

In Graubünden ist das Tourismusbewusstsein gestiegen

Im Sommer 2019 hat das touristische Wertschätzungsportal GRhome im Auftrag der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) eine repräsentative Umfrage durchgeführt. Laut dieser ist das Tourismusbewusstsein in den letzten 30 Jahren im Kanton gestiegen.



Maloja, Engadin.

Von Juni bis August 2019 hat das touristische Wertschätzungsportal GRhome im Auftrag der Interessengemeinschaft Tourismus Graubünden (ITG) eine repräsentative Umfrage zum Tourismusbewusstsein durchgeführt. Gleichzeitig wurde die Wirksamkeit von GRhome bei Einheimischen und Zweitheimischen evaluiert. Insgesamt haben 1218 Personen an der online-Umfrage teilgenommen.

Die bisher einzige kantonale Umfrage zum Tourismusbewusstsein stammt vom Marktforschungsinstitut Demoscope und stammt aus dem Jahr 1986. Die Fachhochschule Graubünden hatte 2015 eine Umfrage nur im Churer Rheintal durchgeführt. Die Umfrage von GRhome ist mit ihrem Umfang deutlich grösser als diejenige von Demoscope (718 Befragte) sowie der FH Graubünden (330 Befragte). Bei der Umfrage von GRhome haben 973 Einheimische und 245 Zweitheimische teilgenommen. Fast zwei Drittel der teilnehmenden Einheimischen waren Nicht-Mitglieder von GRhome.

Jüngere Menschen und männliche Teilnehmer waren tourismusfreundlicher

Als Indikator für das Tourismusbewusstsein diente in der Umfrage von GRhome der Unterschied zwischen der allgemeinen und persönlichen Einschätzung der Bedeutung des Tourismus. Je kleiner der Unterschied um so höher ist das Tourismusbewusstsein. Während bei der aktuellen GRhome-Umfrage diese Differenz nur knapp 20 Prozent ausmachte, lag diese Differenz bei den früheren zwei Umfragen bei mindestens 50 Prozent. Über alle Regionen, Altersgruppen und Geschlechter ergibt sich bei der GRhome-Umfrage ein homogenes Bild. Selbst im Bündner Rheintal sind die Werte praktisch mit den gesamtkantonalen identisch.

Auffallend ist das etwas höhere Tourismusbewusstsein bei den jüngeren Menschen und den Männern. Bei den Mitgliedern von GRhome ist das Tourismusbewusstsein um 15 Prozent höher und bei den Nicht-Mitgliedern um 30 Prozent weniger ausgeprägt als im Durchschnitt. Nichtsdestotrotz ist das Gesamtergebnis deutlich besser als noch vor 30 Jahren. Erfreulich auch die Tatsache, dass die Zweitheimischen die Bedeutung des Tourismus für den Kanton sogar noch etwas höher einschätzen als die Einheimischen. Bei der vom Tourismus erfahrenen Wertschätzung geben die Zweitheimischen immerhin die Schulnote 4,5. Hier gibt es aber noch deutlich Luft nach oben.

Overtourismus war vor 30 Jahren eine grössere Sorge

Zu sechs Faktoren hat GRhome in der Umfrage Zusatzfragen gestellt, um die Entwicklung des Tourismusbewusstseins auch an konkreten Problemfeldern zu veranschaulichen. Dabei konnten die Aspekte des Overtourismus, der Abwanderung, der kulturellen Identität sowie der Beurteilung der Zukunftsaussichten mit den anderen Umfragen verglichen werden. Das Ergebnis untermauert das gestiegene Tourismusbewusstsein: jede zweite Person sah vor 30 Jahren die Gefahr des Overtourismus, während es heute nur noch jede dritte Person ist.

15 Prozent mehr Personen glauben daran, dass der Tourismus einen Beitrag gegen die Abwanderung leistet. Eine Gefahr für die kulturelle Identität erkennen 45 Prozent weniger Personen. Dafür werden die generellen Zukunftsaussichten von einem Drittel kritischer beurteilt. Absolut gesehen glauben aber 80 Prozent an eine Zukunft des Tourismus in Graubünden und beurteilen den Tourismus auch als wichtigen Innovationsfaktor für Graubünden.

Ähnlich hohe Werte erreicht die Einschätzung der touristischen Infrastruktur als Freizeitangebot für die persönliche Nutzung. Für alle sechs Faktoren sind die ermittelten Werte bei Ein- und Zweitheimischen sehr ähnlich. Damit sieht sich GRhome darin bestätigt, die Bündner Freizeit-Community als Wertschätzungsportal sowohl für Ein- und Zweitheimische zu betreiben.

Wirksamkeit von GRhome

GRhome will die Bindung der Einheimischen und Zweitwohnungsbesitzer in Graubünden zum Tourismus erhöhen, in dem ihnen mit speziellen Freizeittipps, Events und exklusiven Angeboten die Wertschätzung der Tourismusbranche entgegengebracht wird. Bereits in den ersten 18 Monaten seines Bestehens konnte GRhome seine Bekanntheit von 0 auf 86 Prozent bei den Einheimischen und gar 93 Prozent bei den Zweitheimischen steigern. Diese sehr hohen Werte sind Voraussetzung dafür, dass GRhome in Zukunft im sogenannten Brand-Funnel bis hin zur Loyalität der User gute Ergebnisse erreichen kann.

Die Stufen dazu sind die Inspiration sowie die konkrete Nutzung von GRhome in der Vergangenheit und Zukunft. Dabei wird die weitere Aktivierung der User eine zentrale Rolle spielen. Schon heute sind 4 Prozent der User auf der Plattform aktiv, was dem vierfachen Wert entspricht, der von einer Community ansonsten erreicht wird.

Für die Messung der eigentlichen Loyalität und damit der direkten Wirksamkeit greift GRhome auf das sogenannte Net Promoter Score (NPS) zurück. Damit wird (in Prozentpunkten) die Differenz zwischen der Anzahl User gemessen, welche GRhome weiterempfehlen bzw. es nicht tun. Bei den Einheimischen liegt dieser NPS bei 7 und bei den Zweitheimischen gar bei 11. Auf einer Skala von 1 bis 10 wird GRhome mit der Note 7,4 (Einheimische) bzw. 7,5 (Zweitheimische) weiterempfohlen. Dieser neue Indikator kann in künftigen Befragungen als Referenzgrösse verwendet werden.

Loyalität zum Tourismus

GRhome ist mit seinen fast 9000 Mitgliedern digital, emotional und jung. Damit beeinflusst GRhome auch bereits das Tourismusbewusstsein – als Verbundaufgabe mit den Destinationen und touristischen Leistungsträgern. GRhome hat zum Ziel, durch die weitere Aktivierung der Community die Loyalität noch stärker zu beeinflussen und damit noch unmittelbarer auf das Tourismusbewusstsein zu wirken.

Letzter Schritt dazu war die Einführung des Expertentools per 4. November 2019. Mit diesem können GRhome-Mitglieder ihr spezielles Know-how zu verschiedenen Aktivitäten in Graubünden kennzeichnen und dann dieses Know-how anderen Mitgliedern zugänglich machen. Neu können sich die Mitglieder «liken» und es ist auch ersichtlich, wer schon wieviele Expertenfragen bekommen hat. (htr)

Publiziert am Donnerstag, 23. Januar 2020