

## St.Moritz und das Oberengadin: Was läuft schief?

### Zielgruppen

- Den Mittelstand vernachlässigt, immer weniger vorhandene und zahlbare Uebernachtungsmöglichkeiten
- Für die heutige Jugend nicht mehr attraktiv: zu exklusiver Sommerjazz, Polo, Concours Hippique etc. nicht interessant
- Spitzensport und Breitensport: viele Möglichkeiten verspielt
  - Langlauf findet in Davos statt; ein Engadiner alleine reicht nicht, das Loipennetz ist zu eintönig
  - Biathlon: Ist nach Lenzerheide ausgewichen
  - Mountainbiking: Andere Destinationen waren früher, bieten mehr; Engadin hat Anschluss verschlafen!
  - Halfpipe etc.: Flims-Laax führend; ein kleiner Effort am Corvatsch reicht nicht, um in zu sein
  - Eishockey-Vorsaisontrainingslager: mit einer offenen Eisbahn?
- Wanderer: werden immer stärker verärgert, weil eine vernünftige Trennung mit den Bikern nicht gelingt

### Hotelangebot und Bautätigkeit

- Drei- und Viersternehotels sind Opfer der Bautätigkeit geworden; heute Mangelware im Oberengadin
- Die Fünfsterne-Hotels koppeln sich ab; haben eigene Kundschaft, machen eigene Werbung, sind zielgruppengerecht und erfolgreich  
Fördern das Glamour-Image, das den Mittelstand und die Jungen abschreckt
- Zuviele Zweitwohnungen, auch solche, die man mieten kann
- Hochpreisimage und hohe Preise, die von der Qualität des Gebotenen und vom Service her nicht immer gerechtfertigt sind

### Gästeverhalten

- Gäste buchen kurzfristiger
- Kurzaufenthalte sind beliebt, Sofortentscheide je nach Wetterlage
- Konkurrenz sind nicht nur die anderen Skiorte, sondern das ganze weltweite Tourismusangebot
- alpines Skifahren verliert an Bedeutung

### Kommunikation

- Das Destinations-Marketing bearbeitet
  - die Weltmarke St. Moritz, der Glanz, Glamour (zwar mittelmässig und ohne Markenbewusstsein) und gleichzeitig
  - wieder St. Moritz dominiert die Echtheit, die Natur, das Einmalige des wunderbaren Tales
 ein gigantischer Kommunikationsfehler.
- grosse Anstrengungen werden unternommen, um Chinesen, Inder etc. ins Oberengadin zu locken. Damit füllt man kurzfristig Betten, nachhaltig ist das nicht!  
Alles was das Engadin ausserhalb von St. Moritz zu bieten hat kommt zu kurz
- **Nur eine duale Kommunikation wird dem Oberengadin gerecht:  
Einerseits die Luxus-Marke St. Moritz in traditionellem Sinn weiterpflegen,  
dann  
die Einmaligkeit des Engadin, seine Kultur, Natur, die Dörfer etc. vielfältig darstellen, die Erlebnisse der Dichter, Musiker, bei denen das Engadin bleibende Erinnerungen auslöste schildern etc.**