



Regionale Standortentwicklungsstrategie

Zusammenfassung der Strategie

Aktualisierte, an der Präsidentenkonferenz vom 17. Dezember 2020 von der Präsidentenkonferenz Maloja genehmigt Fassung

17. Dezember 2020

Impressum

<i>Auftraggeber</i>	Region Maloja
<i>Bearbeitung</i>	Hanser Consulting AG: <ul style="list-style-type: none">– Peder Plaz, Partner– Brigitte Küng, Projektleiterin
<i>Begleitgruppe</i>	<ul style="list-style-type: none">– Martin Aebli, Präsident Region Maloja– Adrian Ehrbar, Vertreter St. Moritz Tourismus– Andrea Gilli, Vizepräsident Region Maloja, Vertreter Plaiv– Christian Jott Jenny, Vertreter Gemeinde St. Moritz– Jenny Kolmar, Geschäftsführerin Region Maloja
<i>Veröffentlichung</i>	17. Dezember 2020
<i>Offenlegung von Quellen</i>	<p>Die in diesem Dokument verwendeten Inhalte, Angaben und Quellen wurden mit grösster Sorgfalt zusammengestellt. Die Ausführungen beruhen teilweise auf Annahmen, die auf Grund des zum Zeitpunkt der Auftragsbearbeitung zugänglichen Materials als plausibel erachtet wurden.</p> <p>Die verwendeten Quellen und wortwörtlichen Zitate werden offengelegt. Bei der Verwendung von theoretischen oder wissenschaftlichen Konzepten, welche den gegenwärtigen Erkenntnissen der Wissenschaft entsprechen, wird zur Wahrung der Lesbarkeit und Verständlichkeit auf eine explizite Quellenangabe verzichtet.</p> <p>Gleichwohl kann Hanser Consulting AG für die Richtigkeit der gemachten Annahmen keine Haftung übernehmen.</p>
<i>Projektnummer</i>	23018.02
<i>Hanser Consulting</i>	Die Hanser Consulting AG ist eine Politik- und Unternehmensberatung in der Schweiz. Unser Fokus liegt einerseits auf der Unterstützung von Unternehmen in Fragen der Strategieentwicklung und andererseits auf die Beratung der Öffentlichen Hand und Verbände in wirtschaftspolitischen Fragestellungen.

Das Wichtigste in Kürze

1

Der **Tourismus** ist klar die Leitbranche in der Region Maloja. Die Branche und somit der Wirtschaftsstandort Oberengadin **stagnieren jedoch seit rund 20** Jahren. Die Entwicklungsmöglichkeiten ausserhalb des Tourismus sind aufgrund der natürlichen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen begrenzt. So muss das Oberengadin auch in Zukunft das wirtschaftliche Wachstum hauptsächlich im Tourismus und in tourismusnahen Bereichen finden.

2

Innerhalb des Tourismus soll die **Auslastung ganzjährig verbessert** werden, in dem entlang der Zweimarkenstrategie der Destination bedürfnisgerechte Produkte entwickelt, wachstumsstarke Märkte angesprochen, die Möglichkeiten der **Digitalisierung** in all ihren Facetten im Sinne einer «Smart Destination» genutzt und die Infrastrukturen optimiert werden.

3

Neue Lebens- und Arbeitsmodelle, ausgelöst durch gesellschaftlichen Wandel und digitale Technologien stellen eine grosse Chance für die Region Maloja dar, weil dezentrales Wohnen und Arbeiten möglich wird. Der Trend wird durch die Corona-Pandemie noch beschleunigt und kann die Region Maloja als Lebensmittelpunkt oder Teilzeitwohnort begünstigen.

4

Die Attraktivität der Region als Wohnstandort für ständige Einwohner und für Zweitheimische wird durch vielfältige Faktoren bestimmt. Nebst attraktiven Freizeitinfrastrukturen und der einzigartigen Landschaft sind auch Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten vor Ort, berufliche Perspektiven, gute fiskalische Rahmenbedingungen und viele weitere Bedingungen entscheidend. Die gesamtheitliche Steigerung der Attraktivität als Voll- und Teilzeitwohnort erhält in der Standortentwicklungsstrategie ein starkes Gewicht und ist unter dem Stichwort **Wohnen und Arbeiten** zusammengefasst.

5

Eine **nachhaltige Entwicklung** bedeutet für die Region, ökonomische, ökologische und soziale Ansprüche auszubalancieren. Der Schutz der einzigartigen Landschaft ist dabei ein zentrales Anliegen, denn sie stellt eine wichtige Grundlage für die Region dar. In Bezug auf den Tourismus bedeutet dies, eine qualitative Entwicklung anstatt eines quantitativen Ausbaus zu fördern. In Bezug auf die Ökologie bedeutet dies, einen Beitrag zur Erreichung der Ziele der Energiestrategie des Bundes zu leisten. Zeitgemässe Mobilitäts- und Verkehrslösungen, aber auch eine dynamische, diversifizierte Wirtschaftsstruktur und die damit zusammenhängende Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitsplätzen und die Digitalisierung stellen grundlegende Elemente für eine nachhaltige Entwicklung auf allen Ebenen dar. Das **Querschnittsthema nachhaltige Entwicklung** ist daher ein weiterer Schwerpunkt in der Standortentwicklungsstrategie der Region Maloja.

Inhaltsverzeichnis

	Das Wichtigste in Kürze	3
	Inhaltsverzeichnis	4
1	Funktion der «regionalen Standortentwicklungsstrategie»	5
1.1	Funktion für den Kanton Graubünden	5
1.2	Zuständigkeiten in der Region Maloja	6
1.3	Funktion der Strategiedokumente	7
2	Die strategische Ausgangslage der Region Maloja	8
2.1	Tourismus als Leitbranche	8
2.2	Wohnstandort	10
2.3	Nachhaltige Entwicklung als zentrales Thema	11
3	Die Vision und Chancen	13
3.1	Die Vision und Leitsätze der Region Maloja	13
3.2	Die Chancen der Region Maloja	13
3.2.1	Chancen mit Fokus Tourismus.....	14
3.2.2	Chancen mit Fokus Wohnen und Arbeiten (residenzielle Ökonomie) ..	15
3.2.3	Chancen aus dem Querschnittsthema nachhaltige Entwicklung	15
4	Die Stossrichtungen der Standortentwicklungsstrategie	16
4.1	Stossrichtung 1: Tourismus dynamisieren.....	16
4.1.1	Beherbergung als Kernelement des Tourismus.....	16
4.1.2	Schneesportgebiete optimieren	17
4.1.3	Neue Produkte.....	17
4.1.4	Digitalisierung	17
4.1.5	Marktbearbeitung optimieren.....	18
4.2	Stossrichtung 2: Wohnen und Arbeiten attraktivieren	18
4.2.1	Aus- und Weiterbildungsangebote sowie berufliche Perspektiven schaffen	18
4.2.2	Attraktives steuerliches Umfeld	18
4.2.3	Integration von Zweitheimischen.....	19
4.3	Stossrichtung 3: Querschnittsthema nachhaltige Entwicklung stärken	19
4.3.1	Landschaft als wichtige Ressource der Region	19
4.3.2	Mobilität	20
4.3.3	Digitale Erreichbarkeit	20
4.3.4	Diversifikation der Wirtschaft.....	20

1 Funktion der «regionalen Standortentwicklungsstrategie»

1.1 Funktion für den Kanton Graubünden

Orientierungsrahmen für die Vergabe von Fördermitteln

Der Bund hat dem Kanton Graubünden die Umsetzung der Neuen Regionalpolitik (NRP) übertragen. Im Kanton Graubünden erfolgt dies seit 2016 in elf administrativen Regionen¹. Es wurde je ein Regionalmanagement eingesetzt, um die wirtschaftliche Entwicklung regional zu fördern.

Abbildung 1

Die elf Regionen des Kantons Graubünden



Quelle: Kanton Graubünden

Das Regionalmanagement der Region Maloja steht auf folgender Basis:

- Bundesgesetz über Regionalpolitik vom 6. Oktober 2006 (BGR; SR 901.0)
- Gesetz über die Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung in Graubünden (GWE)
- Verordnung über die Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung in Graubünden (VWE; BR 932.160)
- Leistungsvereinbarung der Region Maloja mit dem Kanton Graubünden
- Leistungsvereinbarungen der Standortgemeinden mit der Region Maloja

Darüber hinaus bilden kommunale, kantonale und nationale Gesetze, die direktdemokratischen Prozesse und die Gemeindeautonomie sowie die Einsprache- und Mitwirkungsmöglichkeiten auf der Ebene von konkreten Vorhaben und Projekten die Rahmenbedingungen, in die sich regionale Zielsetzungen und Vorhaben einfügen.

Mit der Entwicklung der Agenda 2030 nahm der Kanton Graubünden seine regionalpolitischen Aufgaben wahr. In diesem Zuge wurden 2015 erstmals regionale Standortentwicklungsstrategien (nachfolgend «rSES») entwickelt. Gemäss der entsprechenden Verordnung umfassen regionale Standortentwicklungsstrategien unter den Gemeinden abgestimmte Massnahmen für deren wirtschaftliche Entwicklung. Beiträge und Darlehen an Vorhaben zur Standortentwicklung können gewährt werden, wenn dadurch die Attraktivität oder Wettbewerbsfähigkeit erhöht wird und damit Grundlagen geschaffen werden, damit Unternehmen Wertschöpfung und attraktive Arbeitsplätze schaffen können.

¹ Die Kreise wurden 2016 abgeschafft und neu 11 Regionen im Kanton Graubünden gebildet. Aufgrund dieser Neuorganisation beschränkt sich die vorliegende Standortentwicklungsstrategie auf den Perimeter der Region Maloja inkl. Gemeinde Brezeglia, aber ohne die Region Bernina.

Eine Teilrevision des GWE, welche 2019 von der Regierung vorgelegt und anschliessend vom Grossen Rat des Kantons Graubünden 2020 beraten wurde, sieht eine Neukonzeption des Regionalmanagements vor. Dabei sollen auch die «rSES» an Bedeutung gewinnen: Sie dienen künftig als verbindliches Steuerungs- und Planungsinstrument, das dem Kanton bei der Vergabe von Fördermitteln im Bereich der Regionalpolitik als Orientierung dient. Demnach werden künftig Vorhaben von öffentlich-rechtlichen Trägerschaften nur gefördert, wenn sie regional abgestimmt und in der «rSES» enthalten sind.

Als Folge der Revision des GWE und hinsichtlich der NRP-Periode ab 2024 sind dem Kanton aktualisierte Standortentwicklungsstrategien vorzulegen, wobei die Verantwortung für die Weiterentwicklung bei den Regionen liegt und der Kanton diese zur Kenntnis nimmt.

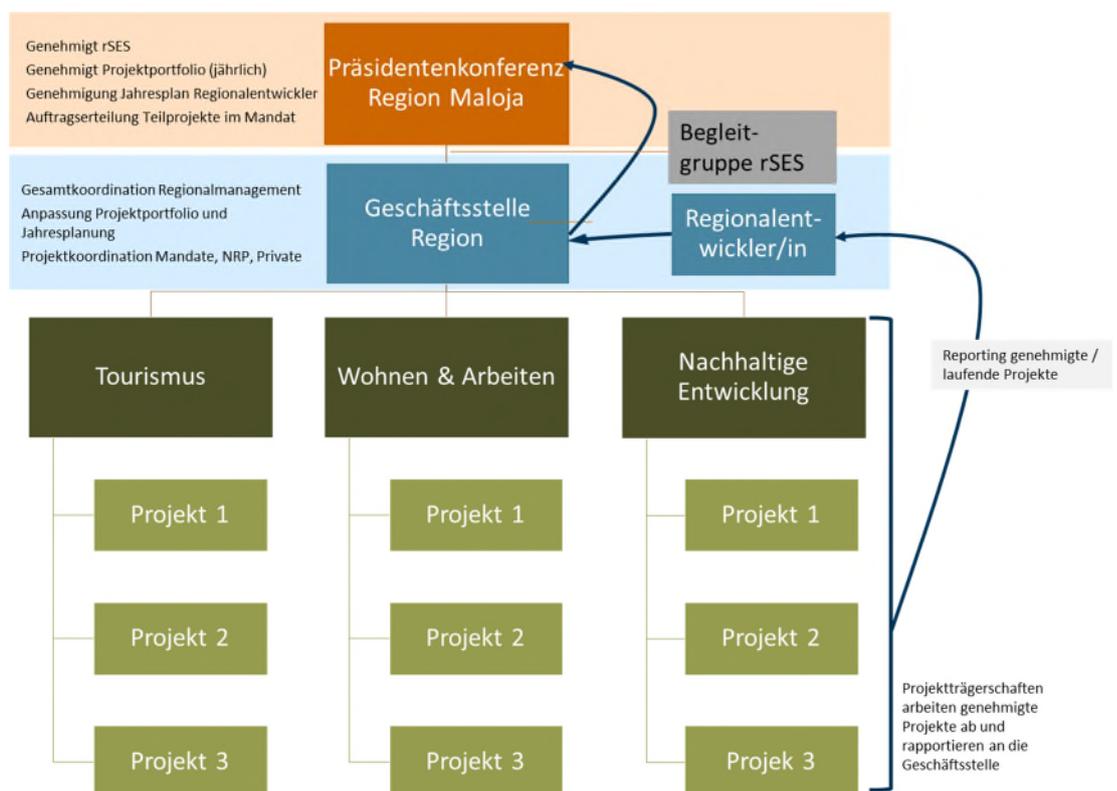
1.2 Zuständigkeiten in der Region Maloja

Präsidentenkonferenz
als Genehmigungs-
instanz

Die regionale Standortstrategie 2030 wird als Prozess verstanden und eine **kontinuierliche Strategiearbeit und -umsetzung** sichergestellt. Die Präsidentenkonferenz als demokratisch legitimates Gremium hat dabei die Genehmigungshoheit über Projektanträge, Budgets und über die Vergabe von Mandaten. Die Geschäftsstelle ist als Bindeglied zwischen Präsidentenkonferenz und Projektträgerschaften zu betrachten und mit der Gesamtkoordination des Regionalmanagements beauftragt. Die enge Zusammenarbeit und Mitwirkung der Standortgemeinden wird über sie sichergestellt. In dieser Funktion ist sie auch direkte Ansprechpartnerin für Projektträger. Sie nimmt Controllingaufgaben (Projektreporting) wahr und ist mit der jährlichen Aktualisierung des Projektportfolios und des Budgets z.H. der Präsidentenkonferenz beauftragt. Eine von der Präsidentenkonferenz eingesetzte Begleitgruppe unterstützt die Geschäftsstelle bei der Ergänzung des Projektportfolios und bei der Priorisierung der darin enthaltenen Projektvorschläge.

Abbildung 2

Strategiearbeit und Zuständigkeiten im Rahmen der Standortentwicklungsstrategie der Region Maloja



Neue Projekte werden in der Regel über die Standortgemeinden via Präsidentenkonferenz beantragt. Projektträger können via Regionalentwickler/in auch direkt Projektanträge an die Präsidentenkonferenz richten, sofern die Geschäftsstelle die regionale Relevanz und eine Übereinstimmung mit der Standortentwicklungsstrategie bejaht. Vom Regionalmanagement werden die Kriterien und der Prozess für Projektanträge durch Dritte definiert und publiziert.

1.3 Funktion der Strategiedokumente

Drei Dokumente für die Strategiearbeit zur regionalen Standortentwicklung

Die aktualisierten Dokumente der rSES dienen als Arbeitsinstrumente und umfassen folgende drei Teile:

1. **Chartset:** Es handelt sich um eine Zusammenstellung von statistischen Auswertungen, welche die Entwicklungen in der Region Maloja in verschiedenen relevanten Bereichen aus Wirtschaft und Gesellschaft mit Zahlen und Fakten aufzeigt. Das Ziel dieses Dokuments ist, die Entwicklung der Region aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten und damit eine analytische Basis für die Standortentwicklungsstrategie bereitzustellen.
2. **Regionale Standortentwicklungsstrategie:** Es handelt sich um das vorliegende Dokument, welches die regionale Standortentwicklungsstrategie der Region Maloja inkl. Vision, Leitsätze, Chancen und wichtigste Stossrichtungen beschreibt. Die «rSES» kommt einem Konsens der Gemeinden über die zukünftigen Schwerpunkte in der Standortentwicklung gleich und stellt damit ein Koordinationsinstrument und eine Orientierungshilfe für die Behörden dar, welche auch vom Kanton Graubünden im Rahmen der Regionalpolitik herangezogen wird, wenn es um die Förderung von Vorhaben geht.
3. **Projektportfolio:** Dieses dritte Dokument enthält konkrete Vorhaben und Projekte mit regionaler Relevanz. Es ist ein Instrument zur Umsetzung der Strategie und damit ein Arbeitsinstrument bzw. Aufgabenbeschrieb für die Regionalentwicklung. Das Projektportfolio wird künftig laufend aktualisiert. Neue Projekte können aufgenommen werden, wenn die Region im Auftrag der Gemeindepräsidentenkonferenz aktiv wird oder Anträge von Projektträgern für regional abgestimmte und relevante Projekte bewilligt werden.

2 Die strategische Ausgangslage der Region Maloja

Die gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Entwicklung der Region Maloja und ihre heutige Situation stellen die Basis dar, um Chancen abzuleiten (vgl. Kapitel3) und Stossrichtungen der Standortentwicklungsstrategie zu definieren (vgl. Kapitel4). Die zentralen Elemente der strategischen Ausgangslage sind nachfolgend kurz beschrieben. Im Dokument «Chartset» finden sich weiterführende Analysen zur regionalen Entwicklung.

2.1 Tourismus als Leitbranche

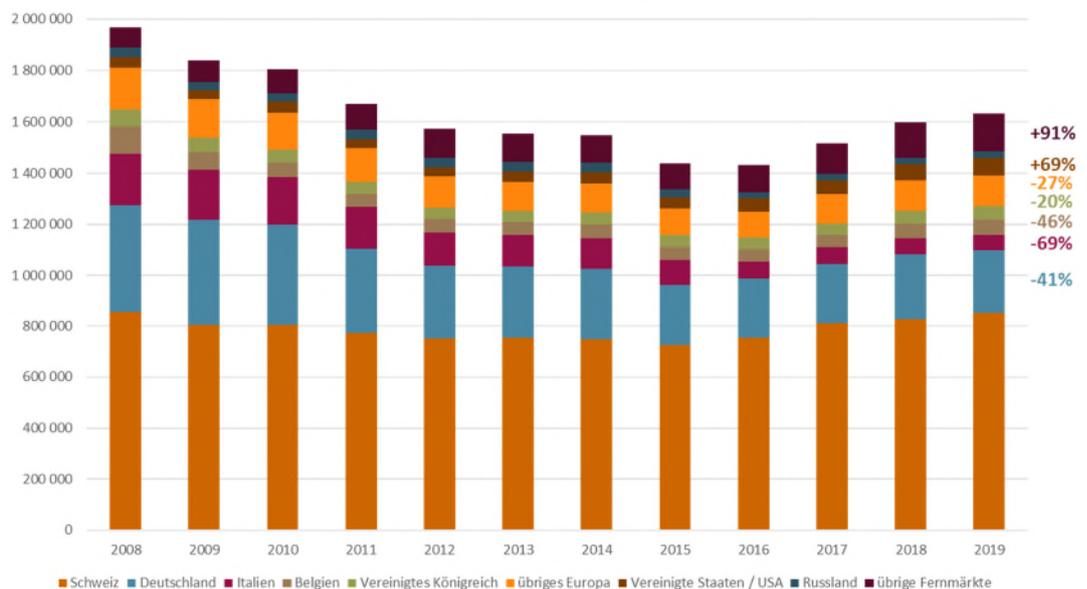
Tourismus auch künftig wirtschaftliches Rückgrat

Das Oberengadin zählt zu den führenden Tourismusregionen im Alpenraum und St. Moritz zu einem der bekanntesten Tourismusorte weltweit. Für die Region Maloja ist der Tourismus nach wie vor die wichtigste Branche, welche zusammen mit der von ihr abhängigen Bauwirtschaft knapp 60% der regionalen Beschäftigung sicherstellt und damit als eigentliche Leitbranche bezeichnet werden kann.

Trotz dieser günstigen Ausgangslage schwächelt die regionale Tourismuswirtschaft. Obschon in den letzten Jahren eine leichte Erholung zu beobachten war, ist die Anzahl Logiernächte in der Langzeitbetrachtung stagnierend. Seit 2008 gingen 17% der Logiernächte verloren, was auf deutliche Verluste bei den traditionellen Märkten Deutschland (-41%) und Italien (-69%) – und damit auf den starken Franken – zurückzuführen ist. In der gleichen Zeit zeichnet sich bei den Gästen aus den USA und den übrigen Fernmärkten ein klares Wachstum auf noch tiefem Niveau ab, welches die Verluste bei den Kernmärkten (noch) nicht kompensieren kann. Stabilität verleiht der hohe Anteil von Schweizer Gästen (50%), deren Logiernächte-Niveau gehalten werden konnte.²

Abbildung 3

Entwicklung Logiernächte nach Gästeherkunft



Quelle: BFS 2020

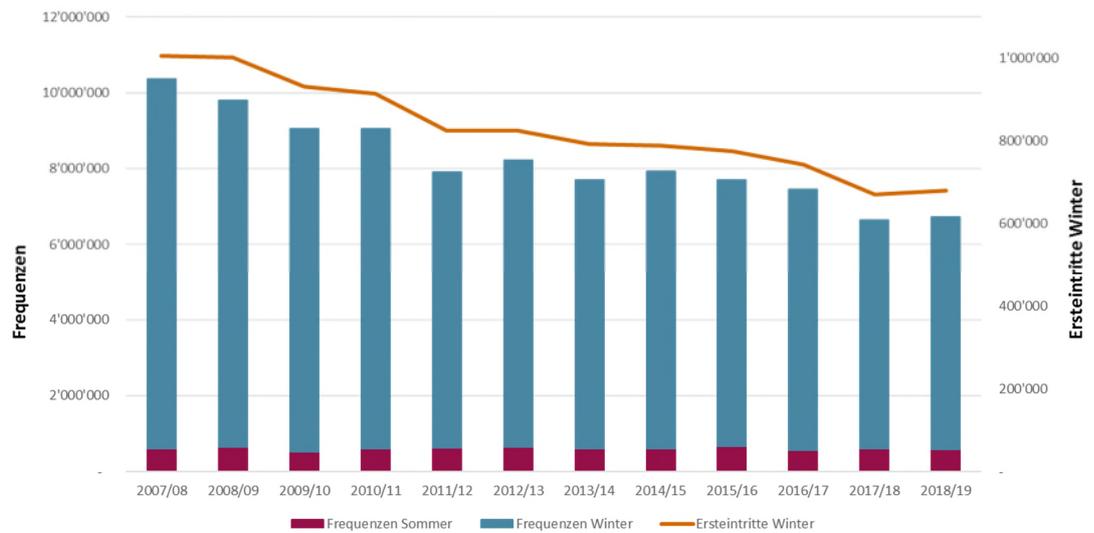
² Weitere Zahlen und Fakten, welche die Ausgangslage bzw. die Entwicklung der Region im Bereich Tourismus beschreiben, sind dem Dokument «Chartset» zu entnehmen.

Eine grosse Herausforderung stellt die starke Saisonalität mit ihren nachfrageseitigen Schwankungen dar. Als die Tourismusgeschichte der Region in der Belle Époque gegen Ende des 19. Jahrhunderts ihren Anfang nahm, war der Tourismus ausschliesslich auf die Sommersaison ausgerichtet. Heute ist die Wintersaison das touristische Zugpferd fürs Oberengadin. Symptomatisch dafür zeigt sich die Verteilung der Bergbahnfrequenzen auf Sommer und Winter. Die Frequenzen in der Sommersaison machen bei der Engadin St. Moritz Mountains AG beispielsweise weniger als 10% aus; der Rest entfällt auf die Wintersaison.

Gleichzeitig zeigt sich aber ein deutlicher Rückgang der Ersteintritte im Winter; die Engadin St. Moritz Mountains AG als grösste Bergbahnbetreiberin der Region hat über 12 Jahre betrachtet rund ein Drittel der Ersteintritte im Winter eingebüsst.

Abbildung 4

Entwicklung Ersteintritte und Frequenzen bei den Engadin St. Moritz Mountains AG



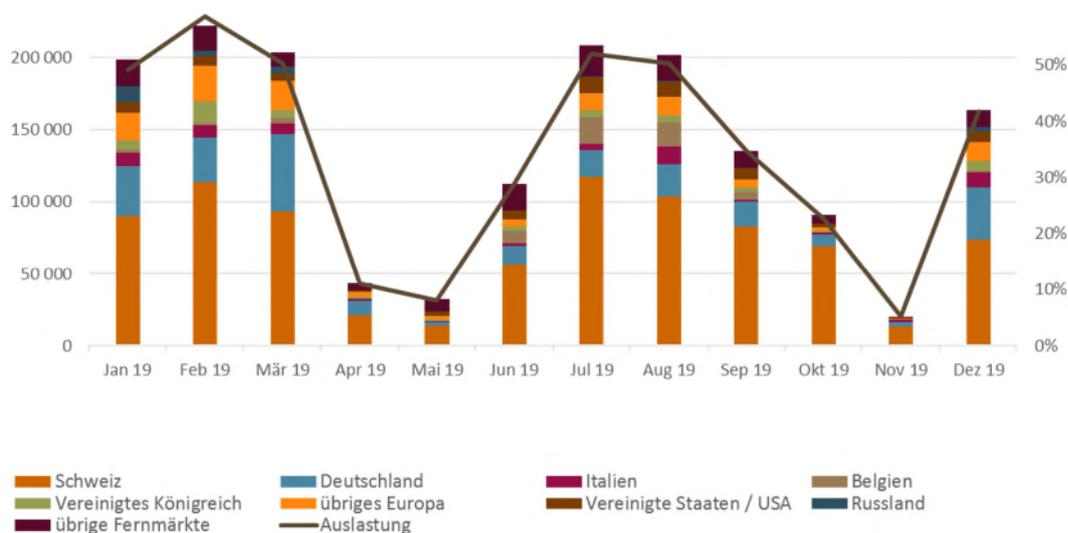
Quelle: Geschäftsberichte der Engadin St. Moritz Mountains AG

Hinweis: Die Engadin St. Moritz Mountains AG bildet rund 60% der Oberengadiner Bergbahnen ab.

In der Beherbergungsbranche stellen die saisonalen Nachfrageschwankungen eine Herausforderung für viele Betriebe dar. Die Auslastung steigt kaum je über 50% im Jahr und in den Zwischensaisons bricht sie auf unter 10% ein. Es wird deutlich, dass übers ganze Jahr noch eine Steigerung der Auslastung möglich ist.

Abbildung 5

Auslastung und Logiernächte der Hotellerie in der Region Maloja übers Jahr, nach Gästeherkunft



Quelle: BFS 2020

Eine höhere, gleichmässige Auslastung der Tourismusnachfrage übers Jahr hat nicht nur das Potenzial, die Wirtschaftlichkeit von Tourismusunternehmen zu verbessern, sondern resultiert auch in einer attraktiveren Arbeitsmarktsituation für die Region. Ein Ausbau des Sommer- bzw. Ganzjahrestourismus muss daher ein Ziel innerhalb der Standortentwicklungsstrategie darstellen. Das Thema wird auch durch die Destination mit ihrer Zweimarkenstrategie adressiert.³

Der Tourismus ist und bleibt die Leitbranche in der Region Maloja und soll dementsprechend eine zentrale Rolle in der regionalen Standortentwicklungsstrategie 2030 einnehmen.

2.2 Wohnstandort

Demografischer Wandel zeigt sich: Schrumpfende und alternde Bevölkerung

Seit 2010 hat die ständige Wohnbevölkerung in der Region Maloja um 2% abgenommen. Von der leicht negativen Tendenz, welche dem gesamtschweizerischen Trend entgegenläuft⁴, ist nicht die gesamte Region gleichermaßen betroffen. Besonders stark ist die Bevölkerung in St. Moritz geschrumpft⁵. Im Gegensatz dazu konnte die Gemeinde Pontresina die Einwohnerzahl in der gleichen Periode leicht steigern⁶.

Insgesamt ist der negative Trend der Einwohnerzahlen in der Region Maloja auf die Abwanderung der jungen und berufstätigen Bevölkerungsschicht zurückzuführen: Wegen eingeschränkter oder fehlender Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten verlassen Einheimische ihre Heimat oftmals in jungen Jahren und kehren vielfach nicht zurück. Zu den Metropolitanräumen der Schweiz liegt das Oberengadin nicht in Pendlerdistanz, was die Abwanderungstendenz der jüngeren Generation noch verstärkt. Anders als in anderen Berggebieten, in denen Personengruppen ab 45 Jahren wieder zurück migrieren und zu einem bescheidenen Bevölkerungswachstum führen, ist in der Region Maloja bisher keine solche Rückmigration zu beobachten. Die steigende Lebenserwartung kombiniert mit der Abwanderungstendenz bei der jüngeren Bevölkerung resultiert in einem demografischen Wandel: Der Anteil an Personen über 65 Jahre nimmt in der Region Maloja deutlich zu (vgl. Abbildung 6).

³ Weitere Zahlen und Fakten, welche die Ausgangslage bzw. die Entwicklung der Region im Bereich Tourismus beschreiben, sind dem Dokument «Chartset» zu entnehmen.

⁴ Die Schweizer Bevölkerung wächst jährlich um durchschnittlich 0.8%

⁵ Die Einwohnerzahl von St. Moritz ist zwischen 2010-2018 um fast 300 Personen von 5'202 auf 4'928 zurückgegangen

⁶ Die Einwohnerzahl von Pontresina ist zwischen 2010-2018 von 1'994 Personen auf 2'162 Personen gewachsen

Abbildung 6

Demografische Veränderung der Bevölkerung nach Altersklassen zwischen 2010 und 2019 in der Region Maloja

	2010		2019		Veränderung	
0-19	3'346	18%	2'957	16%	-389	-12%
20-64	12'228	66%	11'223	62%	-1'005	-8%
65+	3'078	17%	4'004	22%	926	+30%
Total	18'652	100%	18'184	100%	-468	-3%

Quelle: BFS STATPOP 2020

Die Region Maloja ist nicht nur Heimat für Einwohnerinnen und Einwohner, sondern auch für viele Zweitheimische. Das Oberengadin und insbesondere die Gemeinde St. Moritz stellen einen der wertvollsten Zweitwohnungsstandorte im Alpenraum dar. Alle Gemeinden⁷ der Region Maloja weisen einen Anteil von mehr als 20% Zweitwohnungen auf und unterstehen damit den Restriktionen des Zweitwohnungsgesetzes. Die Zweitheimischen bringen Wertschöpfung und Impulse in die Region (vgl. InnHub, Firma ON) und weisen aufgrund ihrer Verbundenheit mit dem Engadin ein Potenzial als künftige Einwohner auf.

Nebst anderen Vorzügen der Region stellt die attraktive Steuerpolitik der Oberengadiner Gemeinden einen Anreiz für eine Wohnsitznahme in der Region dar. Das Steuersatzniveau der Gemeinden ist im kantonalen Vergleich tief und damit attraktiv. Der durchschnittliche Steuerfuss der Einkommenssteuer in der Region beträgt 77%. Auch die Liegenschaftssteuer ist mit durchschnittlich 1.07‰ auf tiefem Niveau festgesetzt. Einzelne Gemeinden liegen sogar deutlich unter 1‰, so etwa St. Moritz mit 0.5‰ und Celerina mit 0.75‰⁸.

Neue Arbeits- und Lebensformen (Homeoffice, CoWorking usw.) bringen zunehmend die Möglichkeit mit sich, dezentral zu wohnen und zu arbeiten. In Kombination mit der hohen Lebensqualität in der Region und der einzigartigen Landschaft kann dieser Trend dazu führen, dass die Oberengadiner Gemeinden künftig häufiger als ständiger oder zeitweiliger Wohnstandort gewählt werden, wenn sie ihre Wohnstandortqualitäten bedarfsgerecht ausgestalten. Damit rücken eine Vielzahl von Faktoren in den Fokus der Standortentwicklung, welche die wahrgenommene Lebensqualität vor Ort steigern.

Eine hohe wahrgenommene Attraktivität als Wohn- und Lebensraum ist massgebend, ob sich Ein- und Zweitwohner zeitweilig oder dauerhaft in der Region niederlassen. Deshalb soll die Stärkung der Attraktivität der Region als Wohn- und Lebensraum unter dem Stichwort «Wohnen und Arbeiten» eine zentrale Rolle in der regionalen Standortentwicklungsstrategie 2030 einnehmen.

2.3 Nachhaltige Entwicklung als zentrales Thema

Global hat sich gemäss Bund⁹ die Durchschnittstemperatur in den letzten 150 Jahren, angetrieben durch den Anstieg an Treibhausgasemissionen, um 1° Celsius erwärmt – in der Schweiz um durchschnittlich 2° Celsius. Daher geht man davon aus, dass die Schweiz – und besonders die Berggebiete – besonders stark vom Klimawandel betroffen sein werden.

⁷ Der höchste Zweitwohnungsanteil verzeichnet Madulain mit 77.5%; der niedrigste S-chanf mit 38.2%.

⁸ Weitere Zahlen und Fakten, welche die Ausgangslage bzw. die Entwicklung der Region im Bereich «Wohnen und Arbeiten» beschreiben, sind dem Dokument «Chartset» zu entnehmen.

⁹ Bericht «Klimawandel in der Schweiz» (2020)

Die Klimaerwärmung ist kein regionales Phänomen. Das Schweizer Stimmvolk hat sich 2017 mit der Annahme der Energiestrategie 2050 entschieden, erneuerbare Energien stärker zu fördern, in die Energieeffizienz zu investieren, den Atomausstieg umzusetzen und die Stromnetze zu optimieren. Die Totalrevision des CO₂-Gesetzes sieht zudem vor, dass die Schweiz bis 2030 ihre Treibhausgasemissionen gegenüber 1990 halbiert und bis 2050 das Klimaziel «Netto-Null-Emissionen» erreicht.

Der Kanton Graubünden geht davon aus, dass sich die Auswirkungen des Klimawandels auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft in den kommenden Jahrzehnten verschärfen werden. Er will deshalb mit der «Klimastrategie Graubünden» eine frühzeitige Planung von Massnahmen und deren Umsetzung sicherstellen, um dem Klimawandel und seinen Risiken gezielt zu begegnen und seine Chancen zu nutzen. Er hat darin 10 Handlungsfelder in den Bereichen Klimaschutz und Klimaanpassung formuliert. Mit der Teilrevision des kantonalen Energiegesetzes und der Totalrevision der Energieverordnung des Kantons Graubünden¹⁰ wurden weitere Schritte unternommen, um dem Klimawandel entgegenzutreten. Verschiedene gesetzliche Grundlagen¹¹ unterstützen darüber hinaus Bemühungen, die Landschaft und das Ökosystem zu schützen.

Die Region Maloja verfügt mit seiner einzigartigen Landschaft und mit seinem vielfältigen Ökosystem über unschätzbare Naturschätze. Diese bilden nicht nur die Lebensgrundlage für Flora und Fauna, sondern auch für die Bevölkerung in der Region. Steigende Schneefallgrenzen und der Rückgang des Permafrosts, Vegetationsverschiebungen und die Zunahmen von Wetterextremen und Naturgefahren sind unmittelbare Phänomene, die bereits heute sichtbar und spürbar sind und Gefahren mit sich bringen. Auf der anderen Seite bergen die hohe Lage mit ihrer Schneesicherheit im Winter und die angenehmen Temperaturen im Sommer Chancen, gerade auch für einen ganzjährigen Tourismus. Vor diesem Hintergrund nimmt der Aspekt der Nachhaltigkeit bei der Umsetzung der Standortentwicklungsstrategie in der Region Maloja eine hohe Bedeutung ein. Ökonomische, ökologische und soziale Ansprüche werden bei der Weiterentwicklung sorgfältig abgewogen.

Vor dem Hintergrund des Klimawandels soll der Nachhaltigkeit eine hohe Bedeutung in der regionalen Standortentwicklungsstrategie 2030 zukommen, in dem eine nachhaltige Entwicklung gefördert und ökonomische, ökologische und soziale Ansprüche stets abgewogen werden.

¹⁰ In Kraft ab 1.1. 2021

¹¹ z.B. Natur- und Heimatschutzgesetz (NGH) inkl. Bundesinventar der Landschaften und Naturdenkmäler, Raumplanungsgesetz (RPG), usw.

3 Die Vision und Chancen

Welche Weichen sind zu stellen, welche Potenziale zu entwickeln? Die nachfolgende Ausle-geordnung formuliert im Rahmen der regionalen Standortentwicklungsstrategie 2030 eine Vi-sion und zeigt die zentralen Chancen der Region Maloja auf.

3.1 Die Vision und Leitsätze der Region Maloja

Top-Tourismusdestina-tion und moderner Wohnstandort

Das angestrebte Zukunftsbild der Region Maloja umfasst eine erfolgreiche Tourismusdestina-tion wie auch einen attraktiven Wohnstandort und wird mit folgenden Leitsätzen beschrie-ben:

Abbildung 7

Vision und Leitsätze der Region Maloja



Quelle: Bild Carlton Hotel St. Moritz

3.2 Die Chancen der Region Maloja

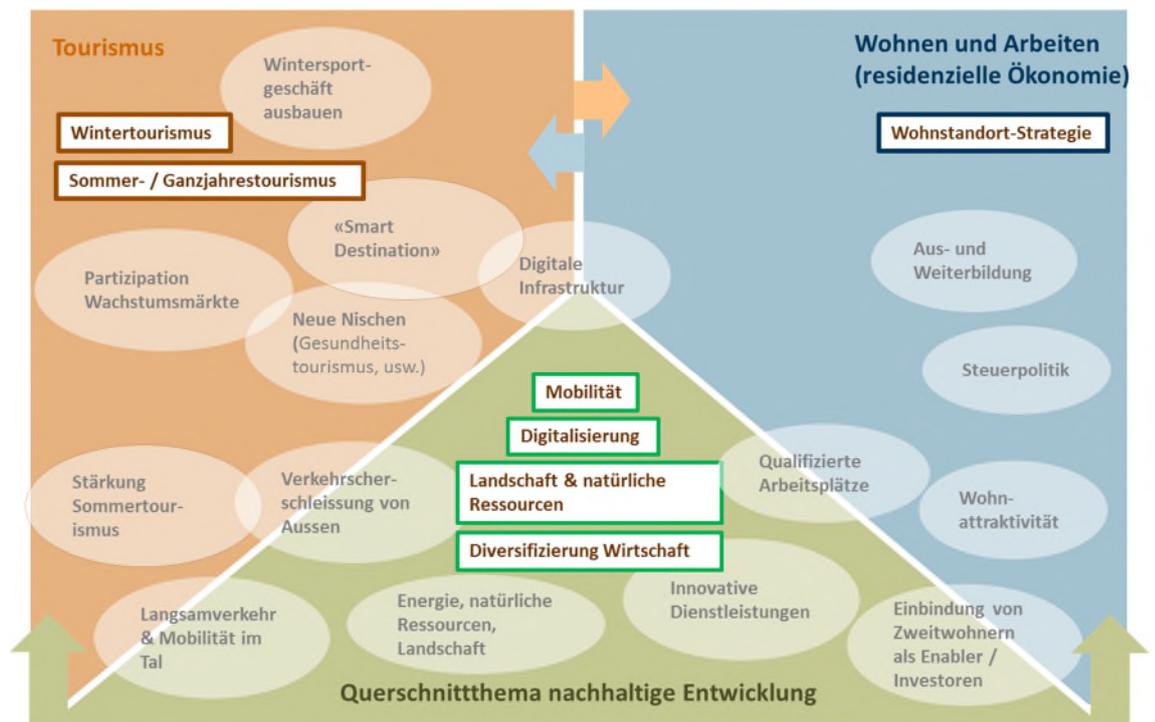
Chancen in den Berei-chen Tourismus, Woh-nen und Arbeiten sowie bei Querschnittsthemen

Vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen (vgl. Kapitel 2 und Dokument «Chartset») und der formulierten Vision ergeben sich verschiedene Chancen für die Region, die sich in die Bereiche Tourismus und Wohnen und Arbeiten (residenzielle Ökonomie) aufteilen lassen.

Der **Tourismus**, der mit der Zweimarkenstrategie der ESTM AG breit verankert ist, ermöglicht die ganzjährige Verfügbarkeit von Freizeitinfrastrukturen und Angeboten, welche die Region nicht nur als Feriendestination, sondern auch als **Wohn- und Lebensraum** attraktiv machen. Umgekehrt ist eine funktionierende Talgemeinschaft die Basis für eine wirtschaftliche Wei-terentwicklung der Region Maloja.

Abbildung 8

Einordnung der wesentlichen Chancen der Region Maloja



Quelle: Hanser Consulting AG

Die natürlichen Ressourcen, die einzigartige Landschaft, eine zeitgemässe Mobilität, die Digitalisierung und Innovationen – sie alle tragen **als Querschnittsthemen zu einer nachhaltigen Entwicklung** in der Region bei und bilden die Basis für Tourismus und Wohnstandort.

3.2.1 Chancen mit Fokus Tourismus

Die ganzjährige Tourismusentwicklung dank der Stärkung von bestehenden und neuen (Nischen-)Produkten vorantreiben

Die strukturelle Situation der Region Maloja zeigt, dass der Tourismus die dominante Leitbranche darstellt und somit dessen Stärkung bzw. Dynamisierung weiterhin ein zentrales Ziel der Standortstrategie darstellen muss. Die wichtigsten Chancen dabei sind:

1. Dank der hohen Lage und zeitgemässen, qualitativ hochstehenden Tourismusedingungen und -angeboten kann der Marktanteil im Wintersportgeschäft nicht nur gehalten, sondern ausgebaut werden.
2. Dank **neuen (Nischen-)Produkten** kann das traditionelle Geschäft auch im **Sommer** bzw. ganzjährig entlang der Zweimarkenstrategie der Destination ausgebaut, die Auslastung übers Jahr gesteigert und qualitatives Wachstum erreicht werden.
3. Durch eine gezielte Marktbearbeitung kann die Region an der stark steigenden, gehobenen **internationalen Tourismuskachfrage** partizipieren¹².
4. Die Digitalisierung im Sinne einer **«smart destination»** bietet die Möglichkeit, Mehrwerte für den Gast zu schaffen und einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen, in dem neue Technologien konsequente genutzt werden.
5. Eine bessere, wintersichere Verkehrsanbindung von aussen **inkl. dem Flughafen Samedan** steigert die Attraktivität für potenzielle Gäste.

¹² Die Corona-Pandemie hat 2020 die internationale Reisetätigkeit fast zum Erliegen gebracht. Langfristig betrachtet ist aber davon auszugehen, dass die internationalen Wachstumsmärkte für die Region Maloja bedeutsam bleiben. Sie wiesen - im Gegensatz zu den traditionellen Herkunftsländern – bis 2019 ein deutliches Wachstum auf (vgl. Abbildung 3).

3.2.2 Chancen mit Fokus Wohnen und Arbeiten (residenzielle Ökonomie)

Neue Lebens- und Arbeitsformen rücken Wohnstandortfaktoren stärker in den Fokus der regionalen Entwicklung

Die verschiedenen Chancen, welche die Wohnstandortattraktivität für Ein- und Zweitheimische steigern, sind unter dem Begriff «**Wohnen und Arbeiten**» bzw. «**residenzielle Ökonomie**» zusammengefasst. Vor dem Hintergrund von neuen Arbeits- und Lebensformen gewinnt der Bereich «Wohnen und Arbeiten» an Bedeutung. Die Region Maloja rückt aufgrund ihrer hohen Lebensqualität künftig häufiger in die engere Wahl als Teil- oder Vollzeitwohntort. Neue Lebens- und Arbeitsformen begünstigen diesen Trend und wirken der Abwanderungs- und Überalterungstendenz entgegen, weil die Region vermehrt auch für Arbeitstätige interessant ist. Chancen im Bereich Wohnen und Arbeiten ergeben sich aus vielfältigen Faktoren, welche die Wohnattraktivität steigern. Es sind in erster Linie folgende:

1. Ein attraktives **Steuerumfeld** für Erst- und Zweitwohner bedeutet einen zusätzlichen Anreiz für die Wahl als ständiger oder temporärer Wohnsitz.
2. Die Verfügbarkeit von hochwertigen **Aus- und Weiterbildungsangeboten** sowie **qualifizierten Arbeitsstellen** bedeuten persönliche und berufliche Perspektiven für die einheimische Bevölkerung. Dazu gehört auch die Schaffung von Kinderbetreuungsangeboten.
3. Dank der Stärkung des öffentlichen Verkehrs und dem Einsatz von alternativen Verkehrskonzepten und Energiequellen resultiert eine **bedürfnisgerechte und ökologische Mobilität** sowie eine **gute verkehrstechnische Anbindung** der Region nach aussen und innerhalb.

3.2.3 Chancen aus dem Querschnittsthema nachhaltige Entwicklung

Digitalisierung, Zweitheimische, Nachhaltigkeit stellen Chancen als Querschnittsthemen dar

Darüber hinaus existieren verschiedene Chancen, die sowohl für einen prosperierenden Tourismus als auch für die Attraktivität als Wohnstandort eine zentrale Rolle spielen können. Es sind in erster Linie folgende:

1. Nebst den Risiken des Klimawandels bietet dieser auch Chancen für die Region: Angenehmes Klima in den Sommermonaten und aufgrund der Höhe einen auf absehbare Zeit gesicherten Wintertourismus bedeuten Möglichkeiten zum Ausbau des Ganzjahrestourismus sowie eine attraktive Ausgangslage für den Wohnstandort.
2. Dank der Identifikation der **Zweitheimischen mit der Region besteht ein Potenzial, dass sie sich stärker als** Ideenbringer und ggf. Investoren einbringen. Durch die gezielte Integration der Zweitheimischen kann diese Chance genutzt werden.
3. Der Trend zu dezentralem Wohnen und Arbeiten in der Region kann dank **flächendeckenden, hoch leistungsfähigen Internetinfrastrukturen verstärkt werden**.
4. Dank den bestehenden Netzwerken und den Kernkompetenzen der Region (z.B. Tourismus, Energie, usw.) können neue Geschäftsmodelle und -ideen entstehen. Sie sind der Nährboden für innovative Start-ups und einer **diversifizierten Wirtschaftsstruktur in der Region**.

4 Die Stossrichtungen der Standortentwicklungsstrategie

Entlang der beschriebenen Chancen sind nachfolgend die wichtigsten Stossrichtungen abgeleitet, welche bei der Standortentwicklungsstrategie der Region Maloja im Fokus stehen sollen:

4.1 Stossrichtung 1: Tourismus dynamisieren

Auslastung verbessern und qualitativ wachsen

Ziel: Steigerung der Frequenzen über das ganze Jahr, um die Auslastung und dadurch die Rentabilität der Kerntourismuswirtschaft (Beherbergung, Bergbahnen, Gastronomie) und somit die regionale Wertschöpfung zu erhöhen und Arbeitsplätze langfristig zu sichern.

Das Ziel der Region Maloja muss es sein, den Kerntourismus – insbesondere die Beherbergungswirtschaft und die touristischen Leistungsträger – zu stärken und gute Rahmenbedingungen zu schaffen, welche eine Rentabilitätsverbesserung übers ganze Jahr ermöglichen. Diese ist hauptsächlich durch eine verbesserte Auslastung der Kapazitäten zu erreichen. Dazu sind folgende Richtungen einzuschlagen:

- Erstens sind die Rahmenbedingungen für **leistungsfähige Beherbergungsbetriebe** laufend zu optimieren, denn diese sind imstande, den Markt selber zu bearbeiten und im besten Fall aus eigener Kraft neue Märkte für das Oberengadin zu erschliessen,
- zweitens sind **neue touristische Produkte** für die Sommersaison zu entwickeln, um zusätzliche Frequenzen im Sommer zu generieren und eine Verlängerung der Saison herbeizuführen,
- drittens sind die **Aktivitäten der Marktbearbeitung** zu optimieren,
- viertens ist die Wettbewerbsfähigkeit der **Schneesportgebiete** laufend zu verbessern,
- fünftens sind zur Tourismusstrategie passende **Grossveranstaltungen** regelmässig durchzuführen,
- sechstens ist die **Digitalisierung** umfassend – für die Marktbearbeitung, die Weiterentwicklung und Gestaltung von touristischen Produkten usw. – zu nutzen,
- siebtens ist die **verkehrstechnische Erreichbarkeit** zu verbessern.

4.1.1 Beherbergung als Kernelement des Tourismus

Die Beherbergung mit räumlicher Optimierung unterstützen

Innerhalb der Stossrichtung «Tourismus dynamisieren» spielt die Beherbergung eine zentrale Rolle für die Region Maloja. Die Stärkung bestehender und die Unterstützung neuer Beherbergungsbetriebe stellen daher ein Kernelement bei der Dynamisierung der Tourismuswirtschaft dar, wobei folgende Herangehensweisen denkbar sind:

- **Verfügbare Areale und raumplanerische Voraussetzungen:** Zur Ansiedlung von neuen Beherbergungsbetrieben müssen geeignete Areale zur Verfügung gestellt und die raumplanerischen Voraussetzungen geschaffen werden. Das Ziel muss sein, geeignete und erschlossene Areale für interessierte Projektpartner verfügbar zu haben. So können die langen Planungshorizonte verkürzt und potenzialreiche Projekte schneller realisiert werden.
- **Arealsynergien:** Die Rentabilität von Hotels hängt einerseits von ihrer Kostenstruktur, andererseits von der Attraktivität des Produkts für den Gast ab. Sie kann entscheidend verbessert werden, wenn Zusatzanlagen (Wellness, Seminarinfrastrukturen, Parkplätze) nicht von jedem Beherbergungsbetrieb einzeln, sondern im Verbund erstellt werden oder sich Hotels an öffentliche Infrastrukturen anbinden können. Solche Arealsynergien können durch die Region unterstützt werden, indem strategische Flächen rund um die bestehenden Hotelareale für derartige Synergieprojekte bereitgestellt oder indem öffentliche Infrastrukturen so geplant werden, dass sich Hotelbetriebe daran angliedern können.

- **Finanzierung:** Nach wie vor ist die Finanzierung eines neuen Beherbergungsbetriebs in der Schweiz für einen privaten Projektpartner kaum rentabel. Nationale¹³ oder kantonale Fördermittel¹⁴ bilden daher ein wichtiges Instrument zur Überbrückung derartiger Finanzierungslücken. Beim Vorliegen von marktfähigen, potenzialreichen Projekten sollte der Kanton zeitnahe und flexible finanzielle Unterstützung für die Realisierung aussprechen können. Die Region kann Projektpartner und Gemeinden im Finanzierungsprozess unterstützen.

Nebst der Beherbergung sollen weitere Ansatzpunkte verfolgt werden, um die langfristige Tourismusentwicklung in der Region zu fördern. Diese sind in den nachfolgenden Kapiteln erläutert.

4.1.2 Schneesportgebiete optimieren

Das Marktumfeld erfordert laufende Optimierungen als Wintersportort

Das Oberengadin gehört im europäischen Vergleich zu den hoch gelegenen und damit relativ schneesicheren Wintersportdestinationen. Anpassungsdruck entsteht also auch, aber nicht nur, durch den Klimawandel. Das Preisniveau in der Schweiz liegt aufgrund der hohen Produktionskosten jedoch deutlich über jenem der Mitbewerber im benachbarten Ausland. Gleichzeitig haben diese stark an der Qualität ihrer Wintersportprodukte gearbeitet. Vor dem Hintergrund dieses Marktumfeldes muss das Oberengadin in seine Wettbewerbsfähigkeit investieren. Die bestehenden Schneesportgebiete sind kontinuierlich zu optimieren. Das bedeutet beispielsweise, die Qualität der Pisten und Anlagen zu verbessern und damit den Komfort für Gäste zu erhöhen, attraktive Ski-in/Ski-out-Angebote an der Schnittstelle zwischen Beherbergung und Bergbahnen zu realisieren, die Umweltverträglichkeit der Anlagen zu optimieren oder Verkehrsflüsse und Zugänge zu verbessern.

4.1.3 Neue Produkte

Auf den Stärken aufbauen, Produkte entlang der Zweimarkenstrategie (weiter-)entwickeln

Um eine höhere Auslastung übers Jahr zu erreichen, müssen gezielt neue Produkte entwickelt werden. Gesundheitstouristische Dienstleistungen, kulturelle Angebote und Grossveranstaltungen sind mögliche Wege, ebenso die Verbesserung der Langsamverkehrsinfrastruktur, welche sommertouristisch wertvoll ist. Um internationale Gäste vermehrt zu begeistern, müssen Sehenswürdigkeiten mit Ausstrahlung geschaffen bzw. erlebbar gemacht werden (z.B. Morteratsch-Gletscher/Diavolezza, Corvatsch, RhB/Bernina, Nationalpark). Die Zweimarkenstrategie der Destination schafft einen Rahmen für diese Entwicklungsrichtungen.

4.1.4 Digitalisierung

Digitalisierung als «game changer»

Die Nutzung von Daten führt zu Erkenntnissen über Bedürfnisse von bestehenden und potenziellen Gästen und kann zu einer effektiven Produktentwicklung genutzt werden. Digitale Instrumente können analoge Tourismusprodukte ergänzen und dem Gast einen Mehrwert bieten. Durch digitale Technologien können Unternehmen zudem ihre Prozesse effizienter und die Zusammenarbeit mit Partnern einfacher gestalten. Und nicht zuletzt kann digitales Marketing zielgerichtet und personalisiert erfolgen und damit eine hohe Wirksamkeit erzielen. Die Nutzung der digitalen Technologien für verschiedene Ziele weist ein grosses Potenzial für die Weiterentwicklung des Tourismus auf und kann künftig einen entscheidenden Wettbewerbsfaktor darstellen. Die Digitalisierung soll daher umfassend und mit hoher Priorität im Sinne einer «smart destination» angegangen werden.

¹³ Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH

¹⁴ Wirtschaftsentwicklungsgesetz GWE, Neue Regionalpolitik NRP

4.1.5 Marktbearbeitung optimieren

Neue, gemeinsame Marktbearbeitungsstrategien angehen

Das Ziel, den Ganzjahrestourismus zu stärken, die Auslastung zu erhöhen und neue Märkte anzusprechen, erfordert eine Bündelung der Kräfte. Die Chancen der Digitalisierung sollen in der eigentlichen Vermarktung wie auch in der Produktentwicklung genutzt werden und dies erfordert eine Abstimmung in der Region. Die Marktbearbeitung wird durch die Destination gesteuert.

4.2 Stossrichtung 2: Wohnen und Arbeiten attraktivieren

Voraussetzungen für einen attraktiven Wohnstandort umfassend verbessern

Ziel: Steigerung der Anreize, um in der Region ganz oder zeitweise zu wohnen und/oder zu arbeiten, in dem die Lebensqualität und die Faktoren der Wohnstandortattraktivität generell gesteigert werden.

Die laufende Steigerung der Attraktivität der Region als Wohnort für Vollzeit- und Teilzeiteinwohner ist ein zentrales Ziel der Standortentwicklungsstrategie. Sie wird durch die hohe Dichte an touristischen Infrastrukturen positiv beeinflusst und kann durch weitere Massnahmen gesteigert werden:

- Erstens ist ein Umfeld zu schaffen, welches das ganze Jahr über als Lebensmittelpunkt attraktiv ist,
- zweitens sind Aus- und Weiterbildungsangebote bedürfnisgerecht auszugestalten und die Rahmenbedingungen zu schaffen, dass die ansässige Bevölkerung berufliche Perspektiven vorfindet,
- drittens sind attraktive fiskalische Rahmenbedingungen für Erst- und Zweitwohner zu schaffen,
- viertens ist eine Willkommenskultur gegenüber den Zweitwohnern zu etablieren, die mit Integration einhergeht.

Um dieses Potenzial zu nutzen, sind in den nachfolgenden Kapiteln einige Richtungen beschrieben, die eingeschlagen werden sollte.

4.2.1 Aus- und Weiterbildungsangebote sowie berufliche Perspektiven schaffen

Aus- und Weiterbildungsangebote sowie qualifizierte Arbeitsstellen als Perspektiven für die Bevölkerung

Wie in Kapitel 2.2 aufgezeigt, besteht in der Region nach wie vor ein Abwanderungsdruck für die junge Bevölkerung. Verfügbare Arbeitsstellen, Karrieremöglichkeiten und Aus- und Weiterbildungsangebote im Tal wirken dem entgegen.

Die Region stellt für Unternehmen gute Rahmenbedingungen bereit, um die Schaffung von qualifizierten Arbeitsstellen zu begünstigen. Dem zunehmenden Bedürfnis nach Betreuungsstrukturen, wie Tagesschulen und Kindertagesstätten, soll Rechnung getragen werden. Qualitativ hochstehende Aus- und Weiterbildungsangebote für Kinder, Jugendliche und Erwachsene sind ein wichtiges Wahlkriterium für den Wohnort und sollen qualitativ weiterentwickelt und bedürfnisgerecht ausgestaltet werden, indem Synergien innerhalb der Region genutzt werden.

4.2.2 Attraktives steuerliches Umfeld

Tiefe Steuern als zusätzlichen Anreiz für die Wohnsitzwahl

Das Oberengadin gilt bereits heute als steuerlich attraktive Region für natürliche Personen. Die vergleichsweise tiefe Besteuerung soll auch künftig ein zusätzlicher Anreiz für potenzielle Zuzüger darstellen, ihren Erstwohnsitz in die Region zu verlegen.

4.2.3 Integration von Zweitheimischen

Zweitheimische als wichtige Impulsgeber

Ferienwohnungsbesitzer sind als Teilzeiteinwohner zu verstehen, welche sich häufig stark mit der Region verbunden fühlen und zum Teil viel Zeit vor Ort verbringen. Die Region unterstützt Initiativen, welche den Austausch zwischen Ein- und Zweitheimischen stärken, die Integration fördert und Anreize schafft, den Erstwohnsitz in die Region Maloja zu verlegen.

4.3 Stossrichtung 3: Querschnittsthema nachhaltige Entwicklung stärken

Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Mobilität als Kernthemen

Ziel: *Umfassende Verbesserung der Region als Lebens- und Wirtschaftsraum in Bezug auf ökologische, ökonomische und soziale Ansprüche.*

Mit einer umfassenden nachhaltigen Entwicklung kann ein Beitrag zu den Klimazielen und eine qualitative Verbesserung der Attraktivität als Tourismusdestination wie auch als Wohn- und Arbeitsort erfolgen. Dazu sind folgende Richtungen einzuschlagen:

- Erstens soll eine **nachhaltige Entwicklung** auf verschiedenen Ebenen erfolgen, um die einzigartige Landschaft und die natürlichen Lebensräume zu erhalten, dem Klimawandel entgegenzuwirken und Naturerlebnisse zu ermöglichen.
- zweitens ist eine **bedürfnisgerechte und ökologische Mobilität** innerhalb der Region sicherzustellen und eine **gute Erreichbarkeit von aussen** zu gewährleisten,
- drittens ist **die Digitalisierung in all ihren Facetten zu nutzen**. Dazu braucht es unter anderem eine leistungsfähige Hochbreitbandabdeckung, welche digitales Arbeiten und Vernetzen erst ermöglicht,
- viertens sind die Kernkompetenzen der Region zu nutzen, um innovative Dienstleistungen zu entwickeln und damit die Abhängigkeit von einzelnen Branchen zu reduzieren und den **Arbeitsmarkt zu diversifizieren**.

Um dieses Potenzial zu nutzen, sind verschiedene Richtungen einzuschlagen, wie in den nachfolgenden Kapiteln beschrieben.

4.3.1 Landschaft als wichtige Ressource der Region

Tourismus optimieren, Landschaft schützen

Die einzigartige Berglandschaft und das intakte Ökosystem stellen die wertvollsten Ressource der Region dar – heute wie in Zukunft. Sie sollen geschützt und für nachfolgende Generationen erhalten werden.

Der Tourismus ist diesbezüglich besonders angesprochen. Er ist einerseits von der Landschaft abhängig, andererseits besonders stark vom Klimawandel betroffen. Verbunden mit dem gesellschaftlichen Wandel und dem technologischen Fortschritt erzeugt er einen grossen Anpassungsdruck und Optimierungsmöglichkeiten. Die Landschaften sollen dabei nicht weiter möbliert, sondern bestehende Infrastrukturen so optimiert und angepasst werden, dass sie ökonomisch und ökologisch Sinn machen.

Darüber hinaus bestehen verschiedene Ansatzpunkte: Erstens verfügt die Region über grosses Know-how im Bereich der erneuerbaren Energien, das künftig verstärkt genutzt werden soll. Zweitens kann der Immobilienbereich durch bauliche Verbesserungen (Sanierungen, Neubau, Beheizung) nachhaltiger gestaltet werden. Drittens kann die Region neue Verkehrs- und Mobilitätskonzepte entwickeln.

4.3.2 Mobilität

Mobilität bleibt ein zentrales Thema für den Wohn- und Wirtschaftsraum

Mit neuen Mobilitätskonzepten und -lösungen soll der öffentliche Verkehr im Tal gestärkt und ökologischer gestaltet werden. Dazu sollen der Stellenwert des ÖV im Verkehrsmix generell gesteigert, neue Technologien und erneuerbare Energiequellen zugunsten der Umwelt genutzt werden und innovative Konzepte, wie beispielsweise Para-ÖV-Angebote (z.B. Car Sharing) geprüft werden. Viertens besteht ein Entwicklungspotenzial im Tourismus, in dem Antworten auf die Folgen des Klimawandels gefunden und Tourismusprodukte optimiert werden.

Der Nahverkehr wird dadurch klimafreundlicher. Aufgrund der peripheren Lage stellt auch die Erreichbarkeit der Region von den benachbarten Metropolitanräumen aus ein wichtiger Motor für die Standortentwicklung dar. Eine einfachere oder schnellere Verkehrsanbindung wertet die Region als Wohn- und Arbeitsort sowie als Tourismusdestination gleichermaßen auf. Möglichkeiten über die Schiene, Strasse und Luft sollen geprüft werden.

4.3.3 Digitale Erreichbarkeit

Schnelle Internetanbindung als zentrale «Infrastruktur»

Der Nachteil einer vergleichsweise schlechten verkehrstechnischen Erreichbarkeit der Region kann durch eine optimale Internetinfrastruktur teilweise reduziert werden. Damit werden die Trends zu Co-Working, hybriden Arbeits- und Lebensformen und Homeoffice unterstützt. Die Region Maloja weist ein grosses Potenzial an finanzstarken Zweitheimischen auf, die dank der Digitalisierung künftig einen grösseren Teil ihrer Zeit in der Region verbringen könnten, sei dies zum Arbeiten oder für die Freizeit. Auch für Einheimische entstehen neue Perspektiven, indem ein berufs- oder ausbildungsbedingter Wegzug nicht mehr in jedem Fall zwingend ist. Gegenüber den Metropolitanräumen der Schweiz ist die Ausstattung der Berggebiete mit ultraschnellen Hochbreitbandanbindungen nach wie vor ausbaufähig. Die Region Maloja setzt sich daher für einen zügigen Ausbau der Hochbreitbandinfrastruktur ein.

4.3.4 Diversifikation der Wirtschaft

Ansiedlung von innovativen KMU als Chance

Start-ups und bestehende Organisationen können die Digitalisierung sowie vorhandenen Kernkompetenzen der Region in Bereichen wie dem Tourismus oder der nachhaltigen Energieproduktion nutzen, um innovative Leistungen zu entwickeln. Durch ein attraktives Umfeld für KMU kann ein Nährboden für innovative Dienstleistungsunternehmen geschaffen werden. Attraktive Ganzjahresstellen für qualifizierte Fachkräfte führen zu besseren beruflichen Perspektiven für die arbeitstätige Bevölkerung. Mit einem innovationsfreudigen Umfeld und optimalen Rahmenbedingungen für Unternehmen kann die Standortentwicklung entscheidend zu einem innovationsfreudigen Umfeld und zur Entstehung von dynamischen Jungunternehmen beitragen.



Die konkreten Projekte, die entlang der beschriebenen strategischen Ausrichtung umgesetzt werden sollen, sind im Dokument «Projektportfolio» enthalten.