



*Strategie und Positionierung
Samedan*

Samedan; 31. Oktober 2024

Ausgangslage:

Beherbergungsangebot Samedan (Stand Dez. 2023)

8 Hotels und Pensionen

161 Hotelbetten

147 Ferienwohnungen

594 Betten

3 Gruppenunterkünfte

351 Betten

2 Campings

162 Stellplätze

Ausgangslage:

Kennzahlen Nachfrage Hotels Samedan (2023)

21'215 Ankünfte
45'084 Hotel-LN

Ø Aufenthaltsdauer
2.13 Nächte Jahr

38% Bettenauslastung
38% Winter
40% Sommer

2.1 Nächte Sommer
2.2 Nächte Winter

Produkte & Angebote

	Winter	Sommer	Ganzjahr
Samedan	<p>Wandern / Trailrunning</p> <p>Skigebiet für Familien</p> <p>Langlauf</p> <p>Eisplatz mit Kunsteis im Vorwinter und bis Mitte März</p> <p>Events auf der Schneebühne</p>	<p>Wandern / Trailrunning</p> <p>Golf/Disc Golf</p> <p>Familien / Spielplätze</p> <p>Kultur / Chesa Planta / Konzerte</p>	<p>Einkaufsmeile des Oberengadins (Cho d'Punt)</p> <p>Wichtige regionale Basisinfrastruktur in Gesundheit und Bildung</p> <p>Anbindung öV mit RhB / Bus</p> <p>Flugplatz</p> <p>Kultur mit Rätomanisch/Zweisprachigkeit und Ortskern</p>

Strategische Ziele Ortsstrategie Samedan

Qualität

- Gästezufriedenheit steigern
- Zufriedenheit der Bevölkerung (Lebensqualität) im Ort steigern
- Die Nachhaltigkeit in allen Dimensionen berücksichtigen und gem. reg. Nachhaltigkeitsstrategie vertiefen

Wirtschaftlichkeit

- Wertschöpfung aus dem Tourismus für Leistungspartner und Gemeinde stärken
- Auslastung in der Beherbergung (Hotellerie / Parahotellerie) steigern
- Stammgäste in Hotels, Ferienwohnungen und Zweitwohnungen pflegen

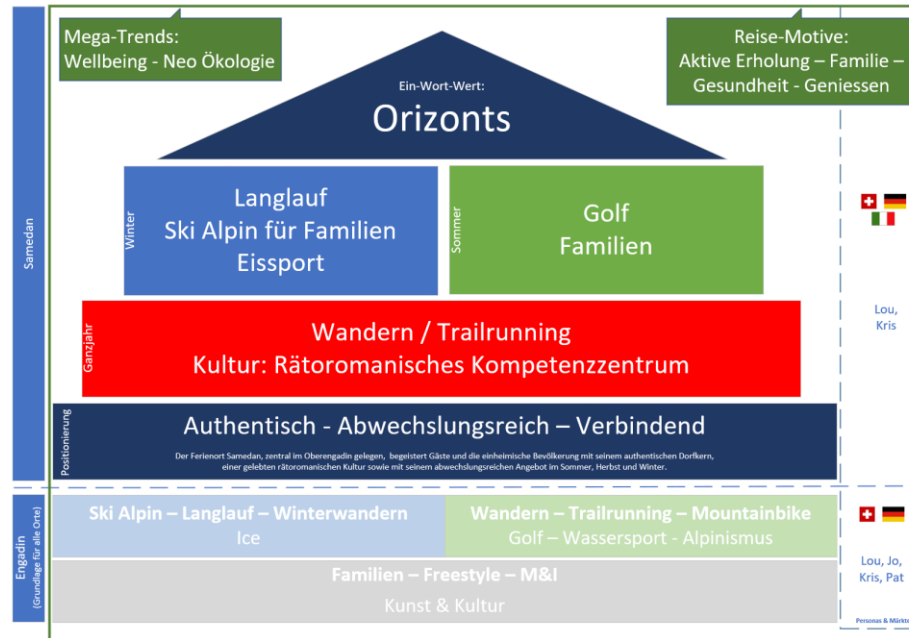
Prozesse

- Zusammenarbeit mit und unter den Leistungspartnern stärken
- Gemeinsam mit der Engadin Tourismus die Digitalisierung im Tourismus unterstützen

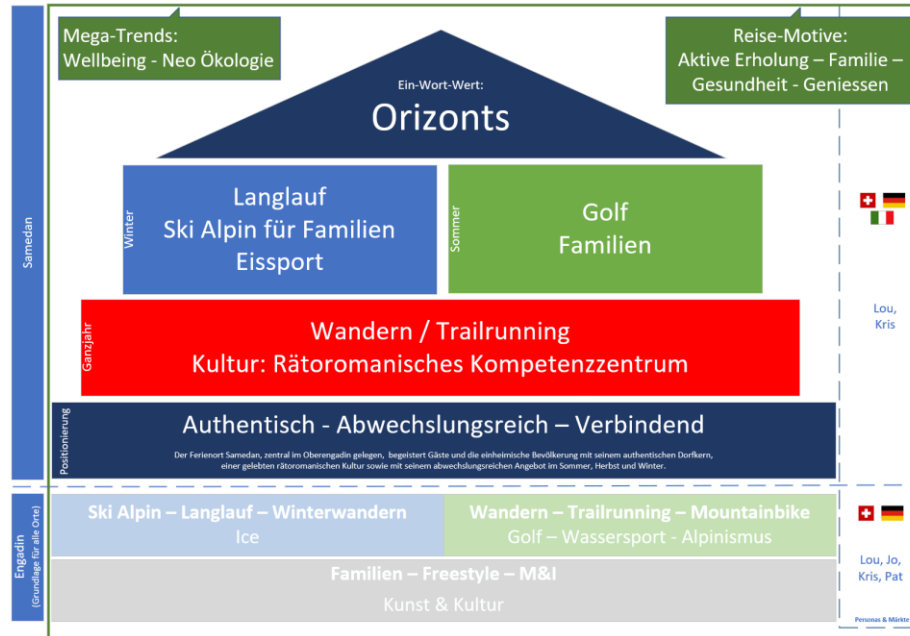
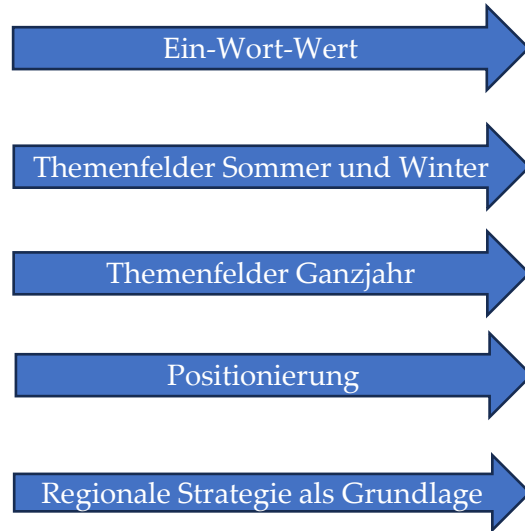
Sichtbarkeit

- Angebote & Events entlang der Bedürfnisse von Gästen und Bevölkerung und der Themenfelder ausrichten und sichtbar machen
- Bekanntheit des Angebots von Samedan innerhalb Region stärken

Strategische Übersicht



Strategische Übersicht

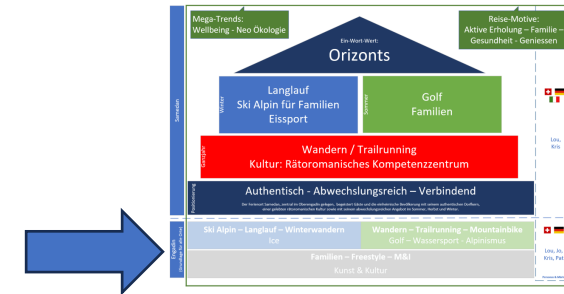


Schärfung der Strategie: Angebots- und Eventstrategie

Regionale Strategie als Grundlage

Das Fundament der Kommunikation in den aufgeführten Themenfeldern der Region bildet die Strategie der Engadin Tourismus AG. Die Entwicklung des Angebots in den strategischen Geschäftsfeldern Wandern/Trailrunning, Mountainbike, Ski, Langlauf, Winterwandern, Freestyle, Familie und M&I werden durch die entsprechenden Masterpläne gefördert.

Die strategischen Themenfelder Golf, Wassersport, Alpinismus, Ice, Kunst & Kultur und Kulinarik werden durch Partner in der Region strategische gestaltet, Engadin Tourismus kommuniziert diese Themen in den relevanten Märkten und Zielgruppen.



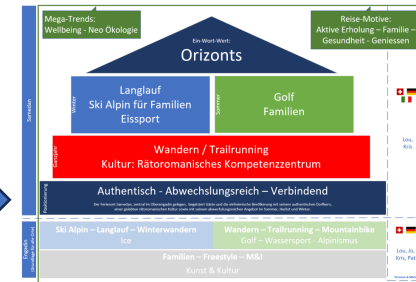
Schärfung der Strategie: Angebots- und Eventstrategie

Positionierung
«Authentisch – abwechslungsreich – verbindend»

Der Ort sowie Natur und Landschaft des Engadins werden von den Gästen und Einheimischen als authentisch wahrgenommen. Der Dorfkern mit zahlreichen Engadiner Häusern und der geschichtsträchtigen Kultur der Chesa Planta sowie die gelebte Zweisprachigkeit sind noch heute prägend. Die Hausberge Muottas Muragl und Piz Pädella, das Rauschen von Inn und Flaz sowie die ursprüngliche Natur wirken entschleunigend.

Das Angebot von Samedan ist im Sommer, Herbst und Winter abwechslungsreich. Junge, Familien und Junggebliebene finden in Samedan ein passendes Angebot.

Durch seine Lage im Herzen des Oberengadins ist Samedan idealer Ausgangspunkt, um die Region zu erkunden. Der öffentliche Verkehr verbindet Samedan mit den umliegenden Orten und auch mit den Zentren ausserhalb des Engadins. Auch über die Strasse für den individuellen Privatverkehr ist Samedan bestens erschlossen.



Schärfung der Strategie: Angebots- und Eventstrategie

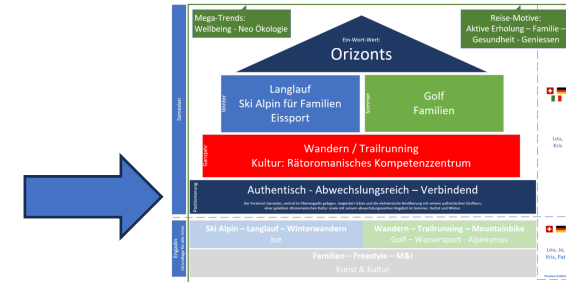
Positionierung:

«Authentisch – abwechslungsreich – verbindend»

«Der Ferienort Samedan, zentral im Oberengadin gelegen, begeistert Gäste und die einheimische Bevölkerung mit seinem authentischen Dorfkern, einer gelebten rätoromanischen Kultur sowie mit seinem abwechslungsreichen Angebot im Sommer, Herbst und Winter.»

In Bezug auf die Produkt- und Angebotsgestaltung heisst dies, dass Produkte, Angebote und Events immer auf die Positionierung abgestimmt sein müssen.

Produkte, Angebote und Events sollen nur gefördert oder umgesetzt werden, sofern sie die drei Werte der Positionierung mit aufnehmen und für den Gast spürbar machen.



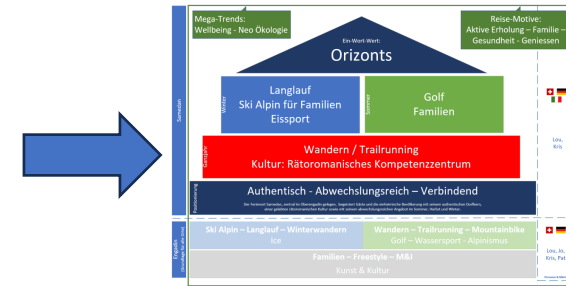
Schärfung der Strategie: Angebots- und Eventstrategie

Schärfung Themenfeld «Ganzjahr»

Die Themenfelder «Wandern / Trailrunning» und «Kultur: Rätoromanisches Kompetenzzentrum» werden über das ganze Jahr gepflegt und bearbeitet.

Grundlage für das Themenfeld «Wandern/Trailrunning» bildet der Masterplan Trail in der Sommer- und Winter-Version. Dabei soll Samedan als Pionier und «Wegbereiter» die vorgeschlagenen Massnahmen übernehmen und in der Bereitstellung von Sommer- und Winterwegen eine führende Rolle übernehmen.

Das Ganzjahres-Thema «Kultur: Rätoromanisches Kompetenzzentrum» ist angelehnt an die Bezeichnung der Chesa Planta als Kompetenzzentrum für die romanische Sprache und Kultur. Gemeinsam mit den Verantwortlichen der Chesa Planta soll das Thema aufgebaut und in den Veranstaltungskalender und die Angebotspalette von Samedan aufgenommen werden.



Schärfung der Strategie: Angebots- und Eventstrategie

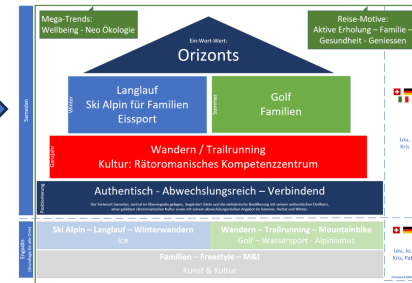
Schärfung Themenfeld «Winter»

Die Themenfelder «Langlauf», «Ski Alpin für Familien» und «Eissport» sind massgebend für die Wintersaison.

Erkenntnis aus der Analyse: Die Öffnungszeiten des Skilifts und des Eisfelds haben an deren Saisonende grossen Einfluss auf die Logiernächte. Die Saison endet in Samedan früher als in anderen Orten des Engadins. Hier muss mit der Skischule das Angebot nach Saisonende des Skilifts besser kommuniziert oder wo möglich erweitert werden (eigener Skibus, etc.).

Im Thema Eissport muss der Saisonanfang gestärkt werden, da Samedan (neben St. Moritz) der erste Ort im Oberengadin mit einem Angebot im Bereich Eissport ist.

Im Thema Langlauf muss sich Samedan auf den regionalen Masterplan Langlauf stützen und diesen bestmöglich umsetzen, d.h. das Angebot so früh wie möglich und so lang wie möglich bereitstellen, dies auch vor dem Hintergrund, dass Samedan eine wichtige Verbindung vom Zentrum in Richtung Bever/Plav einnimmt.



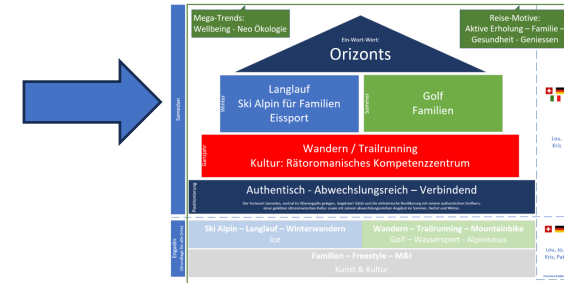
Schärfung der Strategie: Angebots- und Eventstrategie

Schärfung Themenfeld «Sommer»

Neben Wandern, welches als Themenfeld Ganzjahr bereits thematisiert wurde, sind Golf und Familien die zentralen Themenfelder im Sommer

Das Themenfeld Golf ist durch die Golf Engadin AG bestens betreut. In der Kommunikation vor Ort könnte allenfalls Samedan noch stärker als Standort des einen Golfplatzes thematisiert werden. Wichtig ist, dass die Hotels vor Ort alle als Golfhotels auftreten.

Im Thema Familien sind bereits etliche Aktivitäten geplant oder bereits umgesetzt. Die bestehenden Angebote Disc-Golf, Hüpfburgen-Festival und weitere Aktivitäten in der Promulins-Arena sind weiterzuführen und zu vertiefen. Die Spielplätze im Ort sind aufzuwerten und laufend zu unterhalten (bereits aufgeleitet).

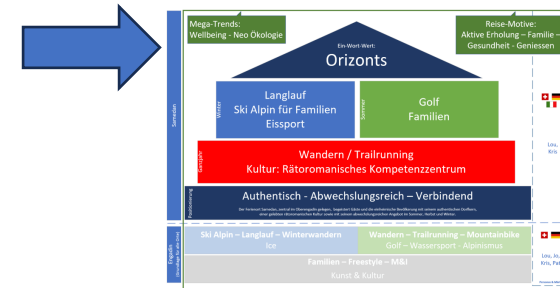


Schärfung der Strategie: Angebots- und Eventstrategie

Schärfung Ein-Wort-Wert «Orizonts»

Im Rahmen der Definition einer Ortsstrategie geht es auch darum einen Ein-Wort-Wert zu definieren. Der Ein-Wort-Wert ist die **höchste Verdichtungsstufe** einer Marke und einer Positionierung. Er **fasst die Positionierung zu einem Wort zusammen** und definiert, wofür die Marke oder der Ort stehen soll oder wohin er sich hin entwickeln möchte. Dieser Wert muss im Ort an allen Kontaktpunkten (Touchpoints) **spürbar** sein, denn er verkörpert den **Kern der Marke**.

Der Ein-Wort-Wert für Samedan leitet sich aus den erarbeiteten prägenden Werten Abwechslung, activiteds, Vielseitigkeit, Autentic, inspirierend, Naturverbundenheit, Responsabilited, Inspirierend, Entschleunigung, Wohlbefinden, Regiunel, centrel, unterstützend, Tradiziunel, Wertbewusst, genuin, Familiär, Freundlichkeit und cordiel ab.



Schärfung der Strategie: Angebots- und Eventstrategie

Schärfung Ein-Wort-Wert «Orizonts»

Beschreibung: Mit Orizonts wird das Blickfeld, die Fernsicht und der Überblick einer Person oder einer Region beschrieben. Es wird häufig auch für das Bildungsniveau und für einen offenen Geist verwendet. Personen mit Horizont besitzen die Fähigkeit, aus einer gegenwärtigen Situation (Gesichtspunkt oder Standort) in die Zukunft oder in die Weite zu blicken.

Im übertragenen Sinne bedeutet «Horizont haben» bzw. «Horizont sehen» auch in die Ferne schauen, etwas überblicken, klare Sicht haben.

Für Samedan verbinden wir «Orizonts» mit

- Verbindend und unterstützend in der Region, Verantwortung, Nachhaltigkeit
- Naturverbundenheit, Weitblick, Familiär, Freundlich, Herzlich
- Breites Angebot, viele Möglichkeiten zum aktiv sein
- Gelebte Zweisprachigkeit
- Weite Sicht in die Oberengadiner Hochebene und weiter Horizont über die Seenlandschaft mit dem schönsten Aussichtsberg des Oberengadins und dem höchsten Gipfel der Ostalpen

