

A photograph of four mountain bikers standing on a rocky mountain ridge at sunset. The bikers are silhouetted against the bright orange and yellow sky. They are wearing helmets and carrying backpacks. Two of them are holding their mountain bikes. The background shows a vast mountain range under a clear sky.

Branchentalk Tourismus Case Study - "Die 300 Tage Destination".

Daniel Stiefel, VRP Lenzerheide Marketing & Support AG
29. Oktober 2026



Starring Nico Vuignier

W.O.W.

SALOMON

world of wonders
lenzerheide

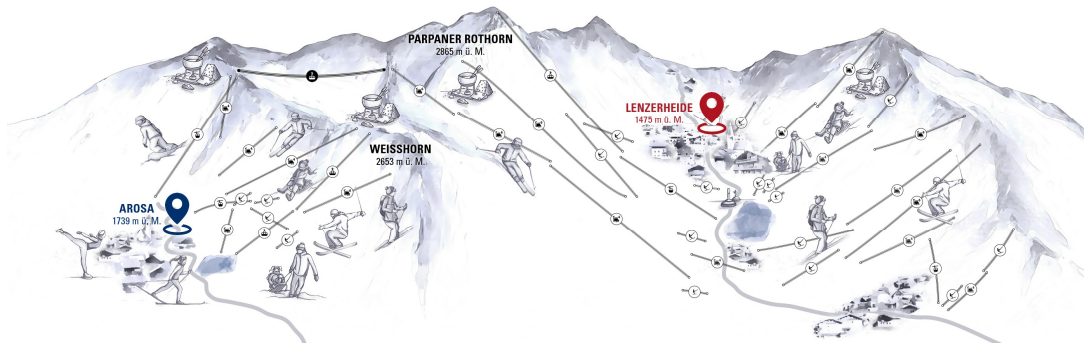


A photograph of four mountain bikers standing on a rocky mountain ridge at sunset. The sun is low on the horizon to the left, casting a warm orange glow. The bikers are silhouetted against the bright sky. From left to right: a person in a green jacket and white backpack, a person in a dark jacket and blue backpack, a person in a dark jacket and blue helmet with a mountain bike, and a person in a dark jacket and blue helmet with a mountain bike. The background shows a vast mountain range under a clear sky.

Branchentalk Tourismus Case Study - "Die 300 Tage Destination".

Daniel Stiefel, VRP Lenzerheide Marketing & Support AG
29. Oktober 2026

Ferienregion Lenzerheide Facts and Figures.



3 Politische Gemeinden

Vaz/Obervaz
(Lenzerheide, Valbella, Lain,
Muldain, Zorten)

Churwalden
(Parpan, Churwalden, Malix)

Lantsch/Lenz



ca. 6'000
Einwohner:innen



ca. 30 Hotels mit
ca. 3'000 Betten



26 Gruppenunterkünfte mit
ca. 1'800 Betten

6600 Ferienwohnungen mit
26'400 Betten

Zweitwohnungen mit
13'000 Betten

 Lenzerheide

Ferienregion Lenzerheide Facts and Figures.



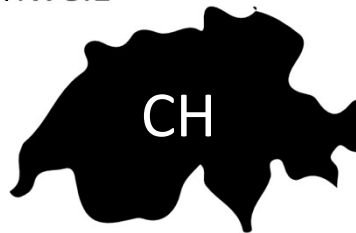
ca. **1'700'000**
Logiernächte



Eine der führenden **~10**
Bergdestinationen der Schweiz

85%

Gästeanteil aus
der Schweiz



Familien sind das grösste
Gästesegment mit
rund **55%**



Individuelle Paare: **15%**

Pensionierte: **15%**

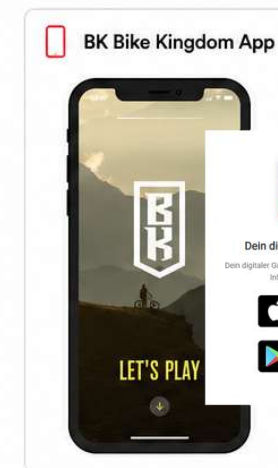
Gruppen: **15%**

Was macht die Lenzerheide Marketing und Support AG (LMS)?

Die **LMS** treibt die **touristische Entwicklung** sowie die **Förderung und Vermarktung der Destination Lenzerheide** in **Lenzerheide** in Absprache mit Gemeinden und Leistungsträgern voran. Gleichzeitig **übernimmt sie eine gemeindeübergreifende Moderationsrolle**.



... und in Zahlen



Globale Entwicklungen im Tourismus

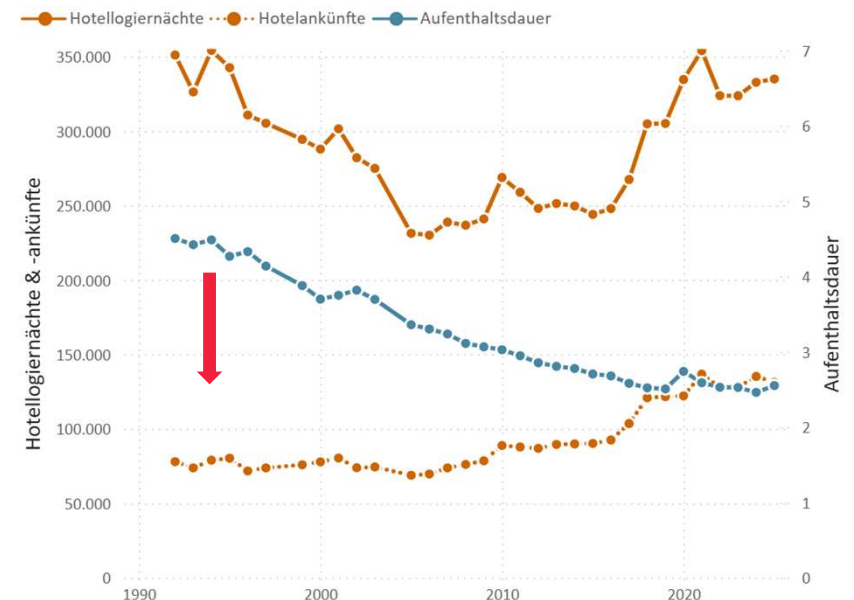
- **Tourismus wächst weiter**
→ Internationale Ankünfte: 1.5 Mrd. → 2.4 Mrd. bis 2034
- **Neue Märkte gewinnen an Bedeutung**
→ Wachsende Mittelschicht & Mobilität treiben die Internationalisierung voran
- **Klimawandel verschiebt Reiseströme**
→ Hitze im Süden stärkt Alpen, Sommer (und Herbst)
- **Europa wird älter**
→ Mehr Zeit & Kaufkraft, aber höhere Ansprüche an Qualität und Komfort
- **Fachkräfte werden zum Engpass**
→ Wachstum braucht genügend qualifizierte Mitarbeitende

Chance für Lenzerheide:
vom Winterort zur internationalen Ganzjahresdestination.

- **Aufenthaltsdauer sinkt**
→ 2025 bei **2.6 Übernachtungen**

Ankünfte & Aufenthalt

Grafik: Hanser Consulting - Quelle: BFS HESTA



Fünf Konsequenzen für Lenzerheide

1 Winter sichern – Sommer wachsen

Winter bleibt das Fundament, das Wachstumspotenzial liegt im Sommer & Herbst.



WINTER

SOMMER

HERBST

2 Ganzjährigkeit konsequent entwickeln

Von der klassischen Zwei-Saisons- zur **300-Tage-Destination**.



Ziel: Auslastung, Wertschöpfung und Resilienz erhöhen.

3 Internationalisierung vorantreiben

Wachstum findet zunehmend international statt – neue Märkte erschliessen.



Neue Märkte



Partnerschaften stärken



Sichtbarkeit international erhöhen

4 Qualität & Erlebnis vor Quantität

Gäste suchen Reisegründe und besondere Erlebnisse, nicht einfach Betten und Infrastruktur.



Erlebnisse schaffen. Begeistern. Wiederkommen lassen.

5 Demografie & Fachkräfte mitdenken

Ältere, kaufkräftigere Gäste treffen auf weniger Arbeitskräfte: Angebot, Komfort und Prozesse müssen sich verändern.

Mehr 65+ Gäste



Weniger Arbeitskräfte



- ✓ Mehr Zeit & Kaufkraft
- ✓ Höhere Ansprüche
- ✓ Komfort & Service

- ✗ Fachkräftemangel
- ✗ Prozesse effizienter
- ✗ Attraktiv als Arbeitgeber

Menschen, Prozesse und Angebote zukunftsfähig gestalten.

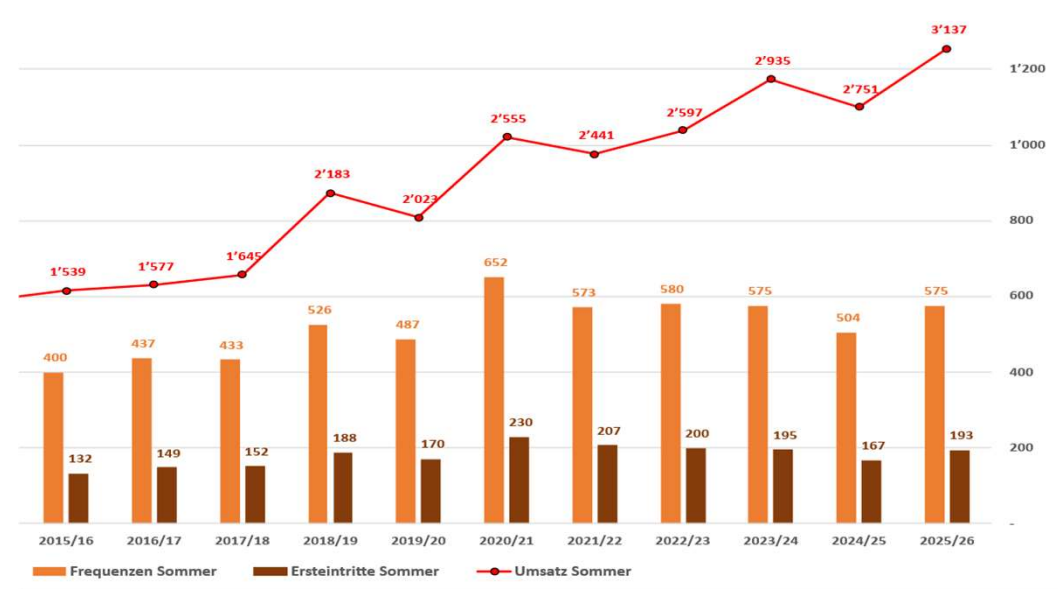


Unser Ziel: Von einer stark wintergeprägten Destination zur internationalen Ganzjahresdestination.



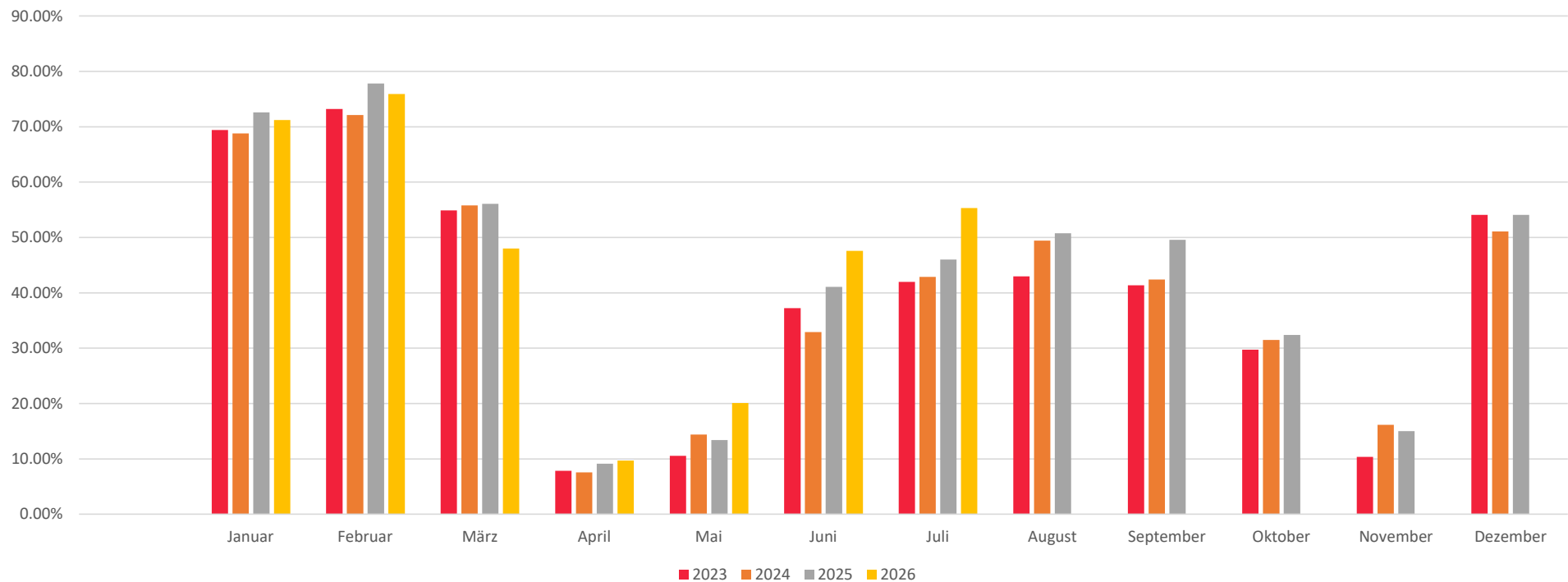
 **Lenzerheide**

Bergbahnen: Entwicklung Winter und Sommer



Bruttozimmer-Auslastung 2023-2026

Bruttozimmer-Auslastung 2023-2026



300 Tage Destination Novemberhoch – viel Sonne, kein Nebel

- Der Herbst in der Ferienregion Lenzerheide ist die beste Zeit für Winter- und Sommerfans.
- Lust auf Skifahren oder doch lieber noch Wandern oder Biken?
- Das Novemberhoch bietet Winter- und Sommersport – gleichzeitig.
- Wachsend seit Herbst 2014
 - Steigende Angebotsvielfalt (seit 2016 bsp. Inkl. Langlauf)
 - Mehr involvierte Leistungsträger
 - Steigende Logiernächte im November

Winter- oder Sommersport – Das ist dein Novemberhoch



Fünf Konsequenzen für Lenzerheide

1 Winter sichern – Sommer wachsen

Winter bleibt das Fundament, das Wachstumspotenzial liegt im Sommer & Herbst.



WINTER

SOMMER

HERBST

2 Ganzjährigkeit konsequent entwickeln

Von der klassischen Zwei-Saisons- zur **300-Tage-Destination**.



Ziel: Auslastung, Wertschöpfung und Resilienz erhöhen.

3 Internationalisierung vorantreiben

Wachstum findet zunehmend international statt – neue Märkte erschliessen.



Neue Märkte



Partnerschaften stärken



Sichtbarkeit international erhöhen

4 Qualität & Erlebnis vor Quantität

Gäste suchen Reisegründe und besondere Erlebnisse, nicht einfach Betten und Infrastruktur.



Erlebnisse schaffen. Begeistern. Wiederkommen lassen.

5 Demografie & Fachkräfte mitdenken

Ältere, kaufkräftigere Gäste treffen auf weniger Arbeitskräfte: Angebot, Komfort und Prozesse müssen sich verändern.

Mehr 65+ Gäste



Weniger Arbeitskräfte



- ✓ Mehr Zeit & Kaufkraft
- ✓ Höhere Ansprüche
- ✓ Komfort & Service

- ✗ Fachkräftemangel
- ✗ Prozesse effizienter
- ✗ Attraktiv als Arbeitgeber

Menschen, Prozesse und Angebote zukunftsfähig gestalten.

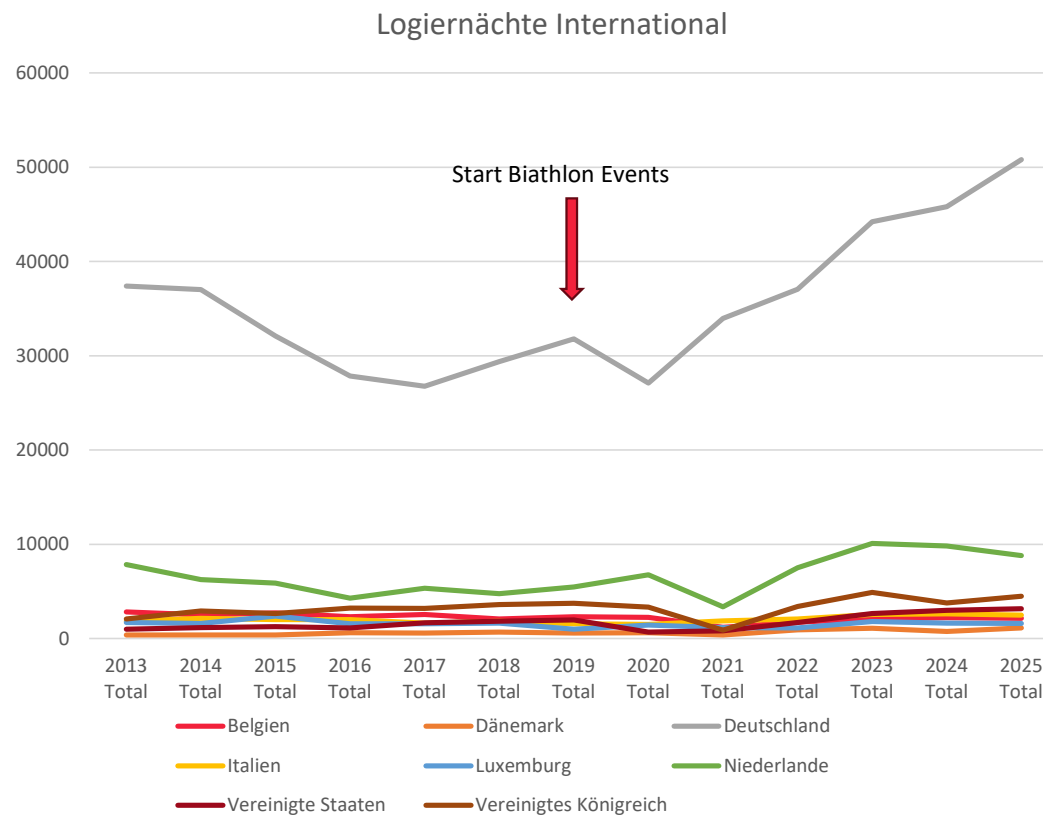


Unser Ziel: Von einer stark wintergeprägten Destination zur internationalen Ganzjahresdestination.



 **Lenzerheide**

Internationalisierung Länderstatistik



Fünf Konsequenzen für Lenzerheide

1 Winter sichern – Sommer wachsen

Winter bleibt das Fundament, das Wachstumspotenzial liegt im Sommer & Herbst.



WINTER

SOMMER

HERBST

2 Ganzjährigkeit konsequent entwickeln

Von der klassischen Zwei-Saisons- zur **300-Tage-Destination**.



Ziel: Auslastung, Wertschöpfung und Resilienz erhöhen.

3 Internationalisierung vorantreiben

Wachstum findet zunehmend international statt – neue Märkte erschliessen.



Neue Märkte



Partnerschaften stärken



Sichtbarkeit international erhöhen

4 Qualität & Erlebnis vor Quantität

Gäste suchen Reisegründe und besondere Erlebnisse, nicht einfach Betten und Infrastruktur.



Erlebnisse schaffen. Begeistern. Wiederkommen lassen.

5 Demografie & Fachkräfte mitdenken

Ältere, kaufkräftigere Gäste treffen auf weniger Arbeitskräfte: Angebot, Komfort und Prozesse müssen sich verändern.

Mehr 65+ Gäste



Weniger Arbeitskräfte



- ✓ Mehr Zeit & Kaufkraft
- ✓ Höhere Ansprüche
- ✓ Komfort & Service

- ✗ Fachkräftemangel
- ✗ Prozesse effizienter
- ✗ Attraktiv als Arbeitgeber

Menschen, Prozesse und Angebote zukunftsfähig gestalten.



Unser Ziel: Von einer stark wintergeprägten Destination zur internationalen Ganzjahresdestination.



Lenzerheide



Vielseitige,
alpine
Erlebniswelt
mit W.O.W.

W.O.W. –
world of wonders Lenzerheide

The Capital



Zauberwald Lenzenerheide



Bike Kingdom. Meet. Play. Ride

Highlights

3 Destinationen
900 Km Biketrails
2 Bikeparks
1 App

Bike Kingdom:

Lenzerheide ist das Bike-Königreich der Alpen. Eine destinations-übergreifende Erlebnis-Plattform.

Bike Kingdom bietet schier unbegrenzte Möglichkeiten, für Bike Fans aller Facetten.

W.O.W. Sport Events

Biathlon
Bike
Ski



LENZERHEIDE
2025

The Arosa logo is a blue rectangle with the word "Arosa" in white script font.

Arosa

W.O.W. bei Lenzerheide Bergbahnen AG

- Arosa Lenzerheide grösstes zusammenhängendes Skigebiet in Graubünden mit 225 km Pistenkilometern (63% beschneit)
 - Insgesamt 43 Bahnen/Skilifte davon 27 Anlagen in der Lenzerheide
 - 7 Kinderländer
 - 24 Bergrestaurants
 - 2'865 m Höchster Punkt (Rothorn)
 - 1'229 m Tiefster Punkt (Churwalden)
 - 1.4 Millionen Skierdays pro Wintersaison
 - 30'000 Gäste pro Spitzentag
 - 64'736 Transportkapazität (Pers./h)
 - 13 eigene Gastrobetriebe
 - 3 Personalhäuser
 - 4 Betriebsgebäude
 - 42 Liftstationen
 - 3 Garagen
 - 1 SOS-Zentrale
- 
- Two mountain bikers are riding on a dirt trail in a forest. One biker is in the foreground, leaning into a turn, while the other is slightly behind and to the left. They are both wearing helmets and colorful gear. The trail is surrounded by tall evergreen trees and lush green undergrowth.

The Lenzerheide logo is a red rectangle with a white stylized 'L' icon and the word "Lenzerheide" in white sans-serif font.

Lenzerheide

Fragen und Diskussion

