr Englisch	1	1	1	1	1
Vertiefungsrichtungen BSc Tourism					
Major Event Management (seit Herbstsemester 2015: Event Communication)	21	19	18	24	19
Major Leadership (mit Betriebsökonomie)	15	3	6	10	4
Major Mountain and Leisure Management (seit Herbstsemester 2015: beendet)		10	0	0	0
Major Marketing and Product Management in Tourism	25	27	21	12	14

	2011	2012	2013	2014	2015
Major eCommerce and Sales in Tourism			21	27	25
Major Sports Management (mit Betriebsökonomie)	14	12	14	17	24
Major Sustainable Tourism Management (seit Herbstsemester 2014: beendet)	0	21	0	0	0
Major Transportation	19	14	23	16	11
Minors BSc Tourism					
Minor Cross Cultural Competence (seit Herbstsemester 2015: beendet)	52	26	47	37	0
Minor Hospitality Management	14	26	30	33	30
Minor Media and Public Relations	33	60	45	67	56
Minor Niche Tourism	14	17	17	19	26
Minor Sustainable Tourism Management (seit Herbstsemester 2015: Sustainability Empowerment)	19	18	13	13	21
Minor Insights into Transportation (seit Herbstsemester 2015: beendet)	11	16	21	15	0
Minor Leisure Management	17	31	25	10	23
Minor Leadership and Organizational Behaviour	44	54	41	48	25
Minor Mountain Tourism Management			14	10	14
Minor Product Development and Management (seit Herbstsemester 15: beendet)	32	31	21	42	0
Minor Sports Event Management (seit Herbstsemester 15: Event Management)	41	43	45	31	45
Minor Real Estate Management in Tourism and Hospitality (seit Herbstsemester 12: beendet)	12	0	0	0	0
Minor Designing Memorable Experiences (neu ab Herbstsemester 2015)					41
Minor Health Tourism (neu ab Herbstsemester 2015)					0
Minor Retail Management (neu ab Herbstsemester 2015)					24
Minor Quality Management (neu ab Herbstsemester 2015)					12

Abbildung 4: Entwicklung der Bachelor-Studierendenzahlen

Das erste von drei Studienjahren (Assessmentjahr) ist stark allgemeinwirtschaftlich geprägt. Von den zu absolvierenden 60 ECTS sind 4 in touristischen Disziplinen, der Rest sind allgemeine betriebs- und volkswirtschaftliche Vorlesungen und weitere Vorlesungen im Themenbereich Soft Skills (Psychologie, Kommunikation, Soziologie), unterteilt nach Fachkompetenz, Sozial-/Persönlichkeitskompetenz und Methodenkompetenz. Den Fremdsprachen kommt von Anfang an ein hoher Stellenwert zu. Dieses Konzept mit einem allgemeinwirtschaftlichen Einstiegsjahr ist so gewählt, weil eine solide wirtschaftliche Basis für Touristiker und Touristikerinnen wichtig ist und das Verständnis der Hochschule zum Ausdruck bringt, wonach das Tourismusstudium ein

Wirtschaftsstudium mit besonderer Ausrichtung auf Tourismus und Freizeit darstellt. Erst im zweiten Studienjahr nehmen touristische Fächer zu und im dritten Studienjahr wählen die Studierenden eine von 6 Hauptspezialisierungen (Majors, 12 ECTS) und mindestens 3 von 12 weiteren Wahlpflichtfächern (Minors, je 4 ECTS).

Der Major ist funktionsorientiert und definiert weitgehend die Berufsfelder, in denen die Studierenden später tätig sein möchten. Zusammen mit den Minors, die Branchen- und weitere Spezialkenntnisse vermitteln, kann ein ganz individuelles Kompetenzprofil zusammengestellt werden.

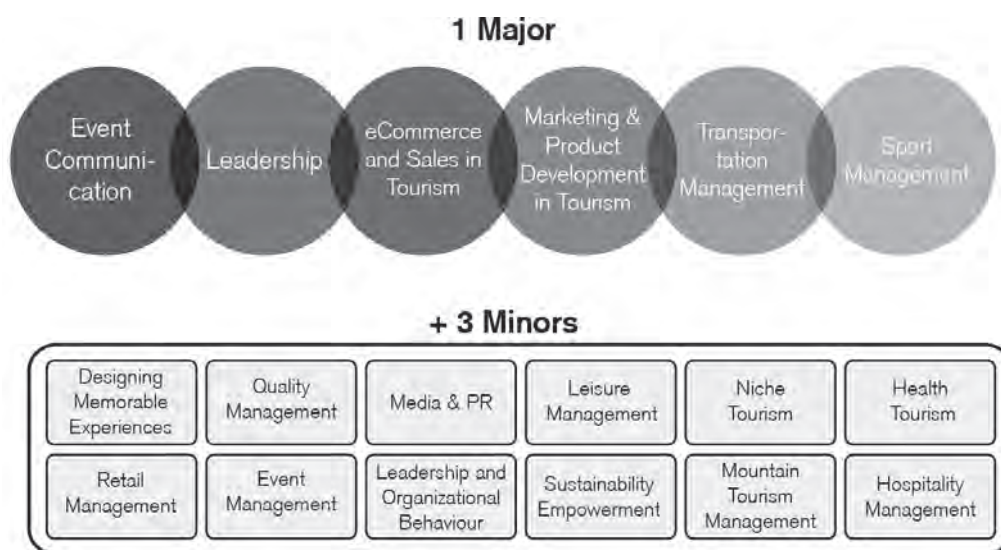


Abbildung 5: Majors- & Minors-System

Die Majors sind auf die folgenden Lernziele ausgerichtet:

Majors	
Entscheidung für einen Major	
Majors	Lernziele
1 Marketing and Product Development in Tourism (Englisch)	Was Sie lernen: Entwicklung und Vermarktung von innovativen, praxisrelevanten Tourismusangeboten durch Kreativtechniken und Kommunikationsstrategien Ihre Zukunft: Marketing-Projektleiter, Produktmanager oder Content-Manager
2 eCommerce and Sales in Tourism (Englisch)	Was Sie lernen: Angebote aktiv gestalten, zeitnah bereitstellen und direkt buchbar machen Strategie und Grundlagen für Hard Selling in Theorie und Praxis Ihre Zukunft: Marketing-Funktionen in E-Business, Management oder CRM als Content Manager, Sales Representative, Social Media Manager, Agency Consultant
3 Event Communication (Englisch/Deutsch)	Was Sie lernen: Planung und Durchführung von Veranstaltungen; Entwicklung von Konzepten für begeisterte Events; Teamführung, Produktionsplanung, Raumgestaltung, Inszenierungen und mehr Ihre Zukunft: Projektassistent/-koordination oder Event Manager in der Tourismusbranche, in Event-Agenturen oder Marketing-Unternehmen
4 Sports Management (Englisch)	Was Sie lernen: Kommerzielle Vermarktung und betriebswirtschaftliche Aspekte des Sports Sportveranstaltungen und -vereine zum Erfolg führen Ihre Zukunft: Verschiedenste Managementfunktionen bei Sportverbänden/-clubs, Sportrechteagenturen und Sponsoring-Abteilungen
5 Transportation Management (Englisch)	Was Sie lernen: Die tourismusrelevanten Aspekte des Transportwesens; Hintergründe und Herausforderungen von Ressourcen und Emissionen; vertiefte Einführung in die Luftfahrt sowie Implementieren von nachhaltigen Veränderungen Ihre Zukunft: Mitarbeitende und Team Manager in den Bereichen Preisentwicklung, Netzwerkplanung, Unternehmensentwicklung, Produktentwicklung, Loyalitätsprogrammentwicklung sowie Marketing und Kommunikation
6 Leadership (Deutsch)	Was Sie lernen: Spezifische Methoden, die Führungskräfte in kleinen und mittleren Unternehmen beherrschen müssen, um Führungssituationen bewältigen zu können; Inklusive Mitarbeiterführung, Konflikt- und Stressbewältigung Ihre Zukunft: Erste Führungsfunktionen, Projektleiterfunktionen und Personalmanagement-Funktionen in (Tourismus-)Unternehmen

Quelle: www.htwchur.ch/tourismusstudium

Die Minors verfolgen die nachfolgenden Ziele:

Minors	
Belegung von mindestens drei Minors	
Minors	Lernziele
1 Event Management	Kenntnisse zur Bedeutung von Veranstaltungen als Kommunikationsinstrument sowie Einführung in die Grundsätze der Event-Konzeption
2 Media and Public Relations	Einführung in die Arbeitsweise der Medien; Kenntnisse der aktuellen Entwicklungen sowie Erlernen der aktiven Gestaltung von Unternehmens-PR
3 Retail Management	Wissen und Anwendung grundlegender Konzepte des Einzelhandels; Befähigung zur Positionierung von Shopping als wichtige Komponente des touristischen Erlebnisses
4 Hospitality Management	Kenntnisse zur Bedeutung der Hotellerie und zu ihren verschiedenen Ausprägungen; Befähigung zur Orientierung in Hotelabläufen; Vorbereitung auf major-spezifische Tätigkeiten in Beherbergungsbetrieben
5 Designing Memorable Experiences	Erlernen der nachhaltigen Entwicklung von neuen Dienstleistungen für die Schaffung von emotionalen, aussergewöhnlichen, gewinnbringenden Erlebnissen für Touristen und Touristinnen
6 Sustainability Empowerment	Entwicklung eines vertieften Verständnisses der Nachhaltigkeit und Erlangen der Fähigkeit, Nachhaltigkeitsprozesse im Tourismus zu gestalten
7 Leadership and Organisational Behaviour	Erlangen von Kompetenz und Sicherheit in der motivierenden sowie resultat-orientierten Führung von Mitarbeitenden und Teams
8 Mountain Tourism Management	Meistern von Markt- und Management-Herausforderungen von Seilbahnen und alpinen Destinationen, mit entsprechenden Lösungsansätzen aus der Praxis
9 Leisure Management	Kenntnisse zu den grundlegenden Nachfragetreibern in der Freizeitwirtschaft und den damit verbundenen Herausforderungen für Anbieter, mit entsprechenden Lösungsansätzen aus der Praxis
10 Quality Management	Wissen zu den Grundlagen unterschiedlicher Qualitätsmanagement-Modelle sowie Befähigung zu Aufbau und Definition von einfachen Strukturen und Abläufen
11 Niche Tourism	Erkennen von innovativen touristischen Nischenprodukten, Verstehen der Rahmenbedingungen sowie erfolgreiches Beurteilen von Herausforderungen bei der Umsetzung
12 Health Tourism	Kenntnisse zur Bedeutung des Gesundheitstourismus und zu seinen Treibern; Befähigung zur Entwicklung von gesundheitstouristischen Strategien sowie zur Gestaltung und Umsetzung von entsprechenden Angeboten in Tourismusunternehmen

Quelle: www.htwchur.ch/tourismusstudium

Entwicklungen in der Lehre

Seit der Einführung vor zwei Jahren hat sich der Major eCommerce & Sales in Tourism sehr gut etabliert. Mit diesem Angebot hat die HTW Chur schnell auf die neuen digitalen Herausforderungen und deren Auswirkungen auf den Tourismus reagiert. Einerseits vermittelt der Major Wissen – durch Fallstudien, Exkursionen und Begegnungen mit führenden Akteuren aus der Praxis, andererseits transportiert er dieses Wissen im Rahmen eines studentischen Consultingprojektes in die unternehmerische Praxis. Jedes Jahr wird zu diesem Zweck mit 5-6 KMU, häufig Hotels, ein Beratungsvertrag abgeschlossen.

Die Studierenden agieren als Beraterinnen und Berater. Dabei werden sie von erfahrenen Coaches begleitet. Der Major ist in gleicher Weise inhaltlich und didaktisch innovativ und hat hinsichtlich der Wissensdiffusion in die Tourismuswirtschaft Modellcharakter. Das ITF hat daher eine Kandidatur für den Milestone 2015 gewagt, musste aber anderen Projekten den Vorrang lassen.

Neu wird das Fach Projektmanagement nach IPMA Standard (International Project Management Association) unterrichtet. Am Schluss der Vorlesung können die Studierenden auf freiwilliger Basis zusätzlich zur internen Modulprüfung eine externe Prüfung absolvieren (IPMA Level-D) und dadurch ihrem Personal-Dossier ein weltweit anerkanntes Zertifikat hinzufügen. Dessen Zweck ist – analog zu anderen externen Sprachzertifikaten – die Steigerung der Anerkennung unseres Hochschulabschlusses.



Studienarbeiten

Mit der Bachelor-Thesis (IBT), der wichtigsten und mit 12 ECTS-Punkten hoch gewichteten Studienarbeit, zeigen die Studierenden im dritten Studienjahr, dass sie eine praxisrelevante anspruchsvolle Fragestellung in den Fachdisziplinen Tourismus und Freizeit in einem vorgegebenen Zeitrahmen nach wissenschaftlichen Standards selbstständig planen und Lösungsvorschläge erarbeiten, dokumentieren und präsentieren können. Überprüft werden dabei die Fachkompetenzen, die Methoden- und die Selbstkompetenz. Die Studierenden suchen ihr Thema und den sogenannten Co-Advisor, den externen Auftraggeber, in der Regel selber, können sich aber auch um eine Thema ab der sogenannten Themenliste bewerben.

Gesamtanzahl IBT in 2015	112
Anzahl IBT in Englisch	83
Anzahl IBT in Deutsch	29
Themen aus Graubünden	29
Themen aus der übrigen Schweiz	77
Themen aus dem Ausland*	6

*Deutschland, Liechtenstein,
Dubai, Singapur, Finnland

Personelles

Schulen leben von der Qualität ihres Lehrkörpers. An Fachhochschulen zählt nebst der didaktischen und akademischen Qualifikation auch die praktische Berufserfahrung in qualifizierter Funktion, um dem Auftrag des Wissenstransfers entsprechen zu können. Dies ist einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren und ein Differenzierungsmerkmal der Fachhochschulausbildung gegenüber der Ausbildung an höheren Fachschulen, die im Bereich Tourismus und Hotellerie in der Schweiz eine wichtige Bedeutung haben. Die Dozierenden, die auf der Basis eines Lehrauftrags bei uns tätig sind, sind sehr gut

ausgebildet, verfügen mindestens über einen Master-Abschluss und gehen hauptberuflich anderen Tätigkeiten in Wirtschaft, Politik oder Verwaltung nach. Oder wir be-

schäftigen Lehrpersonen auf Festanstellungsbasis, die aber immer auch einen substanziellen Anteil ihrer Arbeitszeit in Forschungs- und Dienstleistungsprojekte investieren.

Dozierende und wissenschaftliche Mitarbeitende ITF			Dozierende und wissenschaftliche Mitarbeitende anderer Institute		
Titel	Nachname	Name	Titel	Nachname	Name
	Aebli	Annika	Prof. Dr.	Benz	Christoph
	Anderegg	Roland	Prof.	Borer	Thomas
	Bergamin	Domenico	Dr.	Dieth	Eric
	Burk	Walter	Dr.	Engler	Monika
Prof. Dr.	Deuber	Andreas		Forster	Michael
Prof. Dr.	Gerber	Dominique Roland	Prof.	Gartmann	Stefan
	Gressbach	Christian	Prof. Dr.	Hediger	Werner
	Hörburger	Norbert	Prof. Dr.	Jesenak	Edith
	Kleinbrod	Claudia	Dr.	Just	Domink
Prof.	Kogler	Aurelia	Prof.	Köppel	Roland
Prof. Dr.	Luthe	Tobias	Prof.	Reinprecht	Gitta
	Ruschetti	Paul	Dr.	Schillo	Katrin
Prof.	Schocher	Andrea	Prof. Dr.	Schlange	Lutz
Dr.	Steffner	Anna	Prof. Dr.	Simon	Silvia
Dr.	Voll	Frieder	Prof. Dr.	Tromm	Peter
	Walser	Roger	Prof.	Wallnöfer	Ivo
Dr.	Wittmer	Andreas	Dr.	Werner	Martin
			Prof.	Wyssen	Theophil
				Zingg	Peter

Abbildung 6: Dozierende und wissenschaftliche Mitarbeitende mit Lehreinsatz

Lehrbeauftragte			Lehrbeauftragte		
Titel	Nachname	Name	Titel	Nachname	Name
Dr.	Baumgartner	Christian		Hüsser	Jürg
Dr.	Bergmaier	Rolf Martin		Klein	Arnd Heinrich
	Berndonner	Michael		Lüchinger	Janine
Dr.	Bischoff	Heinrich		Maciézyk	Yvonne
	Brandenburger	Urs		Meulemann	Max
	Brüggmann	Kathrin		Müller	Nicoletta
Dr.	Brunhart	Andreas		Root	Gregory
	Brunner	Elmar		Schaffner	Cristina
Dr.	Buchser	Michael		Scheerer	Niklaus
	Claus	Peter		Schmid	Bart
	Coker	Olivia	Dr.	Schmidt	Alexander
Prof. Dr.	Duch	Christian	Prof. Dr.	Siegrist	Dominik
Dr.	Ermen	David		Smith	Nina
	Fritsch	Alexander		Spindler	Christina
Prof. Dr.	Gardini	Marco	Dr.	van Stiphout	Janine
	Häberlin	Sven	Dr.	Vollmer	Peter
	Heeb-Lendi	Monika	Dr.	Zogg	Claudia
	Hitz	Patrick		Zwermann	Beate

Abbildung 7: Übersicht Lehrbeauftragte

Neue Serie DSS

DSS ist die Abkürzung für eine neue Veranstaltungsserie im ITF und bedeutet Distinguished Speakers Series. Dabei handelt es sich um eine Feierabendveranstaltung mit Referaten von ausserordentlichen Persönlichkeiten aus Tourismus und Freizeitwirtschaft und mit aktuellen Themen, die wir unseren Studierenden und der interessierten Öffentlichkeit präsentieren wollen. Immer wieder hat das ITF bedeutende Gäste zu Besuch, respektive möchte solche einladen, oder es bieten sich interessante Themen an, die den «touris-

tischen Horizont» unserer Studierenden ausserhalb des eigentlichen Vorlesungsbetriebs erweitern können. Dafür fehlte bis heute ein Format. DSS füllt diese Lücke und bietet zudem die Möglichkeit zu Kontakten mit der Praxis und über die Klassen und Studiengänge hinweg. Das von Prof. Dr. Dominique Gerber zusammen mit der Studienleitung etablierte Format hatte mit der Veranstaltung «Bamyan meets St. Moritz» einen fulminanten Start.



Zitat einer Studentin: «I would like to let you know how much I enjoyed last night's DSS topic. It was extremely motivating and an excellent way to show how the business of tourism can be so innovative. I look forward to the next of the series!»
(Philippa Golling, Tou 15)

Abbildung 8: Flyer Ausstellung «Bamyan meets St. Moritz»

DSS-Veranstaltungen im Herbstsemester 2015

Datum	Referenten	Thema
1. Okt. 2015	Christoph Zürcher, NZZ am Sonntag James Robertson, Fotograf Beat Hächler, Alpines Museum der Schweiz Gianni Segantini, Bamyan Ski Club	Bamyan meets St. Moritz
12. Nov. 2015	Ekkehard Beller, Tourismusunternehmer, Inhaber Manu Touristik GmbH	Diese Idee ist saublöd oder genial
19. Nov. 2015	Bernhard Christen, Swiss International Airlines, Head of Marketing	We want to be perceived as a high-quality airline
1. Dez. 2015	Joe Dreixler, CEO Direct-Booking-Experts	Learn from e-commerce ... or surrender!

Abbildung 9: DSS-Veranstaltungen Herbstsemester 2015

Studentisches

Auslandsemester

Das Thema «Student Exchange» ist für unsere Studierenden sehr wichtig, um ihr Netzwerk zu erweitern und internationale Erfahrung zu sammeln. Viele streben an, das 3. und/oder 4. Semester an einer Partneruniversität im Ausland zu verbringen, während ausländische Studierende zu uns kommen. Austauschstudierende werden vom International Office unterstützt und gecoacht.

Etwas mehr Pioniergeist und Aufwand ist nötig, wenn der Weg als Free-Mover beschritten wird. Dann erfolgt eine Exmatrikulation an der Heim- und Immatrikulation an der Gasthochschule, respektive -universität. Der Free-Mover-Austausch bildet eine Möglichkeit, wenn die offiziellen Plätze bereits ausgeschöpft sind.

Frühlingssemester 2015:

Incoming: 5 Tourismus-Studierende	- HES-SO Sierre, CH (2x) - NHTV Breda, NL (1x) - La Rochelle Business School, FR (1x) - San Diego State University, US (1x)	Outgoing: 6 Tourismus-Studierende	- International School of Law and Business Vilnius, LI (1x) - UIB Palma, ES (1x) - CETA Barcelona, ES (1x) - North-West University South Africa, ZA (1x) - Nanyang Polytechnic, SIN (2x)
---	--	---	--

Herbstsemester 2015:

Incoming: 12 Tourismus-Studierende	- Cologne Business School, DE (2x) - Nanyang Polytechnic, SIN (2x) - Hong Kong Polytechnic, HK (1x) - IMC Krems, AT (1x) - Taylor's Lakeside University, MY (2x) - San Diego State University, US (1x) - Thompson Rivers University, CA (1x) - Haaga-Helia, FI (2x)	Outgoing: 19 Tourismus-Studierende	- Leeds Beckett University, GB (2x) - Hong Kong Polytechnic, HK (2x) - North-West University South Africa, ZA (1x) - Thompson Rivers University, CA (1x) - NHTV Breda, NL (2x) - Haaga-Helia, FI (3x) - La Rochelle Business School, FR (3x) - Universida de Sevilla, ES (1x) - Cologne Business School, DE (1x) - International School of Law and Business Vilnius, LI (1x) - Nanyang Polytechnic, SIN (2x)
--	--	--	--

Abbildung 10: Austauschstudierende

Study Week Abroad

Bei der sogenannten Study Week Abroad handelt es sich um ein studentisches Praxisprojekt, das in das Bachelor-Modul Projektmanagement eingebunden ist. Teams von Studierenden definieren eine touristische Destination, die sie besuchen wollen, und organisieren diese Exkursion nach Methoden und mit Instrumenten, die sie in der Vorlesung kennengelernt haben.



Abbildung 11: Stadtrundfahrt «White Nights» in St. Petersburg

Die Teams werden auf der Exkursion von einem Dozenten oder einer Dozentin begleitet, gecoacht und beurteilt.



Abbildung 12: Arbeitsvorbereitung in Stockholm

Algarve Coast	Ireland	Mallorca	Belgrad	St. Petersburg	Stockholm	Piemont	Marrakesh
Off and on the beaten track	The Two Faces of Ireland	Active Tourism – change of tourism culture	Discover hidden places	White nights in St. Petersburg	The authenticity of the Sweden experience	Culinary & regionally development	Discover the Four Elements of Marrakesh
13b (8)	13a (10)	13b (10)	13a / 13b (9)	13a / 13b (10)	13b / 13e (10)	13b (9)	13e (8)
					Andreas Deuber		
Eric Dieth							
			Christian Gressbach				
						Frieder Voll	
		Jon Andrea Schocher					
	Domenico Bergamin						
							Olivia Coker
				Walter Burk			

Abbildung 13: Aufstellung Study Weeks Abroad

Angebote von Student Services

Die Student Services erbringen ein breites Angebot von Beratungen für unsere Studierenden. Einerseits geht es um Förderung der Persönlichkeitsentwicklung und der Reflexionskompetenz im Rahmen eines sogenannten «Symbolon-Profiles», das gerade bei der Definition der Vertiefungsrichtung hilfreich ist. Andererseits wird ein sogenannter CV-Check angeboten. Im Hinblick auf den Berufseintritt kann im letzten Studienjahr zudem das sogenannte Mentoring-Programm genutzt werden. Die Möglichkeit der individuellen Vorbereitung auf ein bevorstehendes Vorstellungsgespräch erfreut sich ebenso grosser Beliebtheit. Auch in persönlich delikaten Situationen wenden sich unsere Studierenden mit Vertrauen an das professionelle Beratungsteam der Student Services.

MSc in Business Administration, Major Tourism

Dr. Jan Mosedale

Der Master ist von zunehmender Bedeutung für die HTW Chur. Das ITF ist Partner dieses Lehrgangs in Business Administration und verantwortet den Major Tourism.

Am Studiengang-Kick-off des MSc Business Administration wurden die im Herbstsemester 2014 gestarteten Studierenden an der HTW Chur willkommen geheissen. Wie jedes Jahr (bei geeignetem Wetter) stand bei einer Rafting Tour mit BBQ das Teambuilding im Vordergrund.

Studierendenzahlen:

	2011	2012	2013	2014	2015
Tourismusstudierende MSc BA, Major Tourism gesamt	18	24	33	35	26
Studienanfänger MSc BA, Major Tourism	11	11	22	12	11

Abbildung 14: Studierendenzahlen MSc in Business Administration, Major Tourism



Abbildung 15: Master-Studierende beim Raften während der Kick-off-Veranstaltung 2015

Die Studierendengruppe ist wieder sehr international und ausser Studierenden aus der Schweiz sind auch Studierende aus Bulgarien, der Demokratischen Republik Kongo, Deutschland, Lettland, Mexico, Rumänien und Russland im Master. Dieser internationale Charakter wird sowohl von den Studierenden als auch von den Dozierenden sehr geschätzt und ist ein besonderes Merkmal des Major Tourism. Diese Internationalität ermöglicht es den Dozierenden und

Lehrbeauftragten, zusammen mit den Studierenden internationale Case Studies zu erarbeiten und dabei aktiv von der Internationalität und Multikulturalität der Teilnehmenden zu profitieren.

Personelles

Zwei Lehrebeauftragte haben im Studienjahr 2015/16 ihre letzten Vorlesungen im Master gehalten.

- Gregory Root, Lehrbeauftragter im Modul *Intercultural Competence*, wird als International Academic Dean an das Alpine Center – Swiss Business School for International Hotel & Tourism Management wechseln.
- Prof. Dr. Mike Peters, Lehrbeauftragter im Modul *Service Management*, hat die Stiftungsprofessur des Landes Tirol im Bereich KMU & Tourismus an der Universität Innsbruck angetreten.

Beide wurden aufgrund ihres akademischen und praktischen Wissens sowie für ihren Unterrichtsstil von den Studierenden und der Studienleitung sehr geschätzt.

Akkreditierung und Weiterentwicklung der Lehre

Die Stellungnahme zu den Auflagen der Akkreditierung im Studiengang Master of Science in Business Administration wurde fertiggestellt und an die Schweizerische Agentur für Akkreditierung und Qualitätssicherung geschickt. Vor allem wurde auf folgende Auflage Bezug genommen:

«Die Ausgangskompetenzen der Majors und der Module müssen im Sinne eines eigentlichen Kompetenzmodells klarer gefasst werden.»

Die HTW Chur hat sich eingehend mit dieser Auflage auseinandergesetzt und als Grundlage zur Entwicklung eines Kompetenzmodells für jeden Major (New Business, Tourism, Information & Data Management) Berufsbildanalysen erarbeitet, aus welchen sich die Ansprüche an die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs ableiten lassen.

Die Analysen umfassen die Auswertung von publizierten Stellenausschreibungen in den Medien und in Internetportalen sowie die Befragung von Personalvermittlungen, von Rekrutierungsverantwortlichen in Unternehmen sowie Mitarbeitenden, die die angestrebten Berufe ausüben.

Die erhobenen Daten wurden qualitativen Inhaltsanalysen unterzogen, die beschriebenen Stellenanforderungen wurden kategorisiert und gewichtet. Anschliessend wurde geprüft, inwieweit die bestehenden Ausbildungsziele des Studiengangs den Anforderungen der angestrebten Berufsbilder entsprechen und es wurde diskutiert, inwiefern der Studiengang zur Entwicklung der Be-

rufsbilder beitragen kann, indem er zusätzliche und weiterführende Ausbildungsziele verfolgt.

In einem nächsten Schritt wurden die Ausbildungsziele des Studiengangs überarbeitet und die Ziele auf der Ebene der Modulgruppen und Module daraus abgeleitet, um eine systematische Abstimmung zwischen den Modulbeschreibungen und den Studiengangs- bzw. Majorzielen sicherzustellen.

Die Ziele wurden im Sinne von handlungsorientierten Ausgangskompetenzen formuliert, so dass eine Überprüfung des Zielerreichungsgrades möglich ist.

Als Ergebnis entstand ein Kompetenzmodell für den Master of Science in Business Administration.

Exkursion

Zehn Studierende des Master-Studiengangs Tourismus haben im Oktober 2015 an einer Exkursion zum Thema Erlebnismanagement und Produktinnovation teilgenommen. Die Exkursion ins Ötztal und ins Toggenburg hatte folgende Ziele: Einerseits die Alpen als touristischen «Spielraum» und Modell für die Dringlichkeit von Produktinnovation, insbesondere – aber nicht ausschliesslich – in der Sommersaison, aufzuzeigen und andererseits nachhaltige Lernmöglichkeiten ausserhalb des Klassenzimmers zu bieten.

Die mehrtägige Exkursion im Master-Studiengang Business Administration Major Tourism ist eine ergänzende didaktische Lehr- und Lernform. Sie ermöglicht den Studierenden unterschiedliche Einblicke in die Tourismusbranche und zeigt verschiedene Lösungsansätze zu den Herausforderungen im alpinen Tourismus, insbesondere im Rahmen von Produktinnovation für den Sommertourismus, auf. Dabei spielen die praktischen Vor-Ort-Erfahrungen anhand eines kleinen Forschungsprojektes genauso eine

Rolle wie angeregte Diskussionen mit touristischen Leistungsträgern und das gemeinsame Kochen am Abend, um ein Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Gruppe zu entwickeln.

Positive Urlaubserlebnisse stehen für den Gast an erster Stelle. Es ist daher wichtig, dass sich Tourismusorte auf ihre Gäste einstellen und vor allem an den Berührungspunkten mit Mitarbeitenden gute Erlebnisse ermöglichen. Das Aqua Dome im österreichischen Ötztal, das sich als «Thermenresort der Alpen» positioniert, ist ein Alternativangebot für Schlechtwettertage im Winter und gleichzeitig Zusatzaktivität zum Wandern

und Biken im Sommer. Durch die Anwendung der teilnehmenden Beobachtung als Erhebungsmethode konnten die Studierenden die Gästelerlebnisse im Wellnessbad untersuchen und das Erlebnismanagement analysieren. Folgende Elemente, die bei der Gestaltung von Gästelerlebnissen eine Rolle spielen, wurden von den Studierenden hervorgehoben: Besucherlenkung, Architektur und Design, Einbettung in die Landschaft und in die Region. Nicht zu vernachlässigen ist auch der Einfluss anderer Gäste auf das Erlebnis.

Am nächsten Tag stand eine geführte Tour durch die Anlage der Area 47 auf dem Programm. Um das ursprüngliche Rafting Business sind in den letzten fünf Jahren eine Vielzahl unterschiedlicher Adrenalinerlebnisse entstanden. Auf einem Areal von 6,6 Hektaren befinden sich heute mehr als 35 verschiedene Aktivitäten – von einem Motocross-Parcours über eine Wakeboard-Anlage bis hin zu einem Hochseilgarten. Dazu gehören auch drei verschiedene Beherbergungskonzepte: Tipis als einfache Unterkunft, Lodges im Tiroler Blockhaus-Stil und Doppelzimmer in Holzhäusern. Das Gesamtkonzept des Angebots ist aufgegangen: Mehr als 200 000 Gäste strömen jeden Sommer in den alpinen Erlebnispark. Die

Anlage wurde 2013 sogar mit dem österreichischen Exportpreis ausgezeichnet.

Innovative touristische Produkte einer etwas anderen Art bietet die Klangwelt Toggenburg ihren Gästen. Dabei stehen die kulturelle Identität sowie die Förderung des Tourismus und der Wirtschaft in der Region Toggenburg im Vordergrund. Die Gäste sollen den Klang als emotional spürbar und wirksam erleben und ein gemeinschaftliches und verbindendes Erlebnis geboten bekommen. Seit 2004 organisiert die Klangwelt Toggenburg im Zweijahres-Rhythmus das internationale Klangfestival «Naturstimmen». Der Klangweg bietet seit 12 Sommersaisons jungen und älteren Besucherinnen und Besuchern die Möglichkeit, sich bei 25 Klanginstallationen mit dem Thema Klang und Musik zu befassen. Jedes Jahr wird der Weg weiter optimiert und das Angebot erneuert, um auch wiederkehrenden Gästen etwas Neues zu bieten. Zusätzlich zu den geführten Touren bietet die Klangwelt Toggenburg auch klangkulinarische Abendwanderungen sowie Konzerte an den Klanginstallationen an. Bei einem Besuch der Klangschmiede erfuhren die Studierenden Wissenswertes über das Schmieden und im Museum konnten sie Klangexperimente ausprobieren.



Abbildung 16: Master-Studierende probieren eine Klanginstallation in winterlichen Konditionen aus

In einer Diskussionsrunde mit Stefan Keel, Projektleiter der Klangschmiede und des Klangwegs, und Sonja Fuchs, Leiterin Marketing und Co-Geschäftsführerin von Toggenburg Tourismus, konnten die Studierenden eingehend über die Kooperation zwischen den touristischen Leistungsträgern und die Bedeutung des Klangwegs für den Tourismus in der Region diskutieren.

«Die Studierenden der HTW Chur haben in einer angeregten Diskussion weitere mögliche Produktangebote und Kooperationen erörtert. Der Austausch mit angehenden Touristikerinnen und Touristikern erlaubt es uns, in die Zukunft zu blicken und spekulative Ideen zu entwickeln», schlussfolgerte S. Keel als Fazit dieses Treffens.

Während der dreitägigen Exkursion konnten die Studierenden drei unterschiedliche Konzepte zur Stärkung des Sommertourismus kennenlernen und erleben. «Als Tourismusstudent hat mir die Exkursion ermöglicht, einige theoretische Ausführungen aus Lehrveranstaltungen mit den Gegebenheiten vor Ort zu verknüpfen. Es war eine tolle Erfahrung, die Herausforderungen des Sommertourismus und besonders die Notwendigkeit, neue Angebote zu entwickeln, aus der Perspektive der touristischen Leistungsträger zu betrachten», fasste Jeancy Kabeya Tshingu die drei Tage zusammen.

Koordiniertes Übertrittsverfahren – KÜV

Christopher Jacobson

Der Übertritt von Studierenden der Academia Engiadina in den Tourismus-Bachelor des ITF hat sich erneut bewährt. Im Rahmen des sogenannten «Koordinierten Übertrittsverfahrens» KÜV (unter der Programmleitung von Christopher Jacobson) werden Tourismus-Studierende der Academia Engiadina in Samedan (Höhere Fachschule) auf das anschliessende Studienjahr an der HTW vorbereitet, in welchem sie einen Bachelor-Abschluss erwerben. Ab Sommer 2016 profitieren nicht nur die Studierenden der Variante Praktikumsjahr, sondern auch die der Variante Saisonstellen vom weiterentwickelten Angebot des Koordinierten Übertrittsverfahrens. Dank eines Bachelor-Abschlusses können die Leistungen der Studierenden eindeutig zugeordnet werden, was bei Abschlüssen von Höheren Fachschulen im internationalen Kontext nicht immer gegeben ist.

Sport Management

Walter Burk

Erfolgreicher Start der neuen Studienrichtung «Sport Management»

Mit 40 Studierenden startete im September 2015 an der HTW Chur der erste Jahrgang des neuen und einzigartigen Bachelor of



Abbildung 17: «Sport-Management»-Studierende: Studienstart als Statisten bei Weltklasse Zürich

Science FHO in Betriebsökonomie mit Major Sport Management, der dank einer innovativen Zeitstruktur die Kombination des Studiums mit einer sportlichen oder beruflichen Karriere ermöglicht.

Das «Blended-Learning»-Konzept mit 30 Prozent Präsenzunterricht und 70 Prozent mediengestütztem Selbststudium – teilweise durch die Dozierenden begleitet – beinhaltet sechs Blockwochen und eine Prüfungswoche pro Semester. Zusammen mit der Ausdehnung des Studiengangs auf acht Semester ermöglicht diese Struktur damit die Vereinbarkeit des Studiums mit einer Sportkarriere oder einer Teilzeitberufstätigkeit.

Die Spitzensportlerinnen und -sportler des ersten Jahrgangs aus den Sparten Schneesport, Eishockey, Rudern und Radsport profitieren zusätzlich von einer flexiblen Dispositionsregelung vom Präsenzunterricht, die es ihnen ermöglicht, neben dem Studium zu trainieren und Wettkämpfe zu bestreiten.

Die Studienrichtung Sport Management, die in das ITF eingegliedert ist, baut auf den Grundlagenfächern der Betriebsökonomie auf (90 ECTS-Punkte), vermittelt mit einem Basis- und einem Fokusmodul sportmanagement-spezifische Fähigkeiten und Kenntnisse und schliesst mit der individuellen Bachelor-Thesis zu einem sportmanagement-spezifischen Thema ab (90 ECTS-Punkte).

SUES

Prof. Barbara Haller Rupf

Joint Programm der HTW Chur mit der Shanghai University of Engineering Science SUES

Initiiert durch den Hochschulrat der HTW Chur wird seit 2012 ein Joint Programm mit der Shanghai University of Engineering Science SUES für den Bereich Tourismus

aufgebaut. In einem ersten Schritt wird in Shanghai ein dreijähriger Studiengang «International Business – Tourism and Business Management» 国际商务 - 旅游及商务管理 auf Fachhochschullevel lanciert und gleichzeitig das Koordinierte Übertrittsverfahren (KÜV) für den Bachelor-Studiengang an der HTW-Chur geplant. Die Aufgaben der HTW Chur in diesem Studiengang sind einerseits Beratung der SUES bezüglich Curriculum, Didaktik und Qualitätsmanagement, andererseits werden Dozierende der HTW Chur ab Frühling 2018 ca. 30 Credit-points (vergleichbar mit ECTS) in Shanghai unterrichten und die Studierenden auf einen Übertritt in die Bachelor-Stufe 2 an der HTW vorbereiten.

Die mittel- und langfristigen Ziele dieser Zusammenarbeit sind für die HTW Chur die Internationalisierung des eigenen Portfolios sowie die Erschliessung neuer Märkte für Bildung und Forschung. Die Ziele der SUES sind das Angebot eines hochstehenden Lehrgangs in der in China boomenden Tourismusbranche sowie der Anschluss an das Schweizerische Bildungssystem.



Abbildung 18: Feierliche Eröffnung des Studiengangs International Business – Tourism and Business Management 国际商务 - 旅游及商务管理 am 20. Mai in Shanghai

Unter der Leitung von Prof. Dr. Peter Tromm fand im April 2015 die erste Weiterbildung für die chinesischen Dozierenden in Chur statt. Auf dem Programm standen neben der Einführung in den Schweizer Tourismus v. a. Unterrichtslektionen im Bachelor-Programm der HTW Chur, von den Sprachen über die Grundlagen bis hin zum E-Tourismus. Im Anschluss an die Lektionen wurde der Unterricht bezüglich Inhalten und Methodik reflektiert, um die chinesischen Dozierenden für die hiesige Art des Unterrichts auf Hochschulstufe zu sensibilisieren. Abschliessend erhielten die Besucher aus China Einblick in die Studienleitung, ins International Office, in die Bibliothek usw., und selbstverständlich durften auch Exkursionen nach Luzern und St. Moritz inklusive Shoppingmöglichkeiten nicht fehlen.



Abbildung 19: SUES Dozierenden-Weiterbildung an der HTW Chur im April 2015

Im September 2015 begannen 33 Studierende in Shanghai mit der Ausbildung. Zur feierlichen Eröffnung am 20. Mai reisten Rektor Prof. Jürg Kessler und Prof. Dr. Peter Tromm nach Shanghai, um den chinesischen Partnern die Ehre zu erweisen und die Zusammenarbeit über 9 000 Kilometer hinweg zu vertiefen. Im Jahre 2016 wird die Zusammenarbeit mit der SUES weiter vertieft, um im Januar 2017 für die ersten Unterrichtsblöcke in Shanghai bereit zu sein. Aufgrund des Wechsels von Prof. Dr. P. Tromm ins Zentrum für wirtschaftspolitische Forschung ZWF übernahm Prof. Barbara Haller Rupf per 1. Januar 2016 die Projektleitung SUES.



Abbildung 20: Willkommensfahrten auf dem Campus der SUES anlässlich der Eröffnungszereemonie des Kooperationsprogramms am 20. Mai 2015

Weiterbildung

Prof. Barbara Haller Rupf

In der ITF-Weiterbildung lag der Fokus im Jahre 2015 auf der Lancierung und Erstdurchführung der Studiengänge Executive MBA mit Vertiefung in Tourismus und Hospitality Management und dem CAS Outdoor-sport Management sowie in der wiederum kundengerechten und qualitativ hochstehenden Durchführung der bisherigen

Weiterbildungsstudiengänge der HTW Chur und der Academy of Hotel Excellence AoHE.

Folgende Weiterbildungsstudiengänge und -kurse wurden durch das Institut für Tourismus und Freizeit durchgeführt.

Studiengang / Kurs	ECTS Punkte	Partner	Anz. Studierende	Anz. Durchführungen
Executive MBA mit Vertiefung in Tourismus und Hospitality Management	60	Institut für Management-Weiterbildung IMW der HTW Chur, Academy of Hotel Excellence	6	1
MAS Hotel- und Tourismus- Management	60	Academy of Hotel Excellence	12	2
CAS Event Management	15	HFT Graubünden ESB Marketing Höhere Wirtschaftsschule Zürich HWZ	18	10
CAS Hotel- und Tourismus- Management	16	Academy of Hotel Excellence	17	3
DAS Hotel- und Tourismus- Management	30 (inkl. CAS)	Academy of Hotel Excellence	9	3
CAS Outdoorsport Management	15	Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften ZHAW, HTW Chur	15	1
Fachdiplom Leadership Basic	-	Academy of Hotel Excellence	18	9
Update Sport	-	Graubünden Sport	109	6 Kurse / Jahr

Abbildung 21: Übersicht Studiengänge Weiterbildung Tourismus

Der im September 2015 gestartete Executive MBA mit Vertiefung in Tourismus und Hospitality Management der HTW Chur ist der einzige deutschsprachige EMBA für die Branche. Die Module Unternehmensführung, Leadership, Marketing und aktuelle Ansätze aus Tourismus und Hospitality unterstützen die Studierenden auf ihrem Weg zu einer Führungsposition im Tourismus. Einzigartig am Studiengang ist der Study Trip nach Südostasien, wo die Studierenden

und weitere Tourismusinteressierte in Hongkong, Südchina und Vietnam wegweisende Tourismusprojekte wie auch die Gäste von Morgen in deren Alltag kennenlernen.



Abbildung 22: Kick-off EMBA Tourismus und Hospitality Management am 12. September 2015

Academy of Hotel Excellence: MAS- und CAS-Studiengang

Im November 2015 schlossen insgesamt 17 Studierende die dritte Durchführung des CAS Hotel- und Tourismusmanagement ab, neun Studierende haben das Zertifikat mit einer DAS-Arbeit ergänzt. Ziel der DAS-Ar-

beiten ist die vertiefte theoretische und praktische Auseinandersetzung mit einer aktuellen Fragestellung aus Hotellerie oder Tourismus. Zudem geht es darum, Ergebnisse und Erkenntnisse strukturiert darzustellen.

Den Master of Advanced Studies MAS in Hotel- und Tourismusmanagement

Folgende Arbeiten wurden im Oktober 2015 eingereicht:

Studierende/r	Titel	Auftraggeber
Franziska Ast	Innovative Ideenentwicklung in der Hotellerie mithilfe der Design-Thinking-Methode	The Dolder Grand
Petra Eggenberger	Bedeutung von Prospekten im Online-Zeitalter und die damit verbundene Auswirkung der Tourismusdestination Heidiland	Heidiland Tourismus AG
Fabian Grütter	Eurokrise im Dolder Grand	The Dolder Grand
Robert Heinevetter	Trends in der Europäischen Saunakultur	Tamina Therme, Grand Resort Bad Ragaz
Melinda Pinto	Produktentwicklung Ferienwohnungen auf dem Bauernhof	Gain & Catherine Coretti
Larissa Scheiwiller	Die Rolle und Funktion eines externen Wedding Planners an der Schnittstelle zwischen Luxushotellerie und den Brautpaaren	The Dolder Grand
Anke Scherrer	PW / Schulungskonzept für LOA im F&B-Department im GRBR	Grand Resort Bad Ragaz

Abbildung 23: Überblick DAS-Arbeiten

2015/16 besuchen zwölf Studierende. Nach zwei Semestern im Jahr 2015 und einem im Jahr 2016 folgt die MAS-Thesis und im November 2016 die Diplomierung.



Abbildung 24: Die beste DAS-Arbeit verfasste Fabian Grütter vom Dolder Grand

CAS Outdoorsport Management auf dem Grat zwischen Tourismus- und Ökologieinteressen

Mit viel Elan starteten Studierende, Dozierende wie auch die Studienleitung den ersten CAS Outdoorsport Management. Das erklärte Ziel – eine Weiterbildung an der Schnittstelle zwischen Ökologie und Tourismus – konnte realisiert werden. Während der sieben Unterrichtsmodule gewannen die Studierenden Einblick in die Bereiche Tourismus, Ökologie, Sicherheit und Recht, Besuchererwartungen und -management, Produktentwicklung und Marketing sowie Qualitätsmanagement.

Im Rahmen der Abschlussarbeit erhielten die Studierenden die Möglichkeit, ein selbstgewähltes Thema aus dem Bereich Outdoorsport Management vertieft zu erarbeiten und mit einer Fachperson zu reflektieren.

Die Gratwanderung respektive die Interessenskonflikte zwischen der Nutzung der Natur durch Freizeitaktivitäten und Tourismus und deren Schutz als Basis für naturbasierte Freizeitangebote werden künftig wohl noch zunehmen. Der CAS Outdoorsport Management thematisiert dies und liefert vor allem die Grundlagen für ökologisch sinnvolle und gleichzeitig wirtschaftlich erfolgreiche Freizeit- und Tourismusangebote.



Abbildung 25: Unterrichtsmodul Didaktik auf dem Arnesee bei Gstaad

Last but not least ...

- Das ESB Marketing Netzwerk unter der Leitung von Hans-Willy Brockes und das CAS Event Management sind seit 2015 Partner.
- Mitte September 2015 verliess Monika Heeb-Lendi das Weiterbildungsteam. Sie hat wesentlich zum Erfolg der Tourismusweiterbildung beigetragen. Die Studienassistentz wird seither durch Tanja Bügler wahrgenommen. Sie hat an der HTW Chur den Bachelor in Tourism und an der ZHAW den Master in Life Sciences erworben.

Wir danken allen Dozierenden, die sich 2015 in der Weiterbildung Tourismus für die Studierenden engagiert haben:

Roland Anderegg, Prof. Dr. Mario Barblan, Prof. Dr. Frank Bau, Marcel Benz, Prof. Dr. Pietro Beritelli, Michael Berndonner, Thomas Berner, Dr. Heinrich Bischoff, Claude Blatter, Dr. Philipp Bocksberger, Hans Willy Brockes, Katrin Blumberg, Henning Buhmann, Prof. Dr. Urs Bumbacher, Walter Burk, Sandra Caviezel, Lic. iur. Rita Christen, Peter Claus, Edmund Deck, Prof. Dr. Andreas Deuber, Dr. Monika Engler, Dr. Eric Dieth, Dr. David Ermen, Desmont Frey, Dr. Walter Frey, Mag. Alexander Fritsch, Prof. Dr. Dominique R. Gerber, Sven Häberlin, Prof. Barbara Haller Rupf, Nicholas Hansen, Stefan Haensel, Luzi Heimgartner, Norbert Hörburger, Beat Imhof, Dr. Andreas Jäggi, Dr. Karin Jeker Weber, Pascal Jenny, Christoph Jordi, Roland Köppel, Brigitte Küng, Ruedi Kunz, Prof. Dr. Christian Lässer, Prof. Dr. Tobias Luthe, Markus Markwalder, Rolf Metz, Ewa Ming, Nicoletta Müller, Marco Neuhaus, Martin Oswald, Prof. Dr. Harald Pechlaner, Peter Plan, Samuel Röthlisberger, Patrick Rüedi, Andreas Schelbert, Prof. Dr. Lutz E. Schlange, Melanie Schmidlin, Sebastian Ranly, Marianne Roth, Prof. Dr. Reto Rupf, Paul Ruschetti, Dr. Alexander Schmidt, Jon Andrea (Andy) Schocher, Prof. Dr. Peter Tromm, Patrick Vogler, Roger Walser, Jörg Werner, Michael Wicky, Dr. Andreas Wittmer, Yvonne Wüthrich, Martin Wytenbach, Sämi Wytenbach, Anja Zimmermann, Reto Züblin und Beate Zwermann.

Angewandte Forschung und Entwicklung

Prof. Dr. Sylvia Manchen Spörr
Norbert Hörburger

Forschungsschwerpunkt

Der Forschungsschwerpunkt Tourismusentwicklung gliedert sich in das systemische Verständnis von Tourismus-, Regional- und Infrastrukturentwicklung im Departement Lebensraum ein. Dabei wird die touristische Welt als Kern in den Mittelpunkt gestellt und in Bezug zur tourismusrelevanten Umwelt gesetzt. Die angewandte Forschung und Entwicklung des ITF versteht Tourismus als ein komplexes, dynamisches Mensch-Umwelt-System, bei dem vielfältige ökonomische, ökologische und soziale Aspekte zum Tragen kommen. Darum wird die nachhaltige Entwicklung als Querschnittsthema in die drei folgenden Forschungsfelder integriert:

a) Entwicklung und Management von Destinationen

Zielsetzung der angewandten Forschung und Entwicklung in diesem Bereich sind leistungsfähige Destinationen. Insbesondere gehen wir den Fragen nach:

- In welchen Formen und unter welchen Bedingungen arbeiten Leistungsträger unter sich und mit den Tourismusorganisationen optimal zusammen?
- Wie nutzen die Destinationen Synergien und können sich strategisch weiterentwickeln?

b) Entwicklung und Management von touristischen Infrastrukturen

In diesem Forschungsfeld befasst sich das ITF mit der Entwicklung von tragfähigen Tourismusinfrastrukturen unter spezieller Berücksichtigung der Anforderungen alpiner und saisonaler Standorte. Für unsere Auftraggeber und Projektpartner beantworten wir dabei folgende Fragestellungen:

- Wie können touristische Infrastrukturangebote (Beherbergungsbetriebe, Bergbahnen, Sport- und Freizeitanlagen etc.) entwickelt und wirtschaftlich betrieben werden?
- Wie müssen touristische Infrastrukturen gestaltet sein, um sich passend in den Destinationskontext einzugliedern?

c) E-Tourismus

Mit dem Forschungsfeld E-Tourismus sind wir auf die Erforschung der Digitalisierung und der entstehenden neuen Technologien im Tourismus ausgerichtet, um sie in einem grösseren Zusammenhang zu verstehen und zielgerichtet bei Anwendungspartnern einzusetzen. Folgende Leitfragen stehen dabei im Vordergrund.

- Wie verhalten sich Konsumentinnen und Konsumenten im digitalisierten Umfeld (z. B. beim Informations- und Buchungsverhalten, beim Teilen und Empfehlen von Reise-Erfahrungen oder bei der Bewertung touristischer Angebote)?
- Wie verändert sich die Angebotsentwicklung für touristische Unternehmen und wie können digitale Angebote implementiert werden?

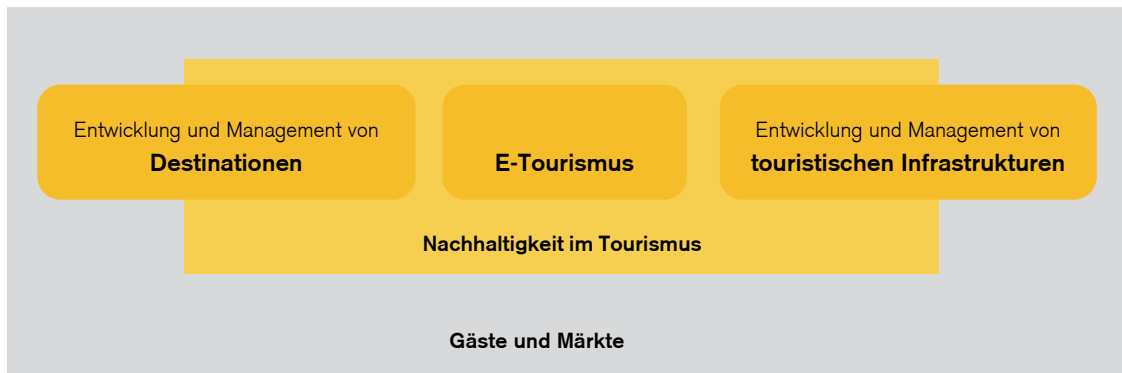


Abbildung 26: Forschungsfelder

Forschungsprojekte

Forschungsfeld Entwicklung und Management von Destinationen

China Inbound Services (laufend)

Optimales Touroperating für chinesische Gäste in Graubünden.
Gefördert durch das Kooperationsprogramm im Bündner Tourismus 2014 – 2021
Leitung: Barbara Haller Rupf
Partner: Destination Davos-Klosters und Destination Engadin-St. Moritz
Team: T. Bügler, B. Haller Rupf, F. Schläppi, K. Schillo (SIFE)
Projektdauer: 2015 – 2016
Ansprechpartner: Barbara Haller Rupf

GraubündenBIKE (abgeschlossen)

Mountainbiker-Befragung im Kanton Graubünden.
Im Auftrag des Tiefbauamts Graubünden (Fachstelle Langsamverkehr)
Leitung: Domenico Bergamin
Team: R. Walser
Projektdauer: 2015
Ansprechpartner: Domenico Bergamin

**GraubündenHIKE Kompendien
(laufend)**

Erarbeitung von Kompendien zur Wanderweg-
netzoptimierung in Graubünden.
Im Auftrag des Tiefbauamts Graubünden
(Fachstelle Langsamverkehr)
Leiter: Frieder Voll
Team: F. Voll und J. Mosedale
Partner: STW AG für Raumplanung
Projektdauer: 2015 – 2016
Ansprechpartner: Frieder Voll und Jan
Mosedale

**Marktforschung Graubünden
(laufend)**

Vierjähriger Leistungsauftrag zur Untersu-
chung jährlich wechselnder Themenschwer-
punkte. Im Jahr 2015 wurde das Thema sai-
sonale Klimaverschiebung und flexible
Feriengestaltung behandelt.
Im Auftrag des Amtes für Wirtschaft und Tou-
rismus (AWT) Graubünden
Leitung: Paul Ruschetti
Team Marktforschung: A. Aebli, P. Ruschetti,
N. M. von Bergner
Team Tourismus-Trendforum: D. Bergamin,
F. Schläppi
Projektdauer: 2015 – 2018
Ansprechpartner: Paul Ruschetti

**Neue Perspektiven auf die
Siedlungsverdichtung
(abgeschlossen)**

Interdisziplinäres Projekt der Fachhochschule
Ostschweiz (HTW Chur, FHS St. Gallen, HSR
Rapperswil, NTB Buchs)
Leitung (HTW Chur): Werner Hediger
Projektdauer: 2014 – 2015
Ansprechpartner (ITF): Frieder Voll

**Value_Nat_Cult
(abgeschlossen)**

Wertschöpfung von Natur- und Kulturgütern in
der Schweiz – Prototyp Graubünden.
Im Auftrag des Amtes für Natur und Umwelt
(ANU) Graubünden
Leiter: Tobias Luthe
Team: S. Simon, W. Hediger, P. Baur, M.
Papst; R. Walser, F. Voll (ITF); D. Siegrist,
L. Ketterer (ILF HSR).
Projektdauer: 2013 – 2015
Ansprechpartner: Patrick Baur (ZWF)

**Wege als touristisches Potenzial
(laufend)**

Wahrnehmung und Wertschöpfung von natur-
nahen Wegen in touristischen Destinationen.
Beitraggeber: ARE Graubünden, Wanderwege
Schweiz
Leiter: Frieder Voll
Team: F. Voll, J. Mosedale, P. Baur (ZWF)
Projektdauer: 2015 - 2016
Ansprechpartner: Frieder Voll

Forschungsfeld Entwicklung und Management von touristischen Infrastrukturen

**Design to cost in der Schweizer
Ferienhotellerie (siehe S. 41)
(abgeschlossen)**

Studie über die Ausrichtung an tragbaren Ziel-
kosten bei der Entwicklung von kommerziellen
Beherbergungsangeboten am Beispiel Grau-
bündens.
Unterstützt durch den Förderverein der HTW
Chur
Leiter: Andreas Deuber
Team: A. Deuber, N. Hörburger, F. Schläppi
Projektpartner: Basler & Hofmann AG, Ingeni-
eure, Planer und Berater Zürich, Baumeister-
verband Graubünden Chur, Implenia Schweiz
AG, Geschäftsstelle Graubünden – Region
Ost, PWC Real Estate Advisory
Zürich
Projektdauer: 2013 – 2015
Ansprechpartner: Andreas Deuber

**Bewertung verschiedener Ausbauszenarien
für ein Hotel mit Tagungszentrum
(abgeschlossen)**

Wirtschaftlichkeitsberechnungen zur Beurtei-
lung der Vorteilhaftigkeit verschiedener Inves-
titionsalternativen jeweils aus Sicht des Ver-
pächters und Pächters.
Im Auftrag der Tagungs- und Seminarzentrum
Schloss Marbach GmbH, Öhningen (D)
Leiter: Norbert Hörburger
Team: A. Deuber, N. Hörburger, F. Schläppi
Projektdauer: 2015
Ansprechpartner: Norbert Hörburger

**Budgetplanung und Beratung für eine
Berggastronomie
(abgeschlossen)**

Anpassung einer mehrjährigen Budgetrechnung für ein neuerstelltes Bergrestaurant.
Im Auftrag der Alp Bischof Tourismus AG, Elm
Leiter: Norbert Hörburger
Projektdauer: 2015
Ansprechpartner: Norbert Hörburger

**Budgetplanung und Beratung eines
Ferienhotels
(abgeschlossen)**

Erstellung einer mehrjährigen Budgetplanung.
Im Auftrag des Hotels Arancio, Ascona
Leiter: Norbert Hörburger
Team: A. Deuber, N. Hörburger
Projektdauer: 2015
Ansprechpartner: Norbert Hörburger

**Machbarkeitsstudie über Nutzungsvarianten
für das Eisfeld Davos
(laufend)**

Bestimmung und Bewertung von Nutzungsalternativen für Europas grösstes Natureisfeld.
Im Auftrag der Destination Davos-Klosters
Leiter: Domenico Bergamin
Team: D. Bergamin, R. Anderegg
Projektdauer: 2015 – 2016
Ansprechpartner: Domenico Bergamin

**Resort-Entwicklung Sattel-Hochstuckli
(laufend)**

Evaluation der Entwicklungsmöglichkeiten eines Ferienresorts in der Gemeinde Sattel.
Im Auftrag der Sattel-Hochstuckli AG, der Gemeinde Sattel und der Regionalentwicklung des Kantons Schwyz
Leiter: Norbert Hörburger
Team: N. Hörburger, F. Schläppi
Projektdauer: 2015 – 2016
Ansprechpartner: Norbert Hörburger

Forschungsfeld E-Tourismus

**Ausschalten zum Abschalten? Nutzung
mobiler Dienste zur Information und
Kommunikation im Urlaub (siehe s. 40)
(abgeschlossen)**

Studie im Auftrag des kantonalen Amtes für Wirtschaft und Tourismus (AWT) Graubünden
Leiter: Paul Ruschetti
Team: P. Ruschetti, A. Aebli, N. M. von Bergner
Projektdauer: 2014 – 2015
Ansprechpartner: Annika Aebli

**Online-Buchungstool für Gruppenreisen
(laufend)**

Entwicklung einer Online-Buchungslösung für Gruppen in Echtzeit.
Gefördert durch die Kommission für Technologie und Innovation (KTI)
Leiter (ITF): Domenico Bergamin
Team: N. Stettler, M. Aschwanden (SII), M. Studer (IKT), D. Bergamin, N. M. von Bergner, C. Jacobson
Projektdauer: 2016 – 2018
Ansprechpartner: Domenico Bergamin

Projekte im Querschnittsthema Nachhaltigkeit

**Sustainability Assessment in Mountain
Tourism (siehe s. 43)
(laufend)**

Partner: Sustainable Mountain Tourism Alliance (SMTA), Mountain Research Initiative (MRI) Universität Bern, Mountain Riders (FR)
Projektteam: Tobias Luthe, Melanie Rottmann
Projektdauer: 2014 – 2017
Ansprechpartner: Tobias Luthe

**ArcAlpNet – Arctic Alpine Networks
(laufend)**

Ein arktisch-alpiner Vergleich touristischer Kooperations-Netzwerke in der Resilienz zu Klimaveränderungen.
Partner: Swiss Network of International Studies (SNIS), Region Surselva, Governor of Longyearbyen, CICERO Universität Oslo, Universität Genf, Vibrant Data Labs, Gemeinde Qeqertarsuaq (Grönland), San Bernardino Tourismus
Leiter: Tobias Luthe
Team: T. Luthe, R. Wyss, M. Rottmann
Projektdauer: 2013 – 2016
Ansprechpartner: Tobias Luthe

**Green Tourist
(laufend)**

Nachhaltigkeit, Gästeverhalten und Zahlungsbereitschaft in alpinen Destinationen.
Partner: Weisse Arena Gruppe
Leiter: Tobias Luthe
Team: T. Luthe, D. Bergamin
Projektdauer: 2014 – 2016
Ansprechpartner: Tobias Luthe

Sustainability Assessment in the Outdoor Industry (laufend)

Messung, Kommunikation, Umsetzung von Nachhaltigkeit in der Outdoor Industrie; Entwicklung von Parametern und Indikatoren und deren Gewichtung.

Partner: Greenroom Voice, Agence Innovation Responsable (FR), Transa, Mammut, Patagonia

Leiter: Tobias Luthe

Team: T. Luthe, D. Bergamin

Projektdauer: 2012 – 2017

Ansprechpartner: Tobias Luthe

Projekte im Bereich Sport

Informations- und Wassersportzentrum Ruinaulta, Standort Ilanz (siehe s. 42) (abgeschlossen)

Vorstudie im Auftrag der Regionalentwicklung Surselva

Leiter: Jan Mosedale

Team: J. Mosedale, F. Voll

Projektdauer: 2015

Ansprechpartner: Jan Mosedale

Visuelle Wahrnehmung von Sponsoringbotschaften im internationalen Eishockey (abgeschlossen)

Eye-Tracking-Studie zur Messung und Bewertung des Nike-Sponsorings beim Internationalen Eishockey-Verband (IIHF) inklusive Erarbeitung von Optimierungsvorschlägen.

Partner: International Ice Hockey Federation (IIHF) Zürich

Leiter: Jon Andrea Schocher

Team: P. Ruschetti, A. Aebli und G. Coray (studentische Hilfskraft)

Projektdauer: 2014 – 2015

Ansprechpartner: Jon Andrea Schocher

Analyse und Weiterentwicklung der Sponsoringspartnerschaft (abgeschlossen)

Sponsoringpartnerschaft zwischen der Heidiland Tourismus AG und dem VfL Wolfsburg.

Partner: Heidiland Tourismus AG Bad Ragaz

Leiter: Jon Andrea Schocher

Projektdauer: 2015

Ansprechpartner: Jon Andrea Schocher

Referenzprojekte

Ausschalten zum Abschalten?

Nutzung mobiler Dienste zur Information und Kommunikation im Urlaub

Die rasanten technologischen Fortschritte und Innovationen im Bereich der mobilen Kommunikation haben in jüngster Zeit zu tiefgreifenden Veränderungen auf kommunikativ-medialer Ebene geführt. Dank der zunehmenden Ausdifferenzierung und Erweiterung der Kommunikationsformen über mobile Medien stehen heute immer mehr Informationen immer schneller und auf unterschiedlichsten Kanälen zur Verfügung. Damit einher ging allerdings auch eine Reizüberflutung im Alltag.

Jüngste Daten zur Internet-Nutzung über mobile Endgeräte dokumentieren dies augenfällig: 2014 nutzten 66 % der in der Schweiz lebenden Personen das Internet auch ausserhalb des privaten Heims und Arbeitsplatzes, und zwar vorwiegend über ihr Smartphone (63 %) (BFS, 2015).

Dieser Trend der zunehmenden Nutzung mobiler Endgeräte zur Information und Kommunikation ist auch im Tourismus deutlich erkennbar. Bei 45 % der Haupturlaubsreisen¹ im Jahr 2014 nutzten die Urlauber ihr Smartphone oder Tablet auch von unterwegs (FUR, 2015). Das mobile Internet wird insbesondere während des Urlaubs als hauptsächliches Instrument zur Informationssuche genutzt (RA online, 2014). Zu den Nutzungsbereichen zählen u. a. E-Mails (84 %), aktuelle Wetterinformationen (76 %), Dienste für Sofortnachrichten wie WhatsApp (65 %) und Routenplanung (62 %) (RA online, 2014). Diese Erkenntnisse zeigen

deutlich das Bedürfnis der Gäste, auch während des Urlaubs einen bequemen und schnellen Zugang zu Informationen zu haben. Diese Daten beziehen sich auf ein generelles Nutzerverhalten, d. h. es wurde hierbei nicht zwischen unterschiedlichen Urlaubsarten unterschieden. Unsere Gästebefragung in Graubünden befasste sich dagegen explizit mit Verhaltensmustern von Gästen im alpinen Raum.

Gerade bei einem Bergurlaub kann die ständige Informationsverfügbarkeit jedoch auch als Zielkonflikt interpretiert werden. Die Mehrheit dieser Gäste (69 %) nennt nämlich «Natur zu geniessen» als Hauptmotiv ihres Urlaubs in den Bergen (Ruschetti, Nabitz & Voll, 2014). Daraus ergeben sich folgende Fragen: Wie gehen Gäste mit diesem Zielkonflikt um? Wie und wofür nutzen Gäste in den Bergen ihr mobiles Endgerät? Sind die Gäste bereit, im Urlaub auf ihr Smartphone zu verzichten?

Insgesamt wurden für die Studie rund 1 500 Gäste in elf verschiedenen Bündner Destinationen² während der Sommer-Hochsaison von Mitte Juli bis Mitte August 2014 befragt. Dabei handelte es sich um ein Convenience Sample, wobei das Sample jedoch auf Übereinstimmung mit der Gästestruktur im Kanton Graubünden geprüft wurde. Im Zentrum stand die Frage nach der Bekanntheit und der tatsächlichen Nutzung von gewissen mobilen Diensten. Zudem wurde in der Befragung auch die Einstellung zu einem Offline-Urlaub thematisiert.

Der Gast will Informationen, keine Spielereien

Die Resultate zur Nutzung von mobilen Apps zeigen, dass vor allem Anwendungen mit praktischen Informationen gefragt sind,

¹ Wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres der deutschsprachigen Bevölkerung (FUR, 2015).

² Davos Klosters, Engadin Scuol Samnaun (Val Müstair), Engadin St. Moritz, Flims Laax, Arosa,

Lenzerheide, Viamala, Chur / Bündner Herrschaft, Prättigau, Surselva (Disentis, Sedrun), Savognin (Bergün, Filisur)

nicht aber spielerische Elemente. Solche werden von 64 % der Befragten selten bis nie genutzt. Auch spezifische Anwendungen wie Wander- und Bike-Apps sind nicht mehrheitsfähig. Solche Angebote sprechen nur eine geringe Anzahl Feriengäste an. Anders sieht es bei informativen Apps wie bspw. Verkehrs- und Wetter-Apps aus: Hier sinkt die Anzahl der Nichtnutzer auf 18 % resp. 13 %.

Offline-Urlaub – bloss ein Lippenbekenntnis?

28 % der Gäste könnten sich vorstellen, bis zu eine Woche im Urlaub auf onlinefähige Geräte zu verzichten und somit komplett von der Online-Welt abgetrennt zu sein. Dies ist insofern erstaunlich, als doch 40 % der Gäste angeben, während des Urlaubs bis zu einer Stunde pro Tag online zu sein. Weshalb die Mehrheit der Gäste während des Urlaubs nicht gänzlich auf das Online-Sein verzichtet und dazu momentan scheinbar auch nicht in der Lage ist, liegt darin begründet, dass man diese Form der sozialen Kontakte und den Austausch nicht missen möchte. Ein Drittel der Befragten gibt nämlich die sozialen Kontakte, den Austausch sowie familiäre Aspekte als Hindernisgründe für einen Offline-Urlaub an.

Design to cost in der Schweizer Ferienhotellerie

Es hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass saisonale Hotels Renditeprobleme haben und dass darin u. a. ein Grund für viele Geschäftsaufgaben liegt. Ist das tatsächlich so? Was sind die Auswirkungen und mögliche Massnahmen?

Grundgedanke ist die Produkthanpassung an die Rahmenbedingungen

Die verwendete Forschungskonzeption geht von dem Gedanken aus, dass sich nie die Rahmenbedingungen an das Produkt anpassen, sondern dass das Produkt so gestaltet werden muss, dass erfolgreiches Geschäften

innerhalb der gegebenen Rahmenbedingungen möglich ist. Das kommt durch den Titel «Design to Cost» zum Ausdruck. Dieser in der Industrie bekannte Ansatz basiert darauf, dass die Kosten für ein Produkt konsequent so lange minimiert werden, bis die festgesetzten Zielkosten erreicht sind. Auf den Tourismus angewendet bedeutet dies, dass eine Beherbergungsimmoblie im Bau und Betrieb nur so viel kosten darf, wie rentabilisiert werden kann, und zwar bei einer Vollkostenrechnung (sämtliche Betriebs-, Immobilien- und Kapitalkosten).

Betriebs- und Destinationstyp matchentscheidend

Hotels sind immer mit hohen Kosten verbunden, einmal bei der Investition und den damit verbundenen Kapitalkosten, dann aber auch beim Betrieb, der personalintensiv und daher im Hochkostenland Schweiz teuer ist. Aber das muss nicht zwingend so sein, wenn die Bereitschaft besteht, unkonventionell und innovativ zu denken, sei es durch die Verwendung von standardisierten industriellen Bauprozessen, sei es durch die konsequente Infragestellung von Servicekosten, wenn diese nicht auf den Preis geschlagen werden können. Dies ist, wie die Studie zeigt, nicht an sämtlichen Standorten in gleicher Weise möglich, sondern destinationsabhängig. Das traditionelle Hotelmodell ist nicht per se wirtschaftlich problematisch, sondern einfach an bestimmten Orten gegenüber anderen Beherbergungsformen unterlegen. Entsprechend hängt die wirtschaftliche Machbarkeit eines bestimmten Betriebstyps vom Preisniveau und von der Jahresauslastung ab, die in einer bestimmten Destination erreicht werden können.

Im Untersuchungsdesign wurden Standardhotels im 2- und 3-Sterne-Bereich, im Mittelklassebereich (3-Stern Superior und 4-Stern) und im Hochklassebereich (4-Stern Superior und 5-Stern) sowie Kollektivunterkünfte untersucht und mit kommerziell bewirtschafteten Ferienwohnungen verglichen,

und zwar an verschiedenen standardisierten Standorten. Die Destinationsräume Graubündens wurden zu diesem Zweck in vier vergleichbare Typen eingeteilt.

Bewirtschaftete Wohnungen erfolgsversprechend

Während bestehende Hotels an geeigneten Standorten und bei gutem Management sowie konstanter Abschreibungs- und Investitionspolitik auch bei anspruchsvollen Rahmenbedingungen überlebensfähig und rentabel sein können, sind neue Hotels ohne Quersubventionen schwierig zu rentabilisieren.

Kollektivunterkünfte, zum Beispiel von Bergbahnen, und bewirtschaftete Appartements, wie sie heute vereinzelt realisiert werden (zum Beispiel in einem neuen Resort in Brigels mit 500 warmen Betten), können in die Bresche springen. Solche Anlagen sind auch nach Annahme der Zweitwohnungsinitiative zulässig, wenn es sich um strukturierte Beherbergungsangebote handelt, die im Rahmen von Hotels oder hotelmässigen Residenzen erstellt werden.

Informations- und Wassersportzentrum Ruinaulta, Standort Ilanz

Die Interessengemeinschaft Wildwasserunternehmen Vorderrhein will ein Wassersportzentrum, integriert mit anderen Angeboten, in Ilanz entwickeln und umsetzen. Eine Analyse soll als Grundlage für die Ideenfindung und für weitere Diskussionen dienen und dabei auch ein mögliches Betriebskonzept für solch ein Wassersportzentrum formulieren. Dabei wird auch auf mögliche Synergien mit weiteren Gebäudestrukturen in der Umgebung eingegangen. Im Anschluss müssen die Ergebnisse im Rahmen eines Vorprojektes detailliert mit den verschiedenen Interessenvertretern abgestimmt und ausgeführt und daraufhin eine Machbarkeitsstudie in

Bezug auf das Nachfragepotenzial für dieses Angebot durchgeführt werden.

Zielsetzung: Visionsentwicklung für das Wassersportzentrum

Der Wassersport (geführt oder individuell) spielt in der Surselva eine wichtige Rolle, da sich hier aufgrund des Zusammenflusses von Vorderrhein und Glenner und der nachfolgenden Ruinaulta beste Wassersportmöglichkeiten ergeben. Ilanz ist dabei der Hauptausgangspunkt für zahlreiche Wassersportaktivitäten. Das übergeordnete Ziel ist es nun, eine Vision und ein Betriebskonzept für ein mögliches Wassersportzentrum in Ilanz zu erstellen und dabei verschiedene Angebote und Nutzungsaktivitäten zu diskutieren. Ilanz ist mit seiner Lage im Zentrum vielfältiger Rafting- und Kayakangebote prädestiniert, eine international bekannte Destination für Wildwassersportaktivitäten zu werden.

Wassersporttourismus mit erheblichem Potenzial

Als Vorbilder dienen hier die Ardeche und Durance in Frankreich, das Ötztal in Österreich und die Soča in Slowenien. In diesen Regionen hat sich der Wassersporttourismus zur touristischen Haupteinnahmequelle entwickelt und teilweise den Wintertourismus überholt. Die Wassersportler könnten damit für Ilanz mehr als eine touristische Nische werden. Die Gäste haben in Ilanz einerseits direkten Zugang zur Ruinaulta, einem UNESCO-Weltnaturerbe, und dem Rhein, der gleichzeitig ein familiengeeigneter Wildwasserfluss ist, und andererseits zum Glenner, einem anspruchsvolleren Fluss, der insbesondere fortgeschrittene Wildwasserfahrer anspricht. Die Flüsse um Ilanz sind in der Wassersportszene international bekannt und bieten unterschiedlichen Nutzergruppen die Möglichkeit, Wassersportaktivitäten nachzugehen, ähnlich einem Skigebiet mit blauen, roten, schwarzen und Freeride-Pisten. Schon jetzt haben daher verschiedene Was-

sportunternehmen und -vereine viele Angebote und Aktivitäten in der Umgebung von Ilanz im Programm.

Mit einem Wassersportzentrum sollen das Angebot und die Infrastruktur verbessert und in Wert gesetzt werden. Dies würde zu einer erhöhten Sichtbarkeit von Ilanz führen und neue Gästeschichten anziehen. Gleichzeitig könnten mit einem Ruinaulta-Informationszentrum Synergien genutzt werden und Ilanz nicht nur für Wassersportler zu einem «Tor zur Ruinaulta» werden.

Vision der Flusslandschaft als Herz von Ilanz

Das neue Wassersportzentrum bietet ein neues und innovatives sportliches Angebot, welches Ilanz die Kompetenz verleiht, im Bereich (Wild)Wassersport alpenweit ein Vorreiter zu werden. Bisher gibt es keine Region, in der ein so vielfältiges Angebot an Wildwasserstrecken für Anfänger und Köhner bereitgestellt wird und gleichzeitig auch im Bereich Flusssurfen ein Angebot vorhanden ist. Neue Wassersportangebote werden auch neue Gästesegmente und mehr Individualtouristen nach Ilanz bringen, wovon insbesondere die Beherbergungsindustrie profitieren kann, wenn sie sich gezielt auf die neuen Gäste einstellt. Neben auswärtigen Gästen werden aber auch einheimische Freizeitnutzende aus der Region angesprochen. Von beiden Nutzergruppen wird direkt auch die Gastronomie in der Umgebung des Wassersportzentrums profitieren – nicht zuletzt, weil das Angebot den Bekanntheitsgrad von Ilanz auch bei weiteren Touristengruppen steigern wird, wenn das Zentrum darüber hinaus als Informationszentrum und «Tor zur Ruinaulta» genutzt werden kann. Daher sind weitere Angebote (bspw. Wasserweg) im Sinne der Wertschöpfung wichtig, um Gäste nach Ilanz zu locken.

Die erarbeitete Vorstudie dient als Grundlage für weitere Diskussionen zu einem möglichen Informations- und Wassersportzentrum in Ilanz und weist auf ein mögliches

Betriebskonzept für ein solches Zentrum hin. Weiterführend soll die erarbeitete Vision mit den verschiedenen Interessenvertretern abgestimmt werden, sodass die Surselva und insbesondere das Gebiet um Ilanz als international bekannte Wassersportregion entwickelt werden können.

Sustainability Assessment in Mountain Tourism

Nachhaltigkeit ist spätestens seit der internationalen Anerkennung der 17 UN Sustainable Development Goals 2015 als gesellschaftliche Zielsetzung etabliert. Der Tourismus ist Teil dieser Entwicklung und auch im alpinen Tourismus findet Nachhaltigkeit als Zielgrösse verstärkte Anwendung, um in den Hauptdimensionen Umwelt, Wirtschaft und Soziales zukunftsfähige Konzepte umzusetzen.

Die Definition konkreter Veränderungen bedingt die Messung von Nachhaltigkeit, was jedoch ein aufwändiges Unterfangen ist. Nachhaltigkeit als dynamisches, komplexes und in Teilen normatives Konzept ist nicht leicht zu messen und zu kommunizieren. Gerade im Tourismus, und speziell im alpinen Tourismus, bestehen eine Vielzahl von Indikatorensystemen zur Messung sowie Labels zur Kommunikation von Nachhaltigkeit. Eine vereinheitlichende Übersicht und eine bessere Zusammenarbeit der verschiedenen Stakeholder würden helfen, Nachhaltigkeit vergleichbarer zu messen und daraus effektive und effiziente Massnahmen abzuleiten. Final würde dies auch die Kommunikation von Nachhaltigkeit gegenüber den Touristen verbessern, um Auswahlentscheidungen nach Nachhaltigkeitskriterien auszurichten.

Zusammenführung von Messung, Kommunikation und Umsetzung als Ziel

Ziel dieses Projektes ist es, die existierenden Bemühungen zur Messung, Kommunikation und Umsetzung von Nachhaltigkeit im

alpinen Tourismus zusammenzuführen und gemeinsam weiter zu entwickeln. Es gibt über 100 Labels im Tourismus, die direkt oder indirekt mit Nachhaltigkeit zu tun haben, und zirka 20, die direkt im alpinen Tourismus angewandt werden. Ihre Messkriterien, Systemgrenzen und Aussagen sind sehr unterschiedlich, teilweise intransparent.

Mit netzwerkorientierter Forschung sollen Indikatorensysteme überprüft, angepasst, erweitert und in unterschiedlichsten Kontexten getestet werden. Ziel ist die Entwicklung einer quantitativen und international vergleichbaren Mess- und Reportingmethode für alpine Tourismus-Destinationen. Die SMTA soll dabei zunächst eine vergleichende Übersicht bestehender, relevanter Labels erarbeiten (Abbildung 27).



Abbildung 27: Eine funktionale Übersicht über bestehende Labels für Nachhaltigkeit im alpinen Tourismus

Vorgehensweise

Die Gründung der Sustainable Mountain Tourism Alliance (SMTA) in Zusammenarbeit mit Organisationen aus verschiedenen europäischen Ländern wurde beim 1. SMTA Symposium an der HTW Chur im Januar 2015 vorgenommen. An diesem Fachsymposium mit über 70 internationalen Teilnehmenden wurden bestehende Messsysteme und Labels vorgestellt und diskutiert, und es wurden konkrete Empfehlungen für das weitere Vorgehen, die Bildung neuer Netzwerke und konkrete Forschungsfragen entwickelt. Die Diskussionen, Präsentationen und Diskussionsbeiträge wurden online veröffentlicht. Ein aufbauendes SMTA Symposium

wurde für 2016 in Chamonix geplant. Im Jahr 2016 sollen die entwickelten Indikatorensysteme in alpinen Destinationen hinsichtlich ihrer Messbarkeit getestet werden und die Ergebnisse sollen 2017 veröffentlicht werden. Dabei findet ein enger Forschungsaustausch mit der Mountain Research Initiative (MRI) statt, um die Systemgrenzen touristisch geprägter Bergregionen mit der generellen Bergthematik zu verzahnen.

Ergebnisse

Beispiel eines Ergebnisses aus diesem mehrjährigen Projekt ist die Bildung neuer Netzwerke von unterschiedlichen Stakeholdern, um die individuellen Bemühungen und Projekte bestmöglich zusammenzuführen. Es wurde vorgeschlagen, dass die Entwicklung von Parametern und Indikatoren sowie deren Gewichtung angelehnt an die Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) erfolgen sollten. Dabei sollen lokalspezifische Besonderheiten alpiner Destinationen, wie etwa die technische Beschneidung, sowie insbesondere die Mobilität, Hotellerie und Gastronomie mit in die zu messenden Systemparameter aufgenommen werden. Dazu wird die Entwicklung eines Komposit-Indikators empfohlen, welcher den «carbon footprint» (ökologischen Fussabdruck) enthält.

Wissenstransfer

Tourismus Trendforum

Das Bündner Tourismus Trendforum (TTF) ist eine alljährlich stattfindende Netzwerkveranstaltung des ITF, an der relevante Tourismusthemen aufgegriffen und diskutiert werden. Die Veranstaltung richtet sich an touristische Leistungsträger in Graubünden, lokale und regionale Tourismusorganisationen, touristische Branchenverbände, tourismuspolitische Amtsstellen und Behörden.

Die aktuelle wirtschaftliche Situation hat es an sich, dass viel über Probleme diskutiert wird, nicht nur im Tourismus, sondern generell in der Exportwirtschaft. Aber nicht bloss die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verlangen dem Tourismus derzeit viel ab, sondern auch die klimatischen. Das Thema Klimawandel ist nicht bloss Theorie in den Köpfen von Forschern, sondern kann auch

Dieser Realität konnte sich auch das TTF nicht entziehen, sondern hat den Klimawandel thematisiert. Nicht aus klimawissenschaftlicher, sondern aus wirtschaftlicher Perspektive. Basis dafür bildete aber dennoch die Beurteilung eines Klimaforschers, um abschätzen zu können, wovon in den kommenden Jahren und Jahrzehnten auszugehen ist: Fest steht, dass es im Frühling früher warm wird und im Herbst länger warm bleibt. Und fest steht auch, dass die Wintersprunghafter werden und die Schneefallgrenze steigt.

Das sind «bad news» für tiefgelegene Destinationen mit wintersportlicher Monokultur, aber durchaus «good news» für innovative und vor allem schnell wandlungsfähige Gebiete. Wie eine Untersuchung des ITF am Beispiel der Mountainbiker zeigt, wird kundenseitig sehr schnell auf die neue Situation

reagiert: Die Gäste fröhnen bei gutem Wetter durchaus auch noch im November ihrem Sport. Dumm nur, wenn dann alle Bergbahnen geschlossen sind. Natürlich, die grossen Biker-Ströme kommen im November (noch) nicht, aber auch Raclette hat im Sommer klein angefangen und erst nach einiger Zeit neben Bratwurst und Maiskolben einen Platz auf dem

Gartengrill gefunden! Manchmal kommt der Erfolg allerdings sehr schnell, wie zum Beispiel beim Lenzerheidner Zauberwald, der bei der zweiten Durchführung in der Vorweihnachtszeit 2014 15 000 bezahlte Eintritte generierte und Logiernächte in den Hotels bewirkte. Schnee zum Skifahren lag damals keiner!



Abbildung 28: 8. Bündner Tourismus Trendforum

auf der Ebene der Wetterfrösche und ihres Tagesgeschäfts nicht mehr negiert werden. Natürlich wissen wir schon lange von den schwierigen Rahmenbedingungen, die schleichend zur Realität geworden sind, aber im Jahre 2015 haben Wetter und Währung aussergewöhnliche Kapiolen vollführt.

Publikationen

Publikationen Institut für Tourismus und Freizeit

Deuber, A., Hörburger, N. & Schläppi, F. (2015). Design to Cost in der Schweizer Ferienhotellerie. Ausrichtung an tragbaren Zielkosten bei der Entwicklung von kommerziellen Beherbergungsangeboten am Beispiel Graubündens. *ITF Forschungsberichte / ITF Working Papers*, Chur.

Haller Rupf, B. (2015). «Chinesische Skilehrer in der Schweiz» – ein Ansatz zur Destinationsentwicklung im Kontext der Erschliessung neuer Überseemärkte im Bereich Wintersport (Begleitstudie). Sport & Tourismus 2015. http://www.htwchur.ch/fileadmin/user_upload/institute/ITF/Publikationen/2015_Bericht_DGT_Chines_Skilehrer_2015__def.pdf

Luthe, T. (2015). Nachhaltiges San Bernardino. HTW Chur, *Wissensplatz*, 01/2015, 24-25.

Luthe, T. & Wyss, R. (2015). Introducing adaptive waves as a concept to inform mental models of resilience. *Sustainability Science*, 10(4), 673-685. DOI: 10.1007/s11625-015-0316-6

Weitere Publikationen von Mitarbeitenden des ITF

Eichenberger, C., Gantenbein, P., Deuber, A., Bärthel, J. Brüesch, R., Sénépart, B. *et al.* (2015). *RICS-Impulse: Revision der Lex Koller*.

Fischer, J., Gardner, T.A., Bennett, E.M., Balvanera, P., Biggs, R., Carpenter, S., Daw, T., Folke, C., Hill, R., Hughes, T., Luthe, T., Maass, M., Meacham, M., Norstroem, A.E., Peterson, G., Queiroz, C., Seppelt, R., Spierenburg, M. & Tenhun, J., (2015). Advancing sustainability through mainstreaming – a social-ecological systems perspective. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 14, 144-149. Doi:10.1016/j.cosust.2015.06.002

Holtz, G., Alkemade, F., de Haan, F., Kšhler, J., Trutnevyte, E., Chappin, E., Halbe, J., Kwakkel, J., Luthe, T., Ruutu, S., Papachristos, G. & YŸcel, G. (2015). Prospects of modeling societal transitions: Position paper of an emerging community. *Environmental Innovations and Societal Transitions*, 17, 41-58. DOI: 10.1016/j.eist.2015.05.006.

Kogler, A. & Williams, A. (2015). New WLO Centre of Excellence: Institute of Leisure Studies at DEUSTO University in Bilbao/Spain. *World Leisure Journal*, 57(2), 158-160.

Luthe, T. & J. Silberberger. (2015). Assessing and communicating urban sustainability: comparing the Ecological Footprint and the CERCLE multi-criteria indicator set. (online access). In: J. Condie & A.M. Cooper (Eds), *Dialogues of sustainable urbanisation: Social science research and transitions to urban contexts*. issc book of blogs.

Mosedale, J.T. (2015). Globalisation. In: C. Cater, B. Garrod & T. Low (Eds) *The Encyclopedia of Sustainable Tourism* (pp.238-240). Wallingford, UK: CABI.

Mosedale, J.T. (2015). Political Economy. In: C. Cater, B. Garrod & T. Low (Eds) *The Encyclopedia of Sustainable Tourism* (pp.383-384). Wallingford, UK: CABI.

Mosedale, J.T. (2015). Academic plurality: relevance, publics and tourism research. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 7(2), 183-186. DOI: 10.1080/19407963.2014.990664

Mosedale, J.T. (2015). Critical engagements with nature: tourism, political economy of nature and political ecology. *Tourism Geographies*, 17(4), 505-510. DOI: 10.1080/14616688.2015.1074270.

Roth, R. & Luthe, T. (2015). Schnee von gestern? Wintersport und Klima im Wandel. *Der Schwarzwald* 1/2015.

Voll, F. & Mosedale, J.T. (2015). Political-Economic Transition in Georgia and its implications for tourism in Svaneti. *TIMS Acta*, 9(2), 91-103.

Voll, F. (2015). Perspektive Mobilität. In: C. Reutlinger, C. Fritsche, M. Markstaler, A. Schemmel, M. Schlatter & F. Voll (Eds). *Vom Zwischeneinander der Disziplinen. Neue Perspektiven auf Siedlungsverdichtung* (pp. 138-147).

Wyss, R., Luthe, T. & Abegg, B. (2015). Building resilience to climate change: the role of cooperation in alpine tourism networks. *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability*, 20(8), 908-922. DOI:10.1080/13549839.2013.879289.

Lösungen für das Sorgenkind Natureisbahn



Den Rekord hält der Winter 1927/28 mit 128 Eistagen, und noch bis in die 60er-Jahre des letzten Jahrhunderts war das grosse Natureisfeld jeden Winter an über 100 Tagen geöffnet.

Barbara Gassler

Doch seither gehen die Öffnungszeiten kontinuierlich zurück. Auch der vergangene Winter machte mit 49 Betriebstagen keinerlei Hoffnung. Es war das erste Mal überhaupt seit der Eröffnung im Jahre 1894, dass das grosse Natureisfeld zur Jahreswende nicht geöffnet werden konnte. Das Englische Eisfeld konnte auch nur mit grossem Aufwand und durch Zuführen von Schnee, den man von Davos Nordc übernahm, am Weihnachtstag 2014 geöffnet werden. Somit konnte man den Minusrekord zur Jahrtausendwende mit 67 Eistagen auf dem englischen Eis und 49 Eistagen auf dem grossen Natureis knapp abwenden.

Praktisch gleich geblieben ist jedoch der Aufwand von bis zu 400'000 Franken pro Jahr für die Präparation und den Unterhalt des stolz als grösste Natureisbahn Europas bezeichneten Eisfelds. Überlegungen, aus dem Natureis ein offenes Kunsteisfeld zu machen, versandeten. «Wir erhalten immer wieder gute Ratschläge, wie wir mit dem Areal umzugehen haben, doch das bringt uns nicht weiter», bemerkt der Leiter Sport und



Die Aufnahme ist schon einige Jahre alt und zeigt die Natureisbahn wie man sie am liebsten hätte. zvg

der Natureisbahn und des Englischen Eisfelds zu machen», erklärt Pargäzli. Dabei habe man bewusst keinerlei Vorgaben gemacht, man sei offen für jede Art der Nutzung. «Da sich die Arbeitsgruppe mehrheitlich aus eissportaffinen Personen zusammen setzt, gehen ihre Ideen und Vorschläge natürlich eher in Richtung einer weiteren Nutzung für den Eissport.»

Keinerlei Vorgaben

Keine solchen Scheuklappen kennt man am Institut für Tourismus und Freizeit ITF der HTW Chur, wo Domenico Beramin im Auftrage der DDO

den Skigebieten je rund 125 Frauen und Männer zu ihren Wünschen und Bedürfnissen in Davos. Rund ein Sechstel der Befragten waren Einheimische. Unter den Gästen wurden mehrheitlich Schweizer befragt, Deutsche waren mit einem stattlichen Drittel vertreten und immerhin noch ein Fünftel kam aus weiteren Ländern. Über die Resultate der Befragung sind zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch keine Informationen zu bekommen. «Eingangs Sommer wollen wir eine zweite Befragung durchführen. Dieses Mal allerdings unter den Leistungsträgern, und diese sollen unbeeinflusst antworten können.

Europa steht, und sprechen mit den Spezialisten. Ausserdem vergleichen wir Davos mit anderen Destinationen. Da schauen wir, was diese anders und vielleicht besser machen, und wo wir eventuell lernen können.» Dabei geht man die Fragestellung bewusst weit an und will sich nicht auf das Eisfeld und seine Nutzung beschränken, sondern versucht Produktwünsche der Wintergäste heraus zu kristallisieren. «Unsere Arbeit soll grössere Dimensionen haben. Wir wollen alles hinterfragen und uns nicht festlegen», erklärt Bergamin. Die gesammelten Ergebnisse fliessen dann in einen Schlussbericht

Bündner Tagblatt 3
Freitag, 20. November 2015

Wo Investitionen in die Hotellerie lohnenswert sind

Die Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) in Chur zeigt in einer Studie auf, wo es sich in Graubünden lohnt, in kommerzielle Beherbergungsangebote zu investieren. Kleindestinationen fallen in praktisch allen Beherbergungstypen durch.

CHUR Die HTW Chur hat mit dem Baumeisterverband Graubünden, der Implema Schweiz AG, PWC Real Estate Advisory und der Basler & Hofmann AG Planer und Berater eine Studie erarbeitet, um für die Hotellerie nach Lösungen aus der Investitionsfalle zu suchen. Die Forscher am Institut für Tourismus und Freizeit der HTW gehen laut einer Mitteilung von gestern davon aus, dass sich die Hotellerie dort am besten entwickelt, wo günstige gute Arbeitskräfte vorhanden sind, Platz für Expansion besteht und Kapital nicht teuer ist. In der Schweiz seien die ersten beiden Faktoren ungünstig. Auch die Finanzierung stelle – zumindest für Hotels in den saisonalen Feriengengebieten – oft ein Problem dar, denn die Rendite sei bescheiden, bei gleichzeitig nicht zu unterschätzenden Risiken. Und Quersubventionierungen seien nach Annahme der Zweitwohnungsinitiative nicht mehr möglich.

Freitag, 23. Oktober 2015 arosener zeitung 12



Die Studierenden der HTW Chur mit ihren Gastgeber und Diskussionspartnern in Arosa.

Bild zvg

Was nichts kostet, ist etwas wert...

Die Praxisnähe gilt als wichtiger Grundsatz an den Fachhochschulen, so auch an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur (HTW). Und so machte sich kürzlich eine rund 80-köpfige Delegation von Tourismus-Studierenden auf den Weg nach Arosa.

htw. Im Rahmen des Moduls Destinationsmanagement galt es, das Thema Kooperationen im Tourismus in der Praxis zu vertiefen. Im Fokus stand dabei das sommerliche «Arosa All-Inclusive»-Angebot. Mit ihrem

Das Interesse der Studierenden war gross, was sich an einer Vielzahl interessanter und kritischer Fragen an die Adresse der Diskussionsteilnehmenden äusserte. Lorenzo Schmid fand den Austausch mit den ange-

HANDELSZEITUNG | Nr. 38 | 17. September 2015

Asien besser verstehen

HTW Die Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur lanciert weitere Spezialisierungen – in Tourismus und Hospitality Management oder Digital Transformation.

DENISE WEISFLOG

Am letzten Samstag startete der neue EMBA Tourismus und Hospitality Management der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) in Chur im Rahmen einer grossen Kick-off-Veranstaltung. Anwesend war auch Barbara Haller Rupp, Studienleiterin Weiterbildung am Institut für Tourismus und Freizeit an der HTW Chur. Sie wertet es positiv, dass der neue Weiterbildungs-Master möglich wurde, obschon die Schweizer Tourismusindustrie seit Mitte Januar stark unter dem Frankschock leidet.

nehmer nicht nur neue Kenntnisse und Fähigkeiten erwerben, sondern auch ihr persönliches Netzwerk ausbauen können.

Voraussetzung für eine Teilnahme sind ein Hochschulabschluss oder ein höherer Bildungsabschluss des Bundes. Zudem fünf Jahre touristische Berufspraxis, davon zwei Jahre Führungserfahrung. Studierende mit einer Vorbildung in Wirtschaft und Management (etwa Bachelor in Betriebsökonomie) können direkt auf der EMBA-Stufe einsteigen. 24 ECTS-Punkte werden dann aus der Vorbildung angerechnet. Über einen Direkteinstieg entscheidet die Studienleitung. Den Abschluss des Weiterbildungs-Masters bildet die Master-

Die Anfänge des Skitourismus' in Afghanistan?

Eine Ausstellung in Chur zeigt die Geschichte der Afghan Ski-Challenge, dem ersten zögerlichen Versuch, im krisengeschüttelten Afghanistan einen Wintertourismus aufzubauen.

► JULIAN REICH

S

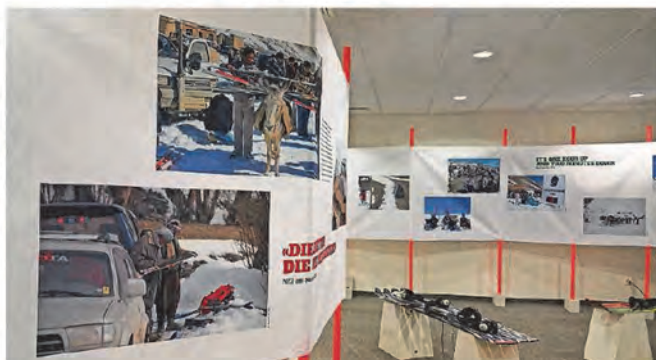
kitourismus ist nicht unbedingt das erste, an das man bei Afghanistan denkt. Das Land am Hindukusch wird seit Jahren von einem zerstörerischen Konflikt geplagt, von dem wir tagtäglich in Newschnipseln Kenntnis nehmen. Nach und nach setzt sich so das Bild eines gebeutelten Landes zusammen, das wohl vieles nötig hätte – aber Skitouristen?

Mag sein, sagt Christoph Zürcher, Journalist bei der «NZZ» am Sonntag, dass es dringendere Dinge gibt, die man in Afghanistan einrichten könnte, als einen Skiclub. Aber der weit gereiste Initiant der ersten Ski-Challenge von Afghanistan weiss eben auch: «Armut ist schlimm. Aber nicht nur. Armut ist auch extrem langweilig.» Durch seine Initiative werde sicher kein Schaden angerichtet – vielleicht ja sogar etwas Gutes.

Zürcher erzählte am Donnerstag als Gast der HTW Chur, wie er den Afghanen das Skifahren beibringen will. Das Institut für Tourismus und Freizeit hat in seinen Räumen eine Ausstellung über Zürcher Projekt eingerichtet. «Good News aus Afghanistan» heisst die vom Alpinen Museum Bern erarbeitete Schau. Zudem zeigt der preisgekrönte schottische Fotograf James Robertson Aufnahmen, die das Projekt dokumentieren.

Weltweites Medieninteresse

Seinen Ursprung nahm der Bamyán Ski Club im Jahr 2011. Zürcher war



htr hotelrevue

Nr. 46 / 12. November 2015

Mitarbeiterlogis als Trumpf

Grössere Hotels in der Schweiz beginnen vermehrt, in die Personalbeherbergung zu investieren. Norbert Hörburger von der HTW Chur ortet aber noch Nachholbedarf.

THERES LAGLER

Schlechte Mitarbeiterunterkünfte sträuft der Arbeitsmarkt ab. Davon ist Norbert Hörburger, stellvertretender Leiter Forschung und Dienstleistung am Institut für Tourismus und Freizeit der HTW Chur, überzeugt. «In Zeiten mit Mitarbeiter-Bewertungsportalen wie kununu.com werden Faktoren wie Mitarbeiter-

sich auch in seiner Unterkunft wohlfühlen.» Betreiber von 4- und 5-Sterne-Hotels beginnen nun, das Thema anzugehen. Das stellt auch der Dozent der HTW Chur fest. «In der kleinen und mittelständischen Hotellerie passiert aber noch wenig», bedauert er. «Das kann zu einem weiteren Nachteil im Kampf um die besten Köpfe führen, den die kleineren Hotels aufgrund der limitierteren Karriereperspektiven ohnehin schon haben.» Hörburger plädiert dafür, Lösungen auf Destinationsebene zu finden.

Lenkerhof investiert zweistellige Millionensumme in Unterkünfte



«Wenn wir die Fluktuation senken wollen, müssen wir die Unterkünfte erneuern.»

Jan Stiller
Direktor «Lenkerhof»

wir unsere Mitarbeiterunterkünfte erneuern», erläutert Stiller. «In unseren Mitarbeiterumfragen stellen wir regelmässig fest, dass die Unterkunft den schlechtesten Wert erzielt.» Aktuell sind die Mitarbeiter in einem «Lenkerhof»-Altbau untergebracht. «Die Wohnungen sind sauber und in

AG des «Lenkerhof»-Eigentümers Jürg Opprecht. Er investiert einen zweistelligen Millionenbetrag in das Projekt, das von der atelier-marti architekten AG ausgeführt wird. Hoteldirektor Jan Stiller freut sich über Opprechts Bekenntnis zum Tourismusstandort an der Lenk. «Wenn wir unsere Fluktuationsrate senken wollen, müssen

rechtlich massgebenden AHV-Bruttolohnes aufgerechnet. Das tut der «Lenkerhof» heute zum Teil. Mit den neuen Mitarbeiterunterkünften wird es aber zu einer Verdoppelung des Mietpreises kommen. Dass die Kosten für ein möbliertes Studio ab 600 Franken abschreckend wirken, befürchtet Hotelier Jan Stiller nicht.



«Bau und Vermietung von Personalhäusern können für Bauträger attraktiv sein.»

Norbert Hörburger
Dozent HTW Chur

als Arbeitgeber weiter erhöht. «Die Mitarbeitenden erhalten schöne, helle, einfach eingerichtete Studios mit Küchenzeile, Badezimmer, Wohnraum, einem 1.60 Meter breiten Bett und Einstellhalle. Bei den heutigen Löhnen gemäss L-GAV sollte das drinliegen», findet Stiller. Sein Credo lautet: «Wer als Arbeitgeber

den regi Baustil er Entstanden 26 Studios davon ro tauglich. Di ten für das nalhaus Sulai belief auf 4,6 Mi Franken. I gibt rund Franken p dio. Als I grund gab gartner an, das Unt men woll dieser Inve seine Attra

Neues Geschäftsfeld für die Bauwirtschaft im alpinen Raum

Nicht alle verfügen aber die nötige Liquidität, um Personalunterkünfte zu Das weiss auch HTW- Norbert Hörburger. Er gel

Samstag, 28. November 2015

Vortrag über Digitalstrategien Das Institut für Tourismus und Freizeit ITF der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur bringt einen «Guru» im Thema Digitalstrategien von Unternehmen nach Chur. Am Dienstag, 1. Dezember, von 18.00 bis 19.00 Uhr, spricht in der HTW-Aula im Rahmen der Referatreihe DSS (Distinguished Speaker Series) Joe Dreixler zu Studierenden und weiteren Interessierten. Der Vortrag findet in englischer Sprache statt.

Engadiner Post
POSTA LADINA

Studium für Spitzensportler

Graubünden Ab Herbst 2015 steht Spitzensportlerinnen und -sportlern in der Schweiz ein neues Studienangebot offen. An der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur gibt es neu das Bachelor-Angebot «Sport-Management». Der Lehrgang ist auf die Bedürfnisse und Möglichkeiten von Athletinnen und Athleten im Leistungssport zugeschnitten und wurde von Swiss Ski massgeblich mitkonzipiert.

Kontakt

Postadresse

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Institut für Tourismus und Freizeit ITF
Comercialstrasse 22
CH-7000 Chur

Telefon +41 (0)81 286 39 16
Telefax +41 (0)81 286 39 49

E-Mail: itf@htwchur.ch

www.htwchur.ch



Andreas Deuber

Prof. (FH), Dr. iur. HSG, MRICS
Tel. +41 (0)81 286 39 60
Fax +41 (0)81 286 39 51
andreas.deuber@htwchur.ch



Sylvia Manchen Spörri

Prof. Dr. rer. soc.
Tel. +41 (0)81 286 24 44
Fax +41 (0)81 286 24 00
sylvia.manchen@htwchur.ch

Quellenangaben zum Bildmaterial:

Titelbild: swiss-image.ch / Stefan Gruenig

Abb. 1: ITF

Abb. 2: ITF

Abb. 3: ITF

Abb. 4: ITF

Abb. 5: ITF

Abb. 6: ITF

Abb. 7: ITF

Abb. 8: ITF/ James Robertson

Abb. 9: ITF

Abb. 10: ITF

Abb. 11: ITF

Abb. 12: ITF/ Andreas Deuber

Abb. 13: ITF

Abb. 14: ITF

Abb. 15: ITF

Abb. 16: ITF

Abb. 17: ITF/ Walter Burk

Abb. 18: ITF/ Barbara Haller Rupf

Abb. 19: ITF/ Barbara Haller Rupf

Abb. 20: ITF/ Barbara Haller Rupf

Abb. 21: ITF

Abb. 22: ITF

Abb. 23: ITF

Abb. 24: ITF

Abb. 25: ITF

Abb. 26: ITF

Abb. 27: ITF/ Tobias Luthe

Abb. 28: HTW Chur



HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft

Institut für Tourismus und Freizeit ITF

Comercialstrasse 22

CH-7000 Chur

Telefon +41 (0)81 286 24 24

Telefax +41 (0)81 286 24 00

E-Mail hochschule@htwchur.ch

www.htwchur.ch