graubünden

Themenblock: «Begegnen und Verstehen»


The Big Picture
Megatrends und Herausforderungen für den touristischen Langsamverkehr
Jürg Schmid, Präsident Graubünden Ferien

No. 1

10 %

des globalen BIP

2'000 Mia. $

Exporterlöse

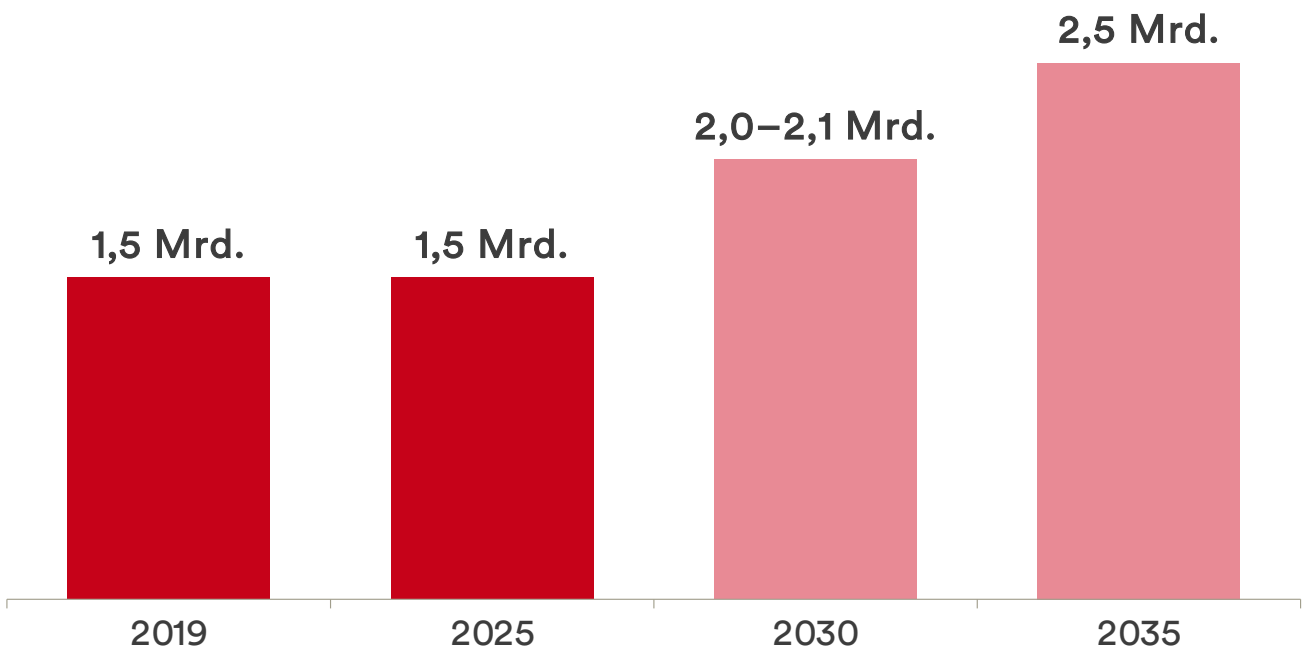
Jeder 10.

Arbeitsplatz weltweit

Quelle: United Nations Tourism, Travel- & Tourism Effects, 2019

Es werden mehr.

Internationale Ankünfte weltweit, in Mrd.



+ 1 Mrd.

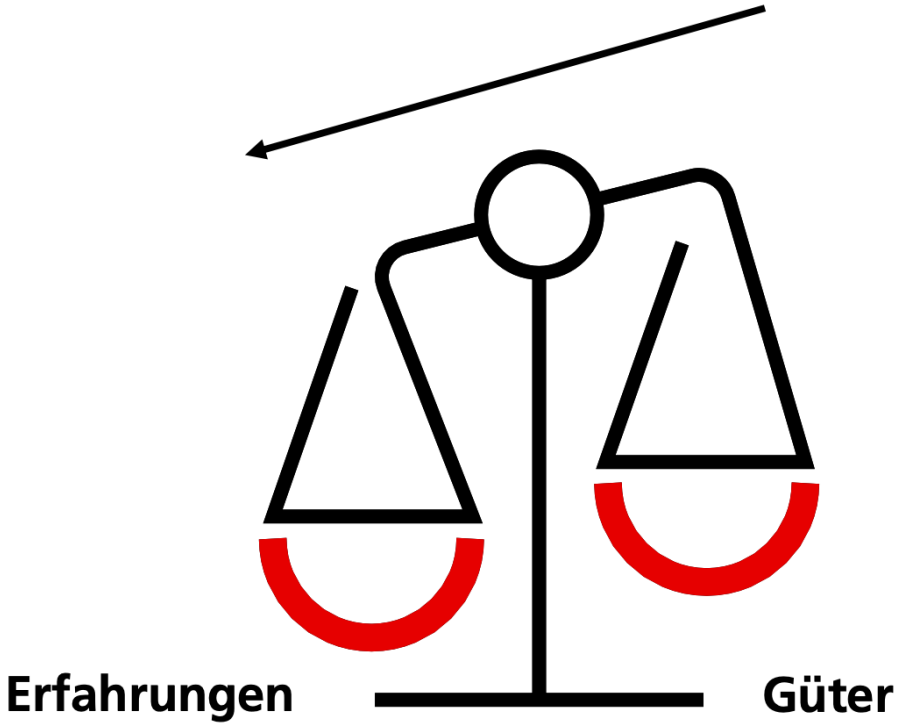
zusätzliche internationale Ankünfte bis 2035 gegenüber heute

2030 im Negativszenario: 1,9 Mrd.

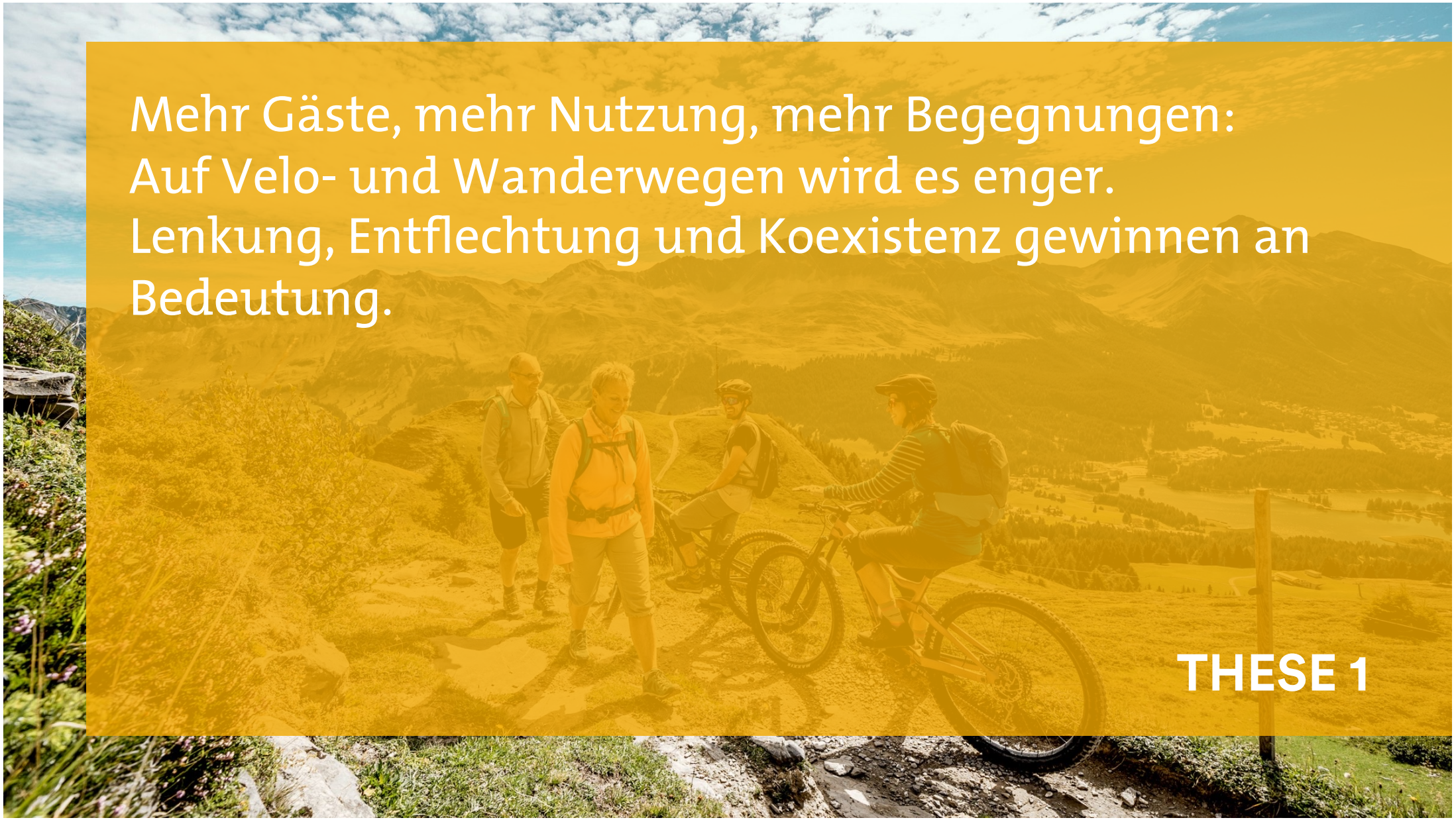
Quelle: TOURISE-Report, Tourism Economics, Nov. 2025

Reisen gewinnt an Bedeutung.

Erfahrungen gewinnen zunehmend an Bedeutung

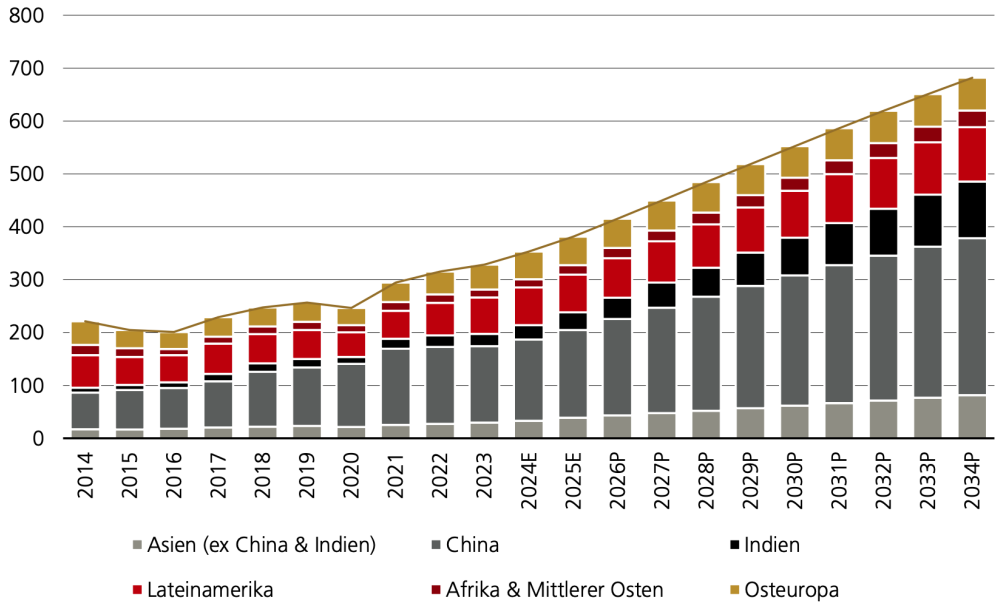


Quelle: UBS, Dr. Kerstin Hansen, Referat Hotelimmobilien Forum, 13.01.2026


Mehr Gäste, mehr Nutzung, mehr Begegnungen:
Auf Velo- und Wanderwegen wird es enger.
Lenkung, Entflechtung und Koexistenz gewinnen an
Bedeutung.
THESE 1

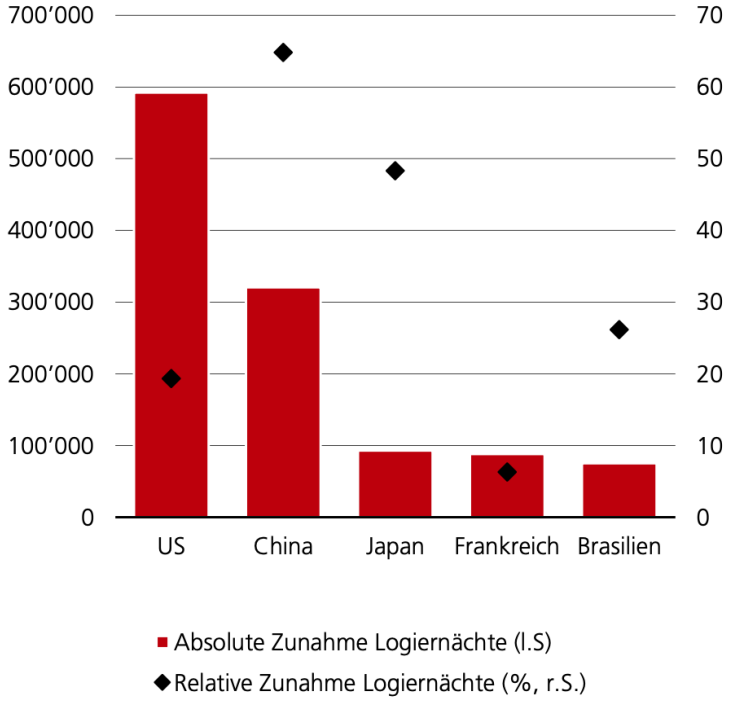
Graubünden wird internationaler

Mittelschicht in Schwellenländern (Anzahl Haushalte, Millionen)



Quelle: Oxford Economics, Oktober 2024
E: Erwartung; P: Prognose

Wachstumsmärkte – Top 5 Ausland[1]
(Totale Zunahme 2025 vs. 2023. l.S.: relative Zunahme. %. r.S.)



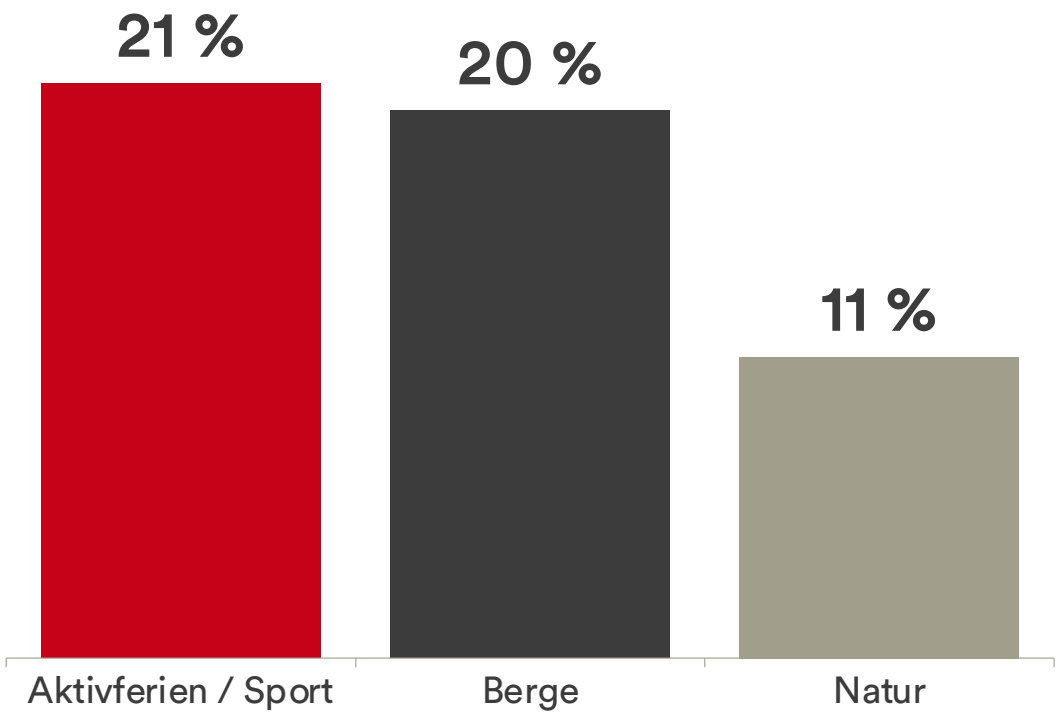
Quellen: UBS, Dr. Kerstin Hansen, Hotelimmobilien Forum, 13.01.2026 / Oxford Economics, Okt. 2024 / BFS, UBS AM, Okt. 2025 · [1] stärkstes absolutes Wachstum

Warum kommen sie alle nach Graubünden?

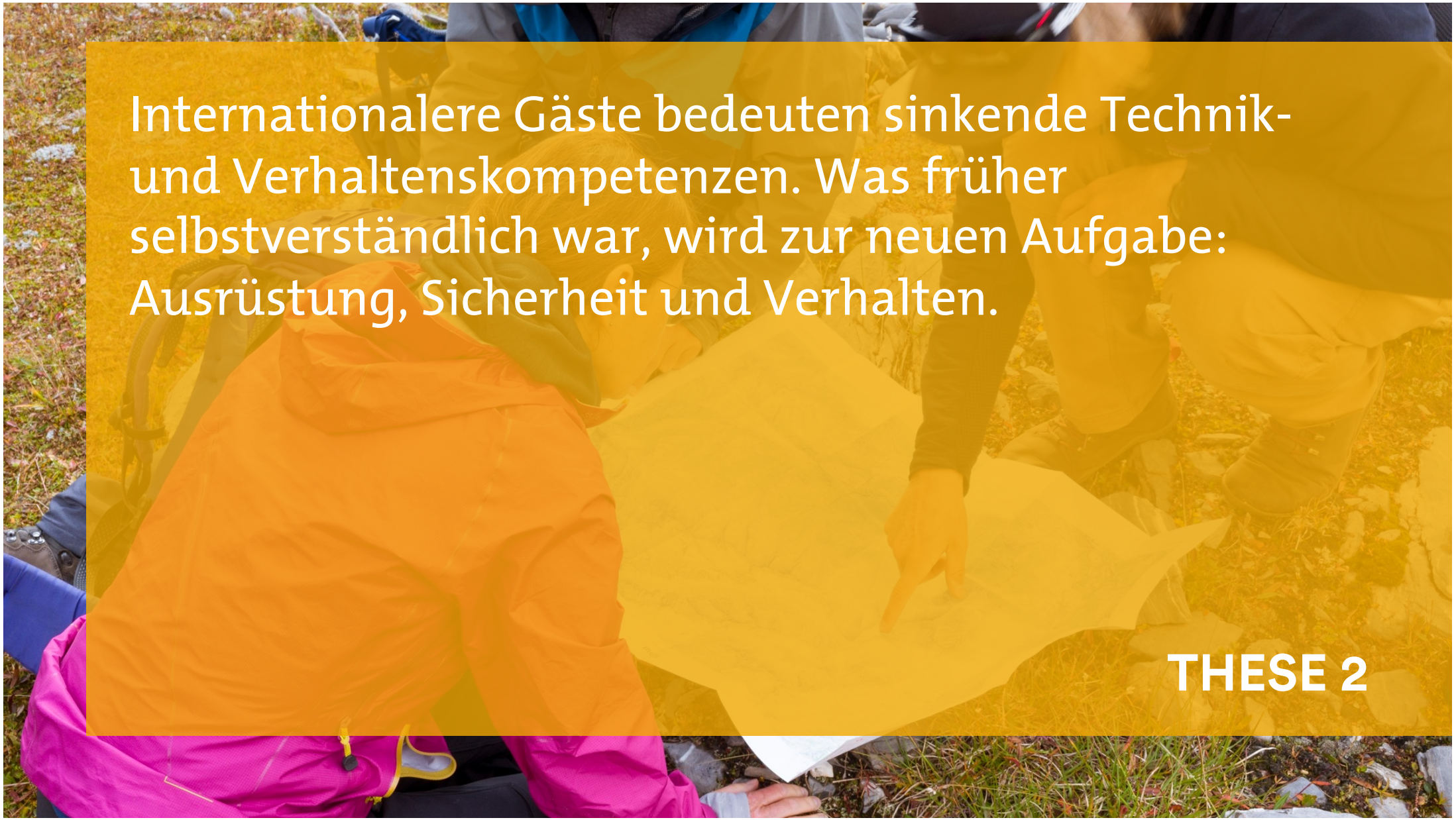
Hauptreisemotive

Das unangefochtene Outdoor-Paradies

Aktivferien und Sport sind mit 21 % das stärkste Reisemotiv – sechs Prozentpunkte über dem alpinen Schnitt. Dazu kommen Berge (20 %) und Natur (11 %).



Quelle: TMS 2025, Schweiz Tourismus



Internationalere Gäste bedeuten sinkende Technik- und Verhaltenskompetenzen. Was früher selbstverständlich war, wird zur neuen Aufgabe: Ausrüstung, Sicherheit und Verhalten.

THESE 2

Selbstverständlich alles klar.

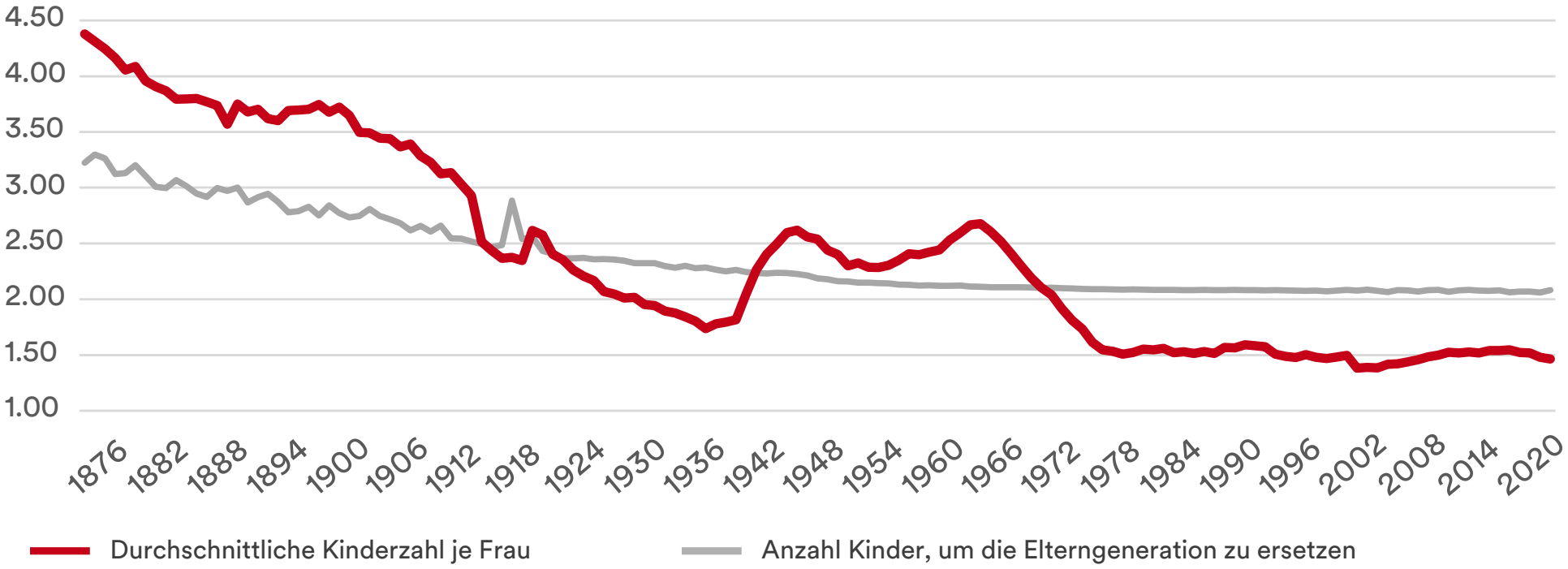
1 ½ Stunden – geradeaus oder bergauf?
Exponierter Bergweg oder Sandalen-Rundweg?

Für internationale Gäste sagt der Wegweiser wenig bis nichts aus.



Wir werden älter

Schweiz: Seit 50 Jahren tiefe Geburtenraten



Quelle: Veronika Weisser, GRF Tourismustag 2026 / BFS, UBS



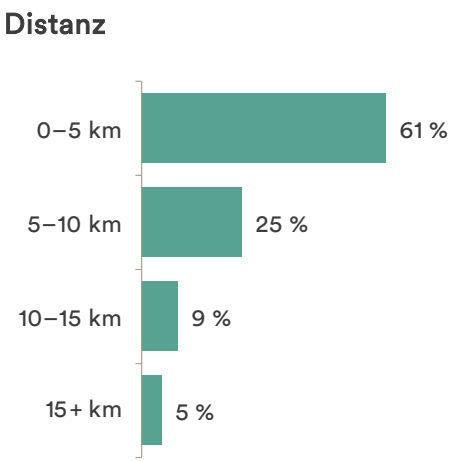
Die Alten sind das einzige wachsende Segment in Westeuropa.
Damit verändern sich auch die Anforderungen:
Wanderungen und Bike-Touren werden kürzer, flacher und sicherer.

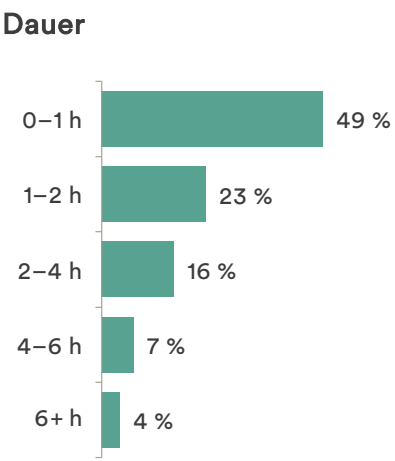
THESE 3

Der fatale Expert-Blind-Spot

Wanderer: Distanz & Dauer

«Fast zwei Drittel aller Wanderungen sind unter 5 km, die Hälfte dauert weniger als 1 Stunde.»

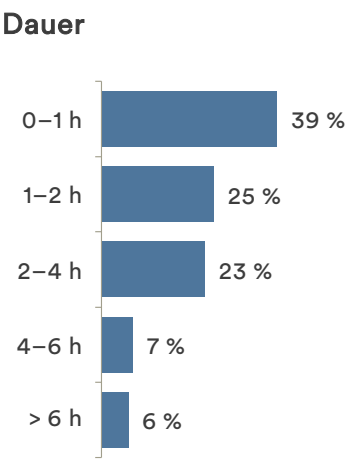


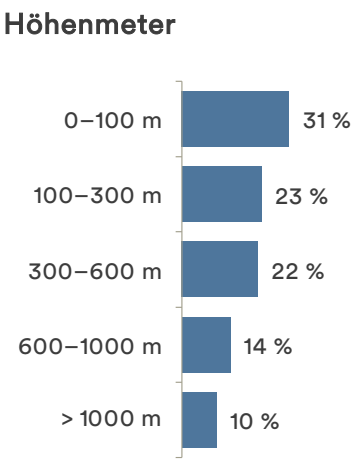


Wandern: Median 3.7 km · 1.0 h (Ø 5.4 km · 1.7 h)

Velofahrer: Dauer & Höhenmeter

«Die typische Velotour in der Schweiz ist 21 km lang, 1.4 Stunden, 256 Höhenmeter – kompakt und alltagsnah.»





Velo: Median 20.5 km · 1.4 h · 256 hm (Ø 28.5 km · 2.1 h · 413 hm)

Quelle: Komoot, Timmy Hoppe, 26.8.2026

Golden Agers



Quelle: Lamprecht, Bürgi & Stamm (2020): Sport Schweiz 2020, BASPO · Foto: Schweiz Tourismus

Wir priorisieren anders.



Foto: Schweiz Tourismus



Der Bergsport wird kürzer – das Erlebnis muss umfassender werden. Wandern und Biken punkten erst richtig in Kombination mit Genuss, Gastronomie oder Kultur.

THESE 4

Der Klimawandel verschiebt die Reisesaison.

Südliches Mittelmeer	Nachfrage bis 2040	Bedeutung
Hochsommer	-10% bis -30% (je nach Region & Segment)	Bleibt relevant, aber riskanter
Frühsommer	+15% bis + 40%	Neue Hauptsaison
Herbst	+25% bis + 50 %	Grösster Gewinner

(Spannweiten, da stark regions- und segmentabhängig)

Neue Reise-Komfortfenster:

- Südlicher Mittelmeer-Tourismus: Frühsommer & Herbst
- **Alpiner Raum: Sommer (Juni-Sept.)**

Quellen: IPCC AR6 (WG I), Copernicus C3S, European Environment Agency, UNWTO, peer-reviewed tourism studies



Das Sommerwachstum verändert die Nutzung des Raums: Wandern und Velo legen überproportional zu. Trennung, Lenkung und tolerante Koexistenz werden zur zentralen Aufgabe.

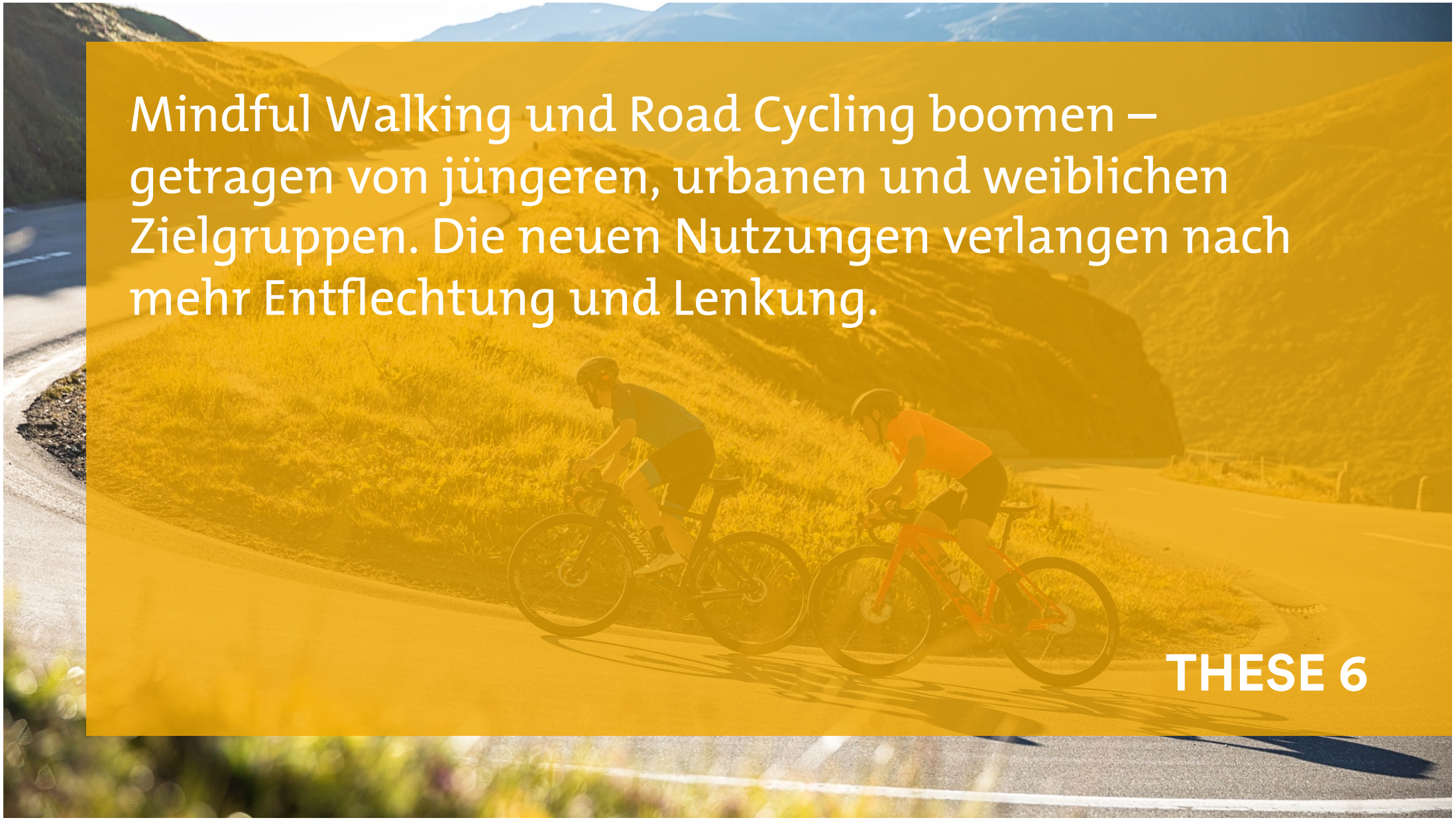
THESE 5

Zwei Trends mit Zukunftsrelevanz





Bilder: Graubünden Ferien, graubuenden.ch



Mindful Walking und Road Cycling boomen – getragen von jüngeren, urbanen und weiblichen Zielgruppen. Die neuen Nutzungen verlangen nach mehr Entflechtung und Lenkung.

THESE 6

Zusammenfassung

1. **Mehr** Gäste, mehr Begegnungen: Lenkung, Entflechtung und Koexistenz gewinnen an Bedeutung.
2. **Internationalere** Gäste: Ausrüstung, Sicherheit und Verhalten werden zur neuen Aufgabe.
3. **Ältere** Gäste: Wanderungen und Bike-Touren werden kürzer, flacher und sicherer.
4. **Kürzerer** Bergsport, umfassenderes Erlebnis: Kombination mit Genuss, Gastronomie oder Kultur.
5. **Sommer**wachstum verändert Nutzung des Raums: Trennung, Lenkung und tolerante Koexistenz werden zur zentralen Aufgabe.
6. **Mindful** Walking und Road Cycling boomen: mehr Entflechtung und Lenkung nötig.

Grazia Fitg.
Grazie.
Danke.

Graubünden Ferien
graubuenden.ch
contact@graubuenden.ch