

Forum graubünden Cultura 2023

Den kulturellen Reichtum Graubündens
touristisch in Wert setzen.

Chur, 23. November 2023

Verein graubünden Cultura

Graubünden Ferien, GRF

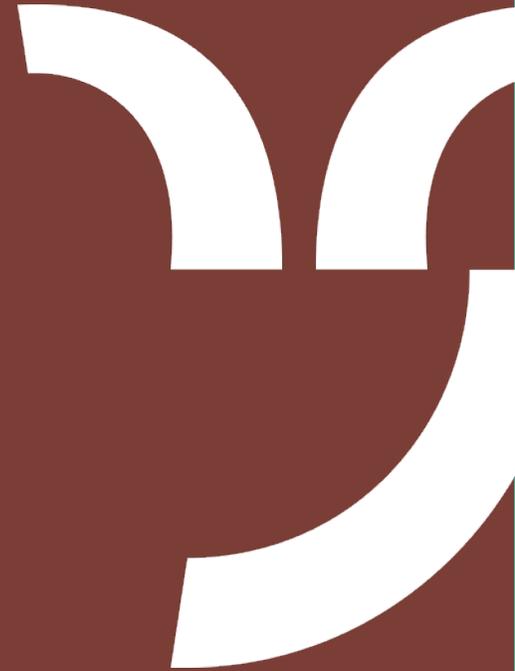
Marke graubünden

Institut für Kulturforschung Graubünden, ikg

ZHAW Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung, Wergenstein

Gieri Spescha, Verein graubünden Cultura

Bainvegni
Benvenuti
Willkommen



Forum graubünden Cultura

Programm 23. November 2023

| Zeit | Inhalt | Personen |
|-------|--|--------------------------------------|
| 14.00 | Begrüssung | Gieri Spescha (Moderation) |
| 14.10 | Präsentation Verein graubünden Cultura (Inhalte, Umsetzungsplan, Mitmachmöglichkeiten) | Stefan Forster |
| 14.50 | Input: Netzwerke und Partnerschaften Toggenburg Tourismus / Klangwelt Toggenburg | Christian Gressbach Mirjam Hadorn |
| 15.50 | Pause | |
| 16.10 | Dialog: Gespräch mit den Referent:innen / Einbezug Publikum | alle |
| 16.45 | Fazit und Schlusswort | Martin Vincenz |
| 17.00 | Apéro | |

Stefan Forster,
Präsident Verein graubünden Cultura

Vorstellung NRP- Projekt graubünden Cultura



Vereinsvorstand

- Stefan Forster - ZHAW Tourismus und Nachhaltige Entwicklung, Wergenstein
- Flurina Graf - Institut für Kulturforschung Graubünden, ikg
- Martin Vincenz - Graubünden Ferien, GRF
- Gieri Spescha - Marke graubünden



Begrifflichkeiten

Kultur und Kulturtourismus: Kultur umfasst alles, was der Mensch selbstgestaltend hervorbringt. Dabei geht es um traditionelle und zeitgenössische, materielle und immaterielle Güter und Werte. Sie reichen von Bauten, Ortsbildern, Kulturlandschaften, Sprache, Kulinarik, Musik über Kunst, Festivals, Museen bis hin zu Bräuchen und lebendigen Traditionen. Der **Kulturtourismus** nutzt diese Inhalte, um den Besuchenden und den Einheimischen die vergangene, aktuelle und zukünftige Kultur-, Sozial- und Wirtschaftsentwicklung des Gebietes durch Pauschalangebote, Führungen, Besichtigungsmöglichkeiten erlebbar zu machen. Neben der Erhaltung und Vermittlung der Kulturwerte geht es im Kontext von ganzheitlicher Nachhaltigkeit auch um die Ermöglichung von regionaler Wertschöpfung.

Analyse

- Nachfrage nach Kulturtourismus-Erlebnissen bleibt hoch und wächst > u.a. weil Kultur(-erlebnisse) eine hohe soziale Anerkennung, unverwechselbare Substanz und persönlich-individuelle Sinnhaftigkeit liefern!
- Kulturwerte und Kulturschaffen haben insbesondere in Graubünden eine hohe Bedeutung und Vielfalt (historisch und gegenwärtig)
- Kultur prägt den Bündner Tourismus bereits stark (Image und Angebote) > aber noch eher zufällig, nicht «kuratiert»!
- Kultur liefert viele (alte und neue) Geschichten und bietet Differenzierung > DAS touristische «Zauber-Duo» für den alpinen Ganzjahrestourismus der Zukunft!

Zentrale Grundsätze

- Haltung: Nachhaltigkeit und Qualität
- Erfahrene Akteure und aktive Organisationen bündeln und vernetzen > gemeinsames Dach stärkt die Aufmerksamkeit und ermöglicht gegenseitiges Lernen
- Bestehende Angebote verbessern, bekannt machen, neue Ideen ermöglichen
- Der respektvolle Umgang mit der bestehenden Kultur und den Ressourcen ist Programm, die Entwicklung erfolgt nach dem Grundsatz «Wertschöpfung durch Wertschätzung»



Vision

Graubünden profiliert sich als eine der **führenden Kulturtourismusregionen der Alpen**. Die Vernetzung der Akteure, die Kooperation zwischen Kultur- und Tourismusorganisationen, der gemeinsame Wissensaufbau und ein starker, gebündelter Auftritt führen zu erhöhter Visibilität auf den Märkten und zu konkreten Angeboten, die die ökonomische Wertschöpfung in Graubünden steigern. Gleichzeitig sind wir uns bewusst, dass Wertschöpfung auf Wertschätzung beruht. **Wir fördern darum gezielt das Verständnis bei den Gästen und bei den Einheimischen für das kulturelle Erbe, das aktuelle Kulturschaffen und die Innovationskraft aus der Kultur.**

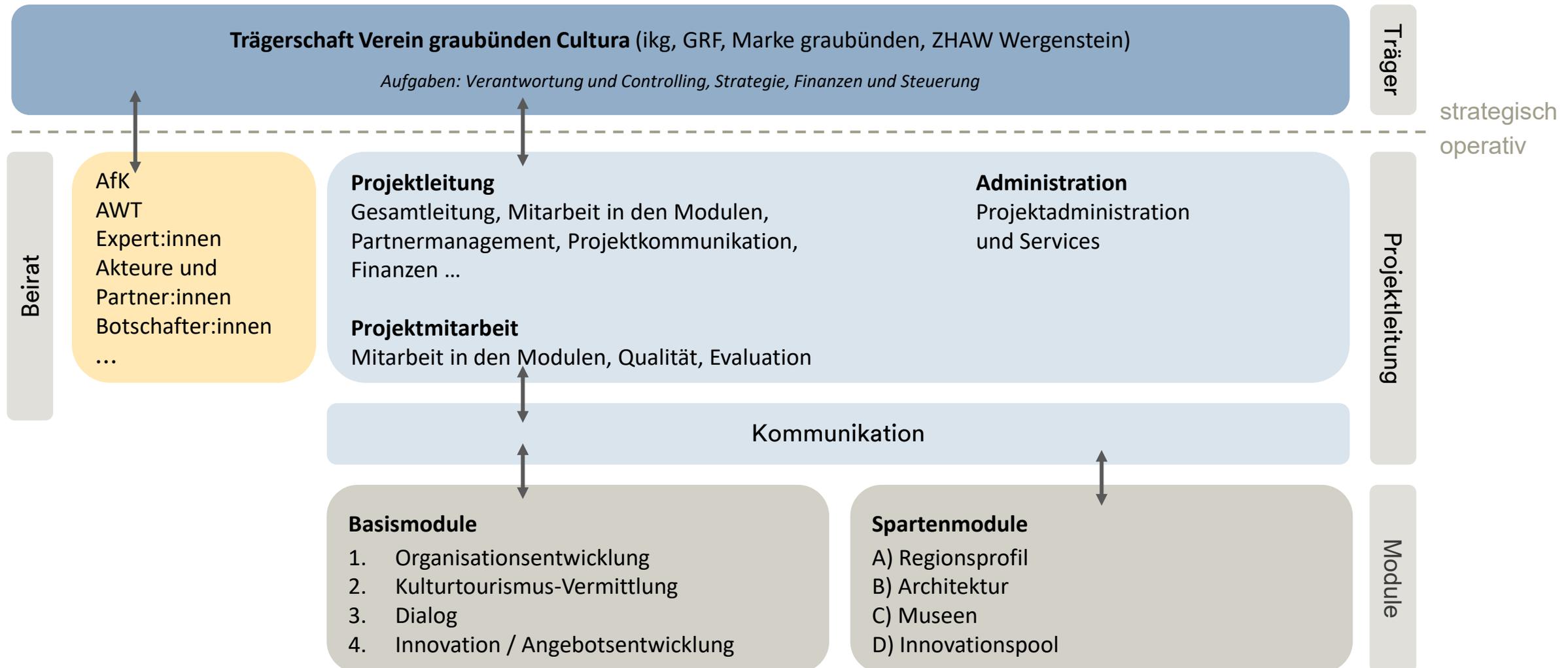
Einbettung in die Marke graubünden

Passt sehr gut zu den Kernwerten der Marke > wahr, wohltuend, weitsichtig:
die NaturMetropole graubünden

Eine Region mit Profil. NaturMetropole graubünden

Natur und Metropole. Abgeschieden und Mittendrin. Urchig und High-Tech. Gletscher und Wein. Wo Spannung herrscht, ist Energie gespeichert: Das Zusammenspiel der verschiedenen Kräfte ist es, was Graubünden einzigartig macht. Von Mutter Natur gemacht, von Bündnerinnen und Bündnern veredelt. Wir sind die NaturMetropole.

Organisation



Basis- und Spartenmodule

Basismodule:

1. Organisationsentwicklung
2. Kulturtourismus-Vermittlung
3. Dialog
4. Innovation /
Angebotsentwicklung

Spartenmodule:

- a. Regionsprofile
- b. Architektur
- c. Museen
- d. Innovations-Pool

Basismodul 1. Organisationsentwicklung

Inhalte:

Entwicklung eines akzeptierten, tragfähigen und effizienten Trägerschaftsmodells.

Ziel: Projektsicherung für den Betrieb ab 2027

Resultate:

- Trägerschaft steht fest, hat sich konstituiert und ist gegründet
- Organisationsbetrieb ist gewährleistet und langfristig gesichert

Basismodul 2. Kulturtourismus-Vermittlung

Inhalte:

Entwicklung einer Plattform, die mit der bestehenden Web-Lösung von GRF Ankündigungen von Veranstaltungen gewährleistet, die aber auch redaktionell aktuelle Beiträge über nationale und globale Kulturtrends und über wichtige Kulturentwicklungen im Kanton Graubünden erstellt. Die Plattform situiert sich an der Schnittstelle zwischen substantzieller Berichterstattung über Kultur und der Kulturpromotion, welche im Kern auch eine starke touristische Komponente aufweist.

Resultate:

- Erste Version der gemeinsamen Kulturplattform www.cultura.graubunden.ch ist online
- Verknüpfung mit weiteren kulturtourismusaffinen Informationsformaten und Plattformen aus dem Kulturbereich

Basismodul 3. Dialog

Inhalte: vier Dialog-Formate

Forum graubünden
Cultura

Regionale
Netzwerktage

Kurs/Exkursionen
Dialog Kultur und
Tourismus

Ausbildung
Landschaft- und
Kulturvermittlung

Resultate:

- Drei Foren graubünden Cultura sind durchgeführt
- Drei regionale Vernetzungstreffen zwischen Kultur- und Tourismusakteuren wurden abgehalten (Kulturtourismus Netzwerktage)
- Das Angebot «Dialog Kultur und Tourismus» findet zweimal (jeweils im Herbst 2024 und 2026) statt
- Konzeption und Start Bildungsformat «Landschaft- und Kulturvermittlung» (2025)

Basismodul 4. Innovation / Angebotsentwicklung

Inhalte:

Aufbau eines Innovationsnetzwerkes. Dieses besteht aus einem offenen Co-Creation-Raum (eine Art Think Tank), der sich um visionäre Entwicklungsfragen, anstehende Trends und neue Ideen kümmern soll.

Für die Angebotsentwicklung wird ein Beratungs- und Vernetzungs-Support für Kultur- und Tourismusakteure, die ein bestehendes Angebot verbessern oder eine neue Idee umsetzen möchten, aufgebaut (Entwicklungs- und Start-Up Hilfe).

Aus diesen Inhalten sollen auch neue Angebote entwickelt und lanciert werden.

Resultate:

- Aufbau Co-Creation-Raum Vision Kulturtourismus Graubünden
- Diverse Anbieter und Institutionen werden fachlich beraten (20-30 Beratungsgespräche)
- Drei neue Kulturtourismusangebote wurden entwickelt

Spartenmodul A. Regionsprofil

Inhalte:

Es geht darum, die Kulturrinhalte für eine mögliche touristische Nutzung zu identifizieren und dafür die Grundlagen für die Angebotsentwicklung bereitzustellen. Wobei sich das Regionsprofil resp. die Priorisierung der kulturellen Besonderheiten explizit nach der touristischen Attraktivität richtet. Für die Entwicklung dieser Grundlagen kann auf die methodischen Vorarbeiten und die bereits erstellten Regionsprofile (Schanfigg und Region Viamala) aus dem Projekt «Innovation durch Kultur» (ikg und ZHAW) zurückgegriffen werden.

Resultate:

- Methode für die Erarbeitung der Regionsprofile (kulturtouristische Potenzialberichte) ist praxisnah weiterentwickelt (übertragbar)
- Drei weitere Regionsprofile liegen vor
- Anknüpfungspunkte für Angebotsentwicklung sind definiert (Wertschöpfungsoptionen)

Spartenmodul B. Architektur

Inhalte:

Ziel dieses Moduls ist es, mit einer ersten fachlichen Beurteilung und einer marktorientierten Analyse zu untersuchen, inwiefern das Thema Architektur touristisch noch stärker genutzt und gefördert werden könnte.

Resultate:

- Machbarkeitsabklärung liegt vor. Projektkonzept ist breit abgestützt und umsetzungsbereit.

Spartenmodul C. Museen

Inhalte:

offen

Resultate:

offen

Spartenmodul D. Innovations-Pool

Inhalte:

Das Themenfeld Kulturtourismus ist breit und vielfältig. Aktuell ist eine grosse Entwicklungsdynamik in verschiedenen touristisch relevanten Kultursparten und auch im Bereich der Angebotsentwicklung feststellbar. Dies führt dazu, dass auch öfter kurzfristige, innovative und für das vorliegende Vorhaben interessante Aktivitäten und Ideen entwickelt werden. Im Modul E sollen darum noch nicht verplante finanzielle Mittel aktiviert werden, wenn sich aktuelle, der Zielsetzung des Projektes entsprechende Opportunitäten ergeben.

Resultate:

- Konzeptionelle Vorarbeiten für weitere Spartenmodule (ev. bis zur Umsetzungsreife)
- Entwicklung und Umsetzungsunterstützung von neuen kulturtouristischen Angeboten
- Entwicklung von innovativen Ideen im Themenfeld von allen Modulen des Projektes (z.B. Regionsprofile, Weiterbildungsformate, Kooperationsvorschläge, regionenübergreifende Angebote, Kommunikations- und Verkaufsideen, etc.)

Kommunikation und Marketing

Inhalte:

Kooperation mit den bestehenden und neuen Kommunikationskanälen (Marke gr, GRF, DMO, Leistungsträger aus dem Tourismus, der Kultur und der Mobilität, etc.). Gemeinsame Strategieentwicklung und Aufbau einer langfristigen Kommunikations- und Marketingstruktur für den Bündner Kulturtourismus.

Resultate:

- Kooperative Kommunikations- und Marketingkonzeption liegt vor.
- Umsetzung von ersten Massnahmen sind gestartet.

Planung 2024

| BASISMODULE | Q1 / 2024 | Q2 / 2024 |
|-----------------------------|--|--|
| M1 Organisationsentwicklung | <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Umsetzung Vereins- und Projektmanagement • Leitung Projektteam • Budget sichern (Drittmittelfrage, resp. Höhe Kofinanzierung klären) | <ul style="list-style-type: none"> • Vereins- und Projektmanagement • Leitung Projektteam • Budget sichern (Drittmittelfrage, resp. Höhe Kofinanzierung klären) |
| M2 Vermittlung | <ul style="list-style-type: none"> • Website entwickeln / pflegen • Kooperationen aufbauen / realisieren | <ul style="list-style-type: none"> • Webdite entwickeln / pflegen • Kooperationen aufbauen / realisieren |
| M3 Dialog | <ul style="list-style-type: none"> • Konzept Ausbildung Landschaft-/Kulturführungen in GR in Entwicklung • Planung Dialog Kultur und Tourismus • Planung Forum Kulturtourismus | <ul style="list-style-type: none"> • Start Umsetzung Ausbildung Landschaft-/Kulturführungen in GR in Entwicklung • Umsetzung Dialog Kultur und Tourismus (ab Juni 2024) • Planung Forum graubünden Cultura |
| M4 Angebotsentwicklung | <ul style="list-style-type: none"> • Erste Kooperationen mit DMOs • Ideenfindung und Planung Angebotsentwicklung | <ul style="list-style-type: none"> • Angebotsentwicklungen mit Partner DMOs • Akquise weitere DMOs und andere Partner für die Angebotsentwicklung (z.B. Post, RhB, Pärke, Hotels und weitere kulturtouristische Leistungsträger) |

Planung 2024

| SPARTENMODULE | Q1 / 2023 | Q2 / 2023 |
|---|--|---|
| MA Regionsprofile | <ul style="list-style-type: none"> • Festlegung Region / DMO • Entwicklung und Planung Regionsprofil | <ul style="list-style-type: none"> • Start Umsetzung |
| MB Architektur | | <ul style="list-style-type: none"> • Inhalte festlegen / Auftragsbeschreibung (Potenzial / Machbarkeit / Angebote) • Mögliche Mandatsnehmer:innen: (Mit-)Autoren / Firmen |
| MC Museen | <ul style="list-style-type: none"> • Koordination mit laufenden Aktivitäten | <ul style="list-style-type: none"> • Koordination mit laufenden Aktivitäten |
| MD Innovationspool | <ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung offen | <ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung offen |
| Kommunikation | <ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung Kommunikationsmassnahmen | <ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung Kommunikationsmassnahmen |
| Projektleitung Support / Admin. | <ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement und Koordination • Projektadministration • Akquise Drittmittel | <ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement und Koordination • Projektadministration • Akquise Drittmittel |
| Sitzungen (Gremien: Kerngruppe, Projektleitungsteam, Beirat, Kanton) | <ul style="list-style-type: none"> • Kerngruppe: monatlich • Projektleitungsteam: wöchentlich | <ul style="list-style-type: none"> • Kerngruppe: monatlich • Projektleitungsteam: wöchentlich • Beirat: halbjährlich • Schulterblick Kanton: halbjährlich |

Team Projektumsetzung

| Name | Aufgaben |
|--------------------------|---|
| Projektleitung | Operative Gesamtleitung (Stellenausschreibung) |
| Support / Admin. | Projekt- und Vereinsorganisation / Administration |
| Flurina Graf (ikg) | Einsatz Steuerungsgruppe, Leitung Modul Regionsprofil / beratende Mitarbeit in weiteren Modulen |
| GRF (intern / extern) | Leitung Modul Kommunikation |
| Gieri Spescha (Marke gr) | Markenberatung, Kommunikation > Einsatz Steuerungsgruppe / beratende Mitarbeit in den Modulen |
| Martin Vincenz (GRF) | Einsatz Steuerungsgruppe / beratende Mitarbeit in den Modulen |
| Stefan Forster (ZHAW) | Einsatz Steuerungsgruppe, Leitung Module Dialog und Angebotsentwicklung, beratende Mitarbeit in weiteren Modulen / Unterstützung PL |
| Mara Zinnow (ZHAW) | Projektassistenz, Facharbeiten, Koordinations- und Organisationsaufgaben |

Finanzierung graubünden Cultura

- Impulsfinanzierung für vier Jahre: Amt für Wirtschaft und Tourismus AWT / NRP – Projekt (Neue Regionalpolitik)
- Regierungsbeschluss CHF 1.65 Mio. (vier Jahre / 50 % kofinanziert)
- Ca. die Hälfte gesichert mit Kofinanzierungs-Leistungen der Projektträger > Rest soll im Laufe des Projektes akquiriert werden (mit Partnerprojekten und Sponsoren/Stiftungen)
- **Motiv: Das ist in erster Linie ein Tourismusprojekt! > AWT**
- **Haltung: Daraus soll aber auch ein direkter Nutzen für die Bündner Kultur und die Kulturschaffenden entstehen!**

Mitmachmöglichkeiten

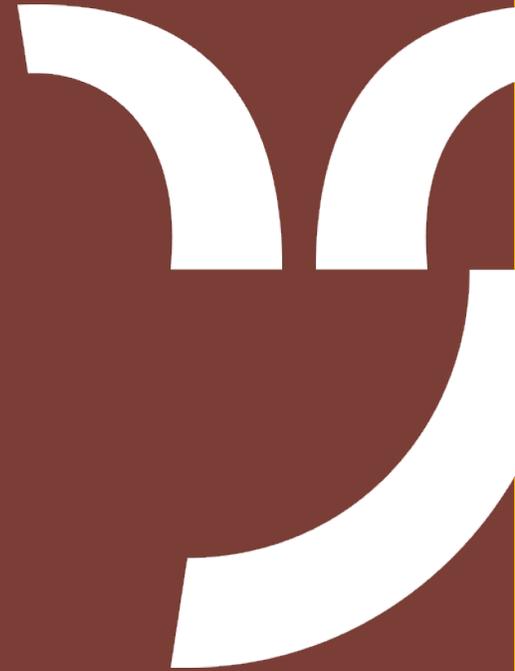
Grundsatz:

1. Gute, passende Idee → Entscheid Steuerungsgruppe
2. «Mitmachen» bedeutet Input von Ressourcen (Geldmittel und / oder Eigenleistung) ...
3. ... wobei der Einsatz verdoppelt wird (NRP Modus)



Stefan Forster,
Präsident Verein graubünden Cultura

Fazit und Schlusswort



Nächste Schritte

- Stellenbesetzung Projektleitung graubünden Cultura
- Start Umsetzung Module (nach Umsetzungsplan 2023 -2024)
- Aufbau Organisation und Kommunikation
- «Tournee» zu potenziellen Mitmach-Partnern (DMO, Kulturorganisationen, Angebotsträger:innen etc.)

- Meldet euch mit passenden Ideen und Projekten.



DANKE | GRAZIA | GRAZIE
**Gemeinsam
die Chance nutzen!**

Kontakt
cultura.graubuenden.ch
stefan.forster@zhaw.ch

Center da Capricorns
Veia Cantunala 51
7433 Wergenstein
Schweiz

graubuenden Cultura

OGNA – begehbare Skulptur von Mathias Spescha / Trun © Marco Hartmann