



**REGION
REGIUN
REGIONE** | **MALOJA
MALÖGIA
MALOJA**

Mitwirkungsbericht

Vernehmlassung regionale Standortentwicklungsstrategie rSES 2030 Region Maloja

Zeitraum: 18. November - 18. Dezember 2024

Mitwirkung

Organisation / Person:

Gemeinde Celerina

Gemeinde S-chanf

Gemeinde St. Moritz

Engadin St. Moritz Mountain Pool

Engadin Tourismus AG

Bregaglia Engadin Turismo

Christian Brändle, Tourismuskommission Bregaglia

Gerhard Meister, Privatperson

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
Allgemeines				
Allgemeines	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Mit der Aktualisierung der rSES Maloja wird beabsichtigt, die rSES mit anderen Strategiepapieren und relevanten öffentlichen Dokumenten, wie z.B. der «Nachhaltigkeitsstrategie Maloja», abzugleichen bzw. gleichzuschalten. Der Engadin St. Moritz Mountain Pool (ESMP) hat deshalb die Aktualisierung auch primär dahingehend geprüft, inwiefern die umformulierte rSES Auswirkungen auf die Entwicklungen der Oberengadiner Bergbahnunternehmen haben könnte. Dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass in den komplexen und langwierigen Verfahren der Bergbahnen Dokumente wie die rSES immer mehr dazu genutzt werden, Projekte in Frage zu stellen oder gar zu verhindern. Es ist sicherzustellen, dass Formulierungen in der rSES nicht zum Bumerang werden.	-	Zur Kenntnis genommen.
Allgemeines	Engadin Tourismus AG	Zu den weiteren Elementen in der vorliegenden, revidierten Standortentwicklungsstrategie verweisen wir auf die Stellungnahme der touristischen Partner (z.B. Hotellerie, Bergbahnen). Wir unterstützen auch die Anliegen der touristischen Partner und bitten Sie um entsprechende Berücksichtigung, ohne an dieser Stelle deren Anträge im Einzelnen zu wiederholen.	-	Zur Kenntnis genommen, sämtliche Stellungnahmen wurden geprüft und wo möglich berücksichtigt.
Allgemeines	Engadin Tourismus AG	Wir stellen fest, dass die vorliegende revidierte Fassung weitgehend auf den Grundlagen, abgeleiteten Schwerpunkten sowie einem Projektportfolio aus den Jahren 2020 und davor basiert. Nach entsprechendem Studium der Unterlagen und Rücksprache mit Vertretenden der touristischen Leistungspartner schlagen wir deshalb vor, in einem gemeinsamen Prozess mit den betroffenen Stakeholdern (insb. Vereinigungen Hotellerie, Ferienwohnungen, Bergbahnen etc.) die Überarbeitung der rSES 2030+ frühzeitig an die Hand zu nehmen. Die nun vorliegende Fassung soll unter Berücksichtigung der vorstehenden Bemerkung zur Nachhaltigkeitsstrategie sowie der Inputs der touristischen Partner für die Übergangszeit Geltung haben. Ohne Berücksichtigung dieser genannten Elemente raten wir von einer Inkraftsetzung der hier vorliegenden, revidierten Version ab, da eine Abstützung im Hauptwertschöpfungstreiber Tourismus nicht gegeben wäre.	-	Zur Kenntnis genommen. Ein entsprechender Prozess zur Erarbeitung einer Folgestrategie wird frühzeitig eingeleitet.
Projektportfolio	Engadin Tourismus AG	Insbesondere sind Projektportfolio bzw. die in der vorliegenden revidierten Version der rSES erwähnten Projekte und Massnahmen nicht abschliessend konsistent bzw. nicht vollständig. Wir empfehlen, das Projektportfolio mit den Projektträgern und den wichtigsten Vertretenden der touristischen Leitungspartner zu aktualisieren und zu vervollständigen.	nein	Weil das Projektportfolio nicht sämtliche Projekte der Region beinhaltet, diese sich kontinuierlich verändern, neue entstehen und die Region oftmals keinen Einfluss auf eine Realisierung hat, wird zukünftig auf ein Projektportfolio verzichtet. Die Projekte wurden daher exemplarisch als Massnahmenliste aufgelistet.
Allgemeines	Gemeinde St. Moritz	Das Kapitel 2: Strategische Ausgangslage der Region stellt eine gute Grundlage dar und verdeutlicht die grossen Herausforderungen, denen sich die Region stellen muss. Die aus der Ausgangslage hergeleiteten übergeordneten Ziele 2050 (Kapitel 3) werden im Grundsatz unterstützt. Die Stossrichtungen und insbesondere die konkreten, zu prüfenden Massnahmen (Kapitel 4) werden den Herausforderungen aber nicht gerecht. Es fehlt ihnen insbesondere an Innovationsgehalt. Man könnte auch zusammenfassend festhalten: Weiter wie bisher. Doch damit wird die Region für die aktuell negativen Entwicklungen wie fehlender preisgünstiger Wohnraum für die ortsansässige Bevölkerung, Abwanderung der jungen Bevölkerung und – damit einhergehend – die Überalterung der Bevölkerung (Stichwort: fehlende Steuereinnahmen!) keine Trendumkehr einleiten können. Ebenso wenig wird es mit den vorgeschlagenen Stossrichtungen und Massnahmen möglich sein, neue, zukunftsorientierte Arbeitsplätze in die Region zu holen (gemeint ist damit nicht Remote Work oder Home Office, sondern die Ansiedlung von Unternehmen, die in die Region ziehen und hier neue Arbeitsplätze ausserhalb der klassischen Tourismusindustrie schaffen).	-	Zur Kenntnis genommen. Die Herausforderungen sind erkannt. Da es sich um eine Aktualisierung der bestehenden Strategie und nicht um ein neues Dokument handelt, wurde darauf verzichtet, neue Elemente hinzuzufügen. Bei der Erarbeitung einer Folgestrategie soll dies zwingend berücksichtigt werden.

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
Allgemeines	Bregaglia Engadin Turismo	Neue touristische Produkte sind bei weitem nicht abschliessend. Dieser Hinweis fehlt im Dokument und sollte ergänzt werden. Der Aufbau des gesamten Dokuments fokussiert nur auf den Tourismus und hat keinen Gesamtblick der relevanten Sektoren für die Region Maloja > falsche Gewichtung (Landwirtschaft, Wasserkraft, Baubranche, evtl. weitere).	-	Zur Kenntnis genommen. Die Herausforderungen sind erkannt. Da es sich um eine Aktualisierung der bestehenden Strategie und nicht um ein neues Dokument handelt, wurde darauf verzichtet, neue Elemente hinzuzufügen. Bei der Erarbeitung einer Folgestrategie soll dies zwingend berücksichtigt werden.
Allgemeines	Christian Brändle Tourismuskommission Bregaglia	Die zwei Teile der Region Maloja sind sehr verschieden. Sie sollen separat und differenziert analysiert und individuell behandelt werden.	-	Zur Kenntnis genommen. Es wird geprüft, ob dies bei der Erarbeitung der Folgestrategie berücksichtigt werden kann.
Allgemeines	Christian Brändle Tourismuskommission Bregaglia	Die ganz anderen Bedürfnisse des Bergells gegenüber dem Rest der Region sollen mehr berücksichtigt werden. Speziell Wirtschaftsförderung und Unterstützung der Gastronomie.	-	Zur Kenntnis genommen. Es wird geprüft, ob dies bei der Erarbeitung der Folgestrategie berücksichtigt werden kann.
Ganzjährige Auslastung				
	Engadin St. Moritz Mountain Pool	In der rSES wird an mehreren Stellen eine höhere, gleichmässige Auslastung übers Jahr respektive der Ausbau des Sommers oder der Ganzjährigkeit als Ziel formuliert bzw. angemerkt (vgl. Seiten 9, 14, 16, 18, 19, 21, 22, 24, 25). Die Terminologie wird jedoch nicht durchgängig gleich verwendet. Einmal wird nur vom Sommer, dann wieder von der Ganzjährigkeit und an anderer Stelle wieder von Sommer und Ganzjährigkeit gesprochen. Wir regen an, sich auf eine Terminologie festzulegen und immer die Gleiche zu verwenden.	ja	Die Terminologie wird entsprechend angepasst. Der Begriff 'Ganzjährigkeit' wird verwendet, dies bedeutet, dass die Terminologie 'Stärkung des Sommers bzw. der Sommersaison' ersetzt wird.

Kapitel 1				
Zweck des Dokumentes	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Sekundär zeigt die Strategie auf, welche Antrag: Zudem zeigt die Strategie auf, welche... Begründung: Es ist nicht sekundär, welche Projekte aus Sicht der Region wichtig sind. Die rSES zeigt nebst den bisherigen Entwicklungen, den Potenzialen und den Schwerpunkten auch auf, welche Projekte prioritär oder wichtig sind.	ja	Terminologie wurde angepasst.
Seite 5/37. 1 Zweck des Dokuments. Abbildung 1, Übersicht der Standortstrategien der Region Maloja	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Nachhaltigkeitsstrategie (2023), Stossrichtungen, Rangfolge Antrag: Nach Studium der Nachhaltigkeitsstrategie entsprechen die 8 Stossrichtungen keiner prioritären Rangfolge, weshalb wir beantragen, die Nummerierung durch Aufzählungszeichen zu ersetzen. Begründung: Im Rahmen von Bergbahnprojekten ist damit zu rechnen, dass die Interessenvertreter aus dem Umweltbereich die Stossrichtungen als Prioritäten beurteilen und ihre Stellungnahmen dementsprechend verfassen. Anders als bei den Handlungsfeldern (vgl. Seite 15/37) ist unseres Erachtens im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie keine Reihenfolge definiert oder beschlossen worden.	ja	Der Antrag wird angenommen.

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
Seite 5/37. 1 Zweck des Dokuments. Abbildung 1, Übersicht der Standortstrategien der Region Maloja	Engadin Tourismus AG	Es ist nachvollziehbar, dass die neu erarbeitete Strategie der nachhaltigen Entwicklung der Region Maloja in die revidierte Fassung der rSES «integriert» wurde. Die Frage nach der sinnvollen «Hierarchie» dieser Teilstrategien (Entweder «rSES unter Berücksichtigung der «Nachhaltigkeits-strategie» oder «Nachhaltigkeitsstrategie unter Berücksichtigung rSES») ist unseres Erachtens noch nicht klar ausformuliert. Ziffer 1, Seite 5, Zweck des Dokuments, Zitat «...Strategie der nachhaltigen Entwicklung in der Region Maloja...» ist «...als integrierter Bestandteil der rSES zu betrachten» zeigt auf, dass die rSES und deren Ziele übergeordnet ist, was wir unterstützen. Abbildung 1, Seite 5, zeigt jedoch die rSES und die Nachhaltigkeitsstrategie auf derselben hierarchischen Ebene, was dem zitierten Wortlaut von Ziffer 1 widerspricht. Gemeinsam mit der mehrmaligen Wiedererwähnung des Themas Nachhaltigkeit und insbesondere der ökologischen Aspekte (vgl. Ziffer 2.4, 3.1, Ziffer 4.1, Ziffer 4.2.7) kann der Eindruck entstehen, dass ökologische und ökonomische Aspekte gegeneinander ausgespielt werden. Basierend darauf sind wir jedoch der Auffassung, dass dies auf der Stufe Standortentwicklungsstrategie indirekt zu einer «Verwässerung» der Stossrichtungen der rSES insbesondere im Tourismus führen kann, welche in dieser Art mit den touristischen Leistungspartnern nicht aktiv besprochen und von der Bevölkerung in den damaligen Umfragen zur Nachhaltigkeitsstrategie so auch nicht zum Ausdruck gebracht wurde. Insofern beantragen wir die Abbildung 1, Seite 5 anzupassen, sodass die Nachhaltigkeitsstrategie entlang des Wortlautes von Ziffer 1 als integrierter Bestandteil, d.h. Teilstrategie der rSES und nicht auf gleicher hierarchischer Ebene dargestellt wird.	nein	Die Abbildung soll aufzeigen, welche regionale Strategiedokumente vorliegen und dass diese jeweils in Abhängigkeit zueinander stehen. Es wird darauf verzichtet, die Darstellung anzupassen, da diese dann wiederum in eine Vernehmlassung gegeben werden muss. Dieser Punkt soll zwingend bei der Erarbeitung einer Folgestrategie mit den entsprechenden Stakeholdern besprochen werden.

Kapitel 2				
Allgemein	Gemeinde St. Moritz	Allgemein: Die Beurteilung der strategischen Ausgangslage wird geteilt.	-	Zur Kenntnis genommen.
2.1 Geostrategische Ausgangslage	Gemeinde St. Moritz	Auf Seite 6 wird ausgesagt, dass der Tourismus im Bergell einen grossen Fokus auf den Bereich Kunst und Kultur legt. Dies trifft aber auch auf das Oberengadin zu. Es ist falsch, hier von einem Unterschied der beiden Regionen zu sprechen.	ja	Antrag wird angenommen.
2.1 Geostrategische Ausgangslage	Bregaglia Engadin Turismo	Seite 6: Bergell, legt den Fokus auf nachhaltigen Tourismus. Bitte anstelle von „keinen Massentourismus“ im Text einfügen.	ja	Terminologie wurde angepasst.
2.1 Geostrategische Ausgangslage	Christian Brändle Tourismuskommission Bregaglia	2.1unterscheiden sich das Oberengadin und das Bergell in allen Bereichen grundsätzlich. Exportwirtschaft - Hotellerie ? Bergell: Talboden 700 - 1800müM / Cima di Castello 3374 müM. Landwirtschaft, Kleingewerbe erwähnen Schwache Verflechtung mit Unterengadin ?	ja	Der letzte Satz des zweiten Abschnitts wird wie folgt ergänzt: 'Dennoch unterscheiden sich das Oberengadin und das Bergell in wesentlichen Punkten.'
2.2 Tourismus als Leitbranche	Bregaglia Engadin Turismo	Seite 8: Statistiken auf vom AWT rückwirkend angepasste Logiernächte-Statistiken anpassen, da Maloja zu den Übernachtungszahlen von Bregaglia Turismo gezählt werden muss.	ja	Die statistischen Daten des AWT werden entsprechend ergänzt.
2.2 Tourismus als Leitbranche	Christian Brändle Tourismuskommission Bregaglia	2.2 Das Oberengadin zählt zu den führenden ... Das Bergell fehlt, Abb. 3: Hotellogiernächte des Dorfes Maloja zählen zum Bergell oder Oberengadin? Kasten: Der Tourismus ist und bleibt die Leitbranche in einem grossen Teil der Region Maloja und soll hier dementsprechend Im Bergell braucht eher die Wirtschaft Unterstützung.	ja nein	Geografisch und touristisch zählt die Siedlung Maloja zum Oberengadin, Präzisierung wird vorgenommen. Der Tourismus übernimmt auch im Bergell eine zentrale Rolle, weshalb die Aussage, dass diese Rolle entsprechend in der rSES abgebildet werden soll, korrekt ist. Die weiteren wirtschaftlichen Aspekte werden in den weiteren Kapiteln aufgeführt.
2.2 Tourismus als Leitbranche	Gemeinde St. Moritz	Auf Seite 8 zeigt Abbildung 4 die Entwicklung der Bauausgaben in der Region Maloja. Diese waren ab 2010 rückläufig. Im letzten Abschnitt wird ausgesagt, dass eine Trendumkehr nicht zu erwarten sei. Seit 2018 sind die Bauausgaben insgesamt aber stark am Steigen. Text und Abbildung stehen im Widerspruch.	ja	Der Satz 'eine Trendumkehr ist nicht zu erwarten' wird ersatzlos gestrichen.

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
Strategische Ausgangslage, 2.2. Tourismus als Leitbranche	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Seite 9/37, Abs. 2. zweites Aufzählungszeichen: Die hohe Saisonalität erschwert es den Leistungsträgern ... Antrag: Die hohe Saisonalität erschwert es den Leistungsträgern, attraktive Ganzjahresarbeitsplätze anzubieten. Der Winter bildet das Rückgrat der Oberengadiner Tourismuswirtschaft und finanziert die Entwicklung des Sommers bzw. der Ganzjährigkeit. Der Sommer ist trotz zunehmender Nachfrage, insbesondere in der Luxushotellerie und bei den Bergbahnen, nur ein Nebengeschäft. Trotz vielfältiger Anstrengungen ist es bisher nicht gelungen, den Sommer gleichwertig wie den Winter zu positionieren, geschweige denn eine ebenbürtige Wertschöpfung zu erzielen. Das Businessmodell für den Sommer respektive die Ganzjährigkeit ist noch nicht gefunden und zurzeit auch nicht erkennbar. Begründung: Es ist klar hervorzuheben, dass die Entwicklung der Ganzjährigkeit vom Winter abhängt und ein funktionierendes Businessmodell für den Sommer für das Oberengadin, und übrigens auch für die Mehrheit der alpinen Destinationen, noch nicht gefunden ist. Die Entwicklung des Sommers benötigt Zeit, Produkteentwicklungen, Infrastrukturen und dementsprechende finanzielle Ressourcen.	ja	Antrag angenommen.
Strategische Ausgangslage, 2.2. Tourismus als Leitbranche	Engadin Tourismus AG	Im Weiteren beantragen wir, dass unter Ziffer 2.2., Seite 9, das Zitat zum Tourismus ergänzt wird: «Der Tourismus ist und bleibt die Leitbranche in der Region Maloja. Er ist für den Erhalt des Wohlstandes und der Lebensqualität der Ein- und Zweitheimischen Bevölkerung von grösster Bedeutung und bei Interessenabwägungen entsprechend zu gewichten. Der Tourismus und dessen Weiterentwicklung nimmt dementsprechend eine zentrale Rolle in der regionalen Standortentwicklungsstrategie 2030 ein.»	ja	Zitat wurde angepasst.
Strategische Ausgangslage, 2.2. Tourismus als Leitbranche	Gerhard Meister	Abb. 3: Die Logiernächte sind im Winter, Sommer und Herbst zu entwickeln, dabei sind im Frühling die wohlverdienten Maiferien und im November die Auszeiten zu berücksichtigen, damit sich die Arbeiter:innen erholen können.	nein	Bemerkung wurde zur Kenntnis genommen.
2.3.2 Bevölkerung und Arbeitspendelnde	Gerhard Meister	Abb. 7: Engadin/Bergell zuerst, soll im Bewerbungsauswahl zu 100% berücksichtigen. Für Einheimische zahlbaren Wohnraum zur Verfügung steht, damit die Pendelwege kurz bleiben. Das erfüllt auch die Nachhaltigkeitsstrategie.	ja	Die Förderung von bezahlbaren Wohnraum ist in Kapitel 4.3 berücksichtigt.
2.4. Nachhaltige Entwicklung als zentrales Thema	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Die Region Maloja verfügt mit seiner einzigartigen Landschaft und mit seinem vielfältigen Ökosystem über unschätzbare Naturschätze. Antrag: Die Region Maloja verfügt mit ihrer einzigartigen Landschaft und ihren vielfältigen Ökosystemen über bedeutende natürliche Werte. Begründung: «Unschätzbar» ist mit einmalig und damit mit unantastbar gleichzusetzen. Damit sind Entwicklungen bzw. Eingriffe in diese Werte nicht zu rechtfertigen und Interessenabwägungen vorweg ausgeschlossen. Beim Begriff «Ökosystem» ist die Mehrzahl zu verwenden, da ansonsten ein Gesamtzusammenhang hergestellt und abgeleitet werden kann.	ja	Terminologie wurde wie folgt angepasst: Die Region Maloja verfügt mit seiner einzigartigen Landschaft und mit seinen vielfältigen Ökosystemen über bedeutende Naturschätze.
2.4. Nachhaltige Entwicklung als zentrales Thema	Engadin Tourismus AG	Weiter beantragen wir, dass Ziffer 2.4 auf Seite 14 gekürzt (Doppelspurigkeit mit Teilstrategie Nachhaltigkeit) und Ziffer 4.1, Seite 21, ab Absatz 2, Vision Nachhaltigkeitsstrategie und Nachhaltigkeitsziele gelöscht werden (Doppelspurigkeit mit Teilstrategie Nachhaltigkeit).	nein	Die Nachhaltigkeitsstrategie wurde von Anfang an mit dem Hintergrund entwickelt, diese als integralen Bestandteil der rSES zu betrachten. Entsprechend werden die wichtigsten Elemente der Nachhaltigkeitsstrategie aufgegriffen und abgebildet, um hier einen möglichst ganzheitlichen Zusammenhang darstellen zu können.

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
Kapitel 3 Ziele & Chancen der regionalen Entwicklung				
3.1 Übergeordnete Ziele 2050	Engadin Tourismus AG	Unter Ziffer 3.1, Wirtschaft und Tourismus, wird dem Bereich Gesundheitstourismus durch entsprechende Erwähnung eine besondere Bedeutung zugemessen. Wir beantragen den Satz „Im Bereich Gesundheitstourismus hat die Region ihre Möglichkeiten besser genutzt als bis anhin.“ zu streichen. Diese Einordnung wäre hierarchisch den Tourismusstrategien Engadin, St. Moritz oder Bregaglia vorbehalten. Mit der expliziten Nennung des Gesundheitstourismus werden die für die Gesamtwertschöpfung überaus höher zu gewichtenden Bereiche Ski, Langlauf, Wandern und Bike untergraben, was später bei den daraus abzuleitenden Projekten für die zukünftige Entwicklung fatal sein könnte. Vor diesem Hintergrund wäre unseres Erachtens im gleichen Absatz zusätzlich zu erwähnen, dass die touristische Wertschöpfung und damit auch die Wertschöpfung insgesamt weit über die Gültigkeitsdauer der vorliegenden rSES hinaus, primär vom Wintersport und sekundär im Sommer vom Bereich Wandern abhängig sein wird und diese Bereiche für den Erhalt des Wohlstandes und der Lebensqualität der ein- und zweitheimischen Bevölkerung entsprechend zu fördern und zu entwickeln sind. Wohlstand und Lebensqualität bilden die Basis, um sich dem Thema der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit widmen zu können.	nein	Das gesamte Kapitel 3 wurde, ohne Veränderungen vorzunehmen, aus dem Raumkonzept der Region Maloja übernommen. Dieses wurde nach einem integrativen Prozess und einer öffentlichen Vernehmlassung am 26. Januar 2023 von der Präsidentenkonferenz der Region Maloja genehmigt. Aus diesem Grund können in der rSES diese Inhalte nicht verändert werden.
3.1 Übergeordnete Ziele 2050	Gemeinde St. Moritz	Das übergeordnete Ziel (hervorgehoben im Kästchen) ist zu allgemein gehalten. Dieses Ziel gilt wohl für die meisten Regionen der Schweiz. Es fehlt ein spezifisches, auf die Region Maloja massgeschneidertes Ziel.	nein	
3.1 Übergeordnete Ziele 2050	Gemeinde St. Moritz	Der Begriff Kultur ist weiter zu fassen; darunter dürfen nicht nur die Sprache und das baukulturelle Erbe verstanden werden. Es gilt generell, das hochwertige kulturelle Angebot der Region zu stärken, damit sich die Kultur nebst dem (Winter-)Sport als zweites wirtschaftliches Standbein der Region etablieren kann. Die Ausführungen zum Punkt „Kultur“ könnten allenfalls weiter ausgeführt werden.	nein	
3.1 Übergeordnete Ziele 2050	Bregaglia Engadin Turismo	Seite 16: Erwähnung Kultur, Landwirtschaftliche Produkte.	nein	
3.1 Übergeordnete Ziele 2050	Christian Brändle Tourismuskommission Bregaglia	3.1 Wirtschaft und Tourismus: Im Bergell konnten neue Betriebe angesiedelt und damit Arbeitsplätze geschaffen werden.	nein	
3.2. Chancen der Region Maloja	Bregaglia Engadin Turismo	Seite 20: Ausbau vom Ganzjahrestourismus > dies sollte auf dieser Seite aber auch im ganzen Dokument so festgehalten werden, da in den drei Destinationen nicht dieselben Saisonalität bestehen.	nein	
3.2. Chancen der Region Maloja	Christian Brändle Tourismuskommission Bregaglia	3.2.1 Wirtschaftliche Chancen: Die strukturelle Situation des Oberengadins zeigt, dass der Tourismus....Bergell: Wirtschaftsförderung wichtig, Wohnraumangebot.	nein	
3.2. Chancen der Region Maloja	Christian Brändle Tourismuskommission Bregaglia	3.2.3 Ökologie: Vorübergehender Vorteil Klimaerwärmung: Abschmelzen der Gletscher unterstützt Stromproduktion (Albignia). Evtl. Potenzial bei anderen Gletschern nutzen?	nein	

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
Kapitel 4				
Stossrichtungen	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Mit der Überarbeitung der rSES Maloja wurde die Stossrichtung «Tourismus dynamisieren » in «Tourismus qualitativ weiterentwickeln» umbenannt. Es ist klar zu formulieren, was die Region Maloja unter qualitativer Weiterentwicklung des Tourismus versteht. Unseres Erachtens muss zum Ausdruck kommen, dass qualitative Entwicklung auch Wachstum impliziert, dieses jedoch nicht im Vordergrund steht. Dieser Hinweis ist auf Erfahrungen der Branche in verschiedenen Verfahren zurückzuführen, in welchen Umweltorganisationen «Qualitativ weiterentwickeln» mit «Halten» gleichsetzen. Stillstand oder Halten bedeutet Rückschritt.	ja	Es wird die Terminologie 'Tourismus gezielt weiterentwickeln' verwendet.
Stossrichtungen	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Seite 22/37, 4.2 Stossrichtung 1: Tourismus qualitativ entwickeln. Abs. 2: Das Ziel der Region Maloja muss es sein ... Antrag: Das Ziel der Region Maloja muss es sein, den Kerntourismus - insbesondere die Beherbergung, die Bergbahnen und die Gastronomie - zu stärken und durch optimale Rahmenbedingungen zu unterstützen, damit eine Verbesserung der Rentabilität erreicht wird. Dies ist hauptsächlich durch eine verbesserte Auslastung der Kapazitäten sowie wirtschaftsfreundliche Rechtsetzung (Gesetze, Verordnungen, Regimente, Richt-/Nutzungspläne) und administrative Entlastung (Auflagen der regionalen und kommunalen Behörden, Verfahrensprozesse, Gebühren) zu erreichen. Begründung: Obwohl die vorgeschlagene Formulierung bereits in der alten Version der rSES enthalten war, ist diese holperig und in sich nicht konsistent. Beim Kerntourismus sind entweder alle Branchen, gemäss Zielsetzung, zu erwähnen oder keine und nicht nur die Beherbergung. Die Rentabilität von Unternehmen wird grundsätzlich beurteilt und nicht nach Zeitperioden (rentabel, nicht rentabel). Wenn gute Rahmenbedingungen geschaffen werden sollen, ist zu adressieren, was darunter verstanden wird.	ja	Antrag teilweise angenommen, folgender Satz wurde aufgenommen: Das Ziel der Region Maloja muss es sein, den Kerntourismus zu stärken und durch optimale Rahmenbedingungen zu unterstützen, damit eine Verbesserung der Rentabilität erreicht wird. Dies ist hauptsächlich durch eine verbesserte Auslastung der Kapazitäten sowie unbürokratische kommunale und regionale Administrationsprozesse zu erreichen.
Stossrichtungen	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Seite 22/37, 4.2 Stossrichtung 1: Tourismus qualitativ entwickeln. Abs. 2, erster Aufzählungspunkt: Die Rahmenbedingungen für Bergbahnunternehmungen sowie weiteren, essentiellen touristischen Leistungspartnern sind laufend zu optimieren, denn diese sind imstande, den Markt selbst zu bearbeiten und im besten Fall aus eigener Kraft neue Märkte für das Oberengadin zu erschliessen. Antrag: Die Rahmenbedingungen für die touristischen Kernbranchen Hotellerie, Bergbahnen, Gastronomie sind laufend zu optimieren, so dass die Unternehmen ihr Potenzial im internationalen Wettbewerb ausspielen können. Hierbei ist insbesondere der «time to market» und der Innovationskraft die notwendige Aufmerksamkeit zu schenken. Das «Ermöglichen» wird zur Maxime der Verwaltung(en). Begründung: Die vorgeschlagene Formulierung ist nicht verständlich. Der Zusammenhang zwischen Rahmenbedingungen und «selber imstande sein den Markt zu bearbeiten » ist nicht nachvollziehbar. Was will dieser Abschnitt ausdrücken?	ja	Antrag wird angenommen.
4.2 Stossrichtungen	Gemeinde St. Moritz	4.2 Stossrichtung 1 – Tourismus qualitativ weiterentwickeln: Das auf Seite 22 formulierte Ziel, die Frequenzen über das ganze Jahr zu steigern, um die Auslastung und damit die Rentabilität zu erhöhen, ist ein quantitatives Ziel (und nicht, wie im Titel ausgeführt, ein qualitatives).	nein	Anmerkung erübrigt sich durch Anpassung der Stossrichtung.
4.2 Stossrichtungen	Christian Brändle Tourismuskommission Bregaglia	4.2 Bergell ging vergessen: Tourismus auch quantitativ weiterentwickeln Keine Grossanlässe! Bestehende Infrastrukturen (Hotels, Restaurants) reaktivieren Neubauten fördern (Hotelprojekte im Bergell?).	nein	Anmerkung erübrigt sich durch Anpassung der Stossrichtung.

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
4.2.1 Beherbergung als Kernelement des Tourismus	Gemeinde St. Moritz	Wenn verlangt wird, dass für die Ansiedlung neuer Beherbergungsbetriebe geeignete Areale zur Verfügung gestellt werden müssen, dann stellt sich die Frage, wo diese Areale zu finden sind. In den meisten Gemeinden stehen keine, für die Ansiedlung neuer Beherbergungsbetriebe geeignete Standorte und Areale zur Verfügung; und Einzonungen sind für die meisten Gemeinden der Region nicht (mehr) möglich (RPG1).	nein	Es gibt Gemeinden in der Region, welche noch Areale zur Verfügung haben und konkret mit der Ausarbeitung von Projekten beschäftigt sind. Areale müssen nicht zwingend den Gemeinden gehören, im Idealfall werden entsprechende Vorhaben jedoch von den Gemeinden stark unterstützt.
4.2.2 Schneesportgebiete optimieren	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Seite 23/37, 4.2.2 Schneesportgebiet optimieren. Konkrete zu prüfende Massnahmen: Antrag: Ergänzung des Hotelprojekts «Prade» in Celerina Begründung: Das Hotelprojekt auf dem heutigen Parkplatz der Engadin St. Moritz Mountains AG (Parkplatz Marguns) bietet eine im Engadin einmalige Möglichkeit einen Beherbergungsbetrieb mit optimalem Ski-in/Ski-out-Angebot zu schaffen. Einmalig ist die Lage zudem aufgrund der Zentrums-nähe, der optimalen Erschliessung durch den öffentlichen und privaten Verkehr sowie die direkte Anbindung an die Bergbahnen, sowohl im Winter wie auch im Sommer. Das Projekt führt zu einer gesamthaften Aufwertung des Ortsbilds der Gemeinde Celerina. Weiter ist, insbesondere in Celerina, die Schaffung von neuen bewirtschafteten Betten essenziell, um den Verlust der letzten Jahre zu kompensieren (Misani, Cresta Kulm, Stüvetta Veglia, Posthaus, Arturo).	ja	Projekt wird ergänzt.
4.2.2 Schneesportgebiete optimieren	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Seite 24/37, 4.2.2 Schneesportgebiet optimieren. Konkrete zu prüfende Massnahmen: Antrag: Ergänzung der Projektträger der «Skigebietsverbindung Hahnenseebahn» durch die Corvatsch AG. Begründung: Mit der Realisierung der Hahnenseebahn werden die beiden Skigeiete Corviglia und Corvatsch bahntechnisch (wechselseitig) und nicht nur skitechnisch (einseitig) verbunden. Es ist wichtig, dass von Beginn an alle relevanten Partner eingebunden sind. Deshalb sind nebst den beiden Standortgemeinden St. Moritz und Silvaplana auch beide Bergbahnunternehmen Engadin St. Moritz Mountains AG und Corvatsch AG aufzuführen.	ja	Corvatsch AG wird als Projektträger ergänzt.
4.2.2 Schneesportgebiete optimieren	Engadin Tourismus AG	Seitens Projektträgerschaft Engadin Tourismus AG bitten wir unter Ziffer 4.2.2 in einem erweiterten Kontext neu einen Masterplan «Berg» (ganzjährig) in der Verantwortung Engadin Tourismus AG/Engadin St. Moritz Mountain Pool aufzunehmen.	ja	Antrag wird angenommen.
4.2.2 Schneesportgebiete optimieren	Gemeinde St. Moritz	4.2.2 Konkrete zu prüfende Massnahmen (Seite 23, unten): Als Projektträgerin ist hier die Engadin St. Moritz Mountains AG aufgeführt. Es handelt sich allerdings um eine gebietsübergreifende Entwicklung (Signal-Bäder-Tennishalle), weshalb die Gemeinde die Führung in der Entwicklung zu übernehmen hat.	ja	Gemeinde St. Moritz wird als Projektträgerin ergänzt.
4.2.4 Neue touristische Produkte	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Seite 24/37, 4.2.4 Neue touristische Produkte: ... Gesundheitstouristische Dienstleistungen, kulturelle Angebote und Grossveranstaltungen sind mögliche Wege, ebenso die Verbesserung der Langsamverkehrsinfrastruktur, welche sommertouristisch wertvoll ist. Antrag: ... Gesundheitstouristische Dienstleistungen, kulturelle Angebote und Grossveranstaltungen sind mögliche Wege, ebenso die Verbesserung der Langsamverkehrsinfrastruktur und wetterunabhängige Angebote, welche den Sommer respektive die Ganzjährigkeit stärken. Begründung: Wetterunabhängige Angebote, wie z.B. das Eissportzentrum, das Freestyle Center etc., sollen nicht nur als konkrete zu prüfende Massnahmen erwähnt werden, sondern auch in die allgemein, einleitenden Ausführungen unter dem Begriff «wetterunabhängige Angebote» einfließen. Die Unabhängigkeit vom Wetter ist insbesondere bei der Höhenlage des Oberengadins und im Hinblick auf die Ganzjährigkeit von Bedeutung.	ja	Antrag wird angenommen.

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
4.2.5. Digital Customer Journey	Engadin Tourismus AG	Das unter Ziffer 4.2.5 erwähnte «Projekt Digital Customer Journey» als «umgesetzt/erledigt» zu markieren. Im Wissen, dass die in der Digitalisierung notwendigen Massnahmen nie abgeschlossen sind; aber das von der Region finanzierte genannte Projekt abgeschlossen ist und von der Präsidentenkonferenz auch entsprechend abgenommen wurde.	nein	Die Digital Customer Journey ist ein laufender Prozess. Gemäss Finanzanträge dauert die Umsetzung der Teilprojekte bis 2028, bis dahin ist die digitale Transformation in Umsetzung.
4.2.6 Marktbearbeitung optimieren	Engadin Tourismus AG	In Ziffer 4.2.6 sind die Projekte «Tourismusstrategie St. Moritz» und «Tourismusstrategie Engadin» als «in Bearbeitung» Seite 4 / 4 erwähnt. Diese sind jedoch nach unserer Auffassung durch die dafür zuständigen Gremien (Verwaltungsräte Engadin Tourismus AG und St. Moritz Tourismus AG) in Kraft gesetzt worden und als «erledigt» zu kennzeichnen. In diesem Zusammenhang wäre auch Abbildung 9 auf Seite 31 entsprechend zu aktualisieren.	ja	Antrag wird angenommen.
4.2.6 Marktbearbeitung optimieren	Bregaglia Engadin Turismo	S. 26: Hinweis – die jeweiligen Tourismusstrategien aller drei Destinationen müssen untereinander abgestimmt werden.	ja	Hinweis wird ergänzt.
4.2.7 Landschaft als wichtigste Ressource	Engadin St. Moritz Mountain Pool	Seite 26/37, 4.27 Landschaft als wichtige Ressource der Region. Abs. 1 und 2: Die einzigartige Berglandschaft und das intakte Ökosystem.... Verbunden mit dem gesellschaftlichen Wandel und dem technologischen Fortschritt ...Antrag: (Abs. 1) Die einzigartige Berglandschaft und intakte Ökosysteme stellen wertvolle Ressourcen der Region dar - heute wie in Zukunft. Sie sollen für nachfolgende Generationen erhalten werden. (Abs. 2) ... Verbunden mit dem gesellschaftlichen Wandel und dem technologischen Fortschritt erzeugt er Anpassungsdruck und Optimierungsmöglichkeiten. Infrastrukturen und deren Optimierung sollen landschaftlich so eingebettet werden, dass sie sowohl ökonomisch wie auch ökologisch Sinn machen. Begründung: Wie bereits vorgängig erwähnt ist beim Begriff «Ökosystem» die Mehrzahl zu verwenden, da ansonsten ein Gesamtzusammenhang hergestellt und abgeleitet werden kann. Die Wortwahl «Schutz» ist tunlichst zu vermeiden, da diese das Potenzial zum Bumerang aufweist. «Keine weitere Möblierung der Landschaften» bedeutet keine neuen Infrastrukturen und nur Optimierung des Bestehenden. Damit behindern die Region und die Gemeinden die Unternehmen in der Weiterentwicklung. Insbesondere zur Stärkung des Sommers.	nein	Diese Formulierung stammt aus der genehmigten Fassung der rSES im Jahre 2020 und wird entsprechend beibehalten. Bei der Erarbeitung der Folgestrategie soll dieser Punkt zwingend aufgenommen und mit den Stakeholdern besprochen werden. Die Ökosysteme werden in der Mehrzahl verwendet.
4.3 Stossrichtung 2	Gemeinde St. Moritz	4.3.1 Erstwohnraum schaffen (Seite 27): Was wird unter «kreative und experimentelle Konzepte» zur Förderung von bezahlbarem Wohnraum verstanden? Mit Konzepten kann diesem Problem nicht begegnet werden. Es braucht eigentumsverbindliche Massnahmen wie auch Fördermassnahmen finanzieller Natur.	ja	Kreative und experimentelle Konzepte wird gelöscht.
4.3 Stossrichtung 2	Gemeinde St. Moritz	4.3.2 Aus- und Weiterbildungsangebote sowie berufliche Perspektiven schaffen (Seite 28): Es braucht neue Aus- und Weiterbildungsangebote sowie attraktive Arbeitsplätze ausserhalb der klassischen Tourismusbranchen (Hotellerie, Gastgewerbe, etc.). Viele junge Menschen müssen nämlich auch deswegen ins Unterland ziehen, weil sie sich von den angestammten ortsansässigen Branchen nicht angesprochen fühlen und keine (oder zumindest zu wenige) Arbeitsplätze in alternativen Branchen zur Verfügung stehen. Die Förderung von neuen Branchen muss deshalb mit grosser Anstrengung angegangen werden, damit der Brain Drain gestoppt oder zumindest abgeschwächt werden kann.	ja	Wird entsprechend ergänzt.
4.3.5 Mobilität	Gemeinde St. Moritz	Seite 29 – Sachplan Velo: Der Punkt „Der Ausbau von allenfalls Bikesharing-Angeboten“ kann auch gelöscht werden. Ganzjährige Bikesharing-Angebote auf 1800 m ü. M. sind aus unserer Sicht nicht praxistauglich.	nein	Konkrete Umsetzungen für Bike-Sharing Angebote werden derzeit geprüft.
4.3.5 Mobilität	Gemeinde St. Moritz	Seite 30 – Strassenverbindung Sils-Maloja: Ist hier der Projektträger wirklich die „Region Maloja“? Und nicht der „Kanton“ als Eigentümer der „Kantonsstrasse“; diesen Punkt gerne zur Prüfung und/oder Klärung.		Zu prüfen.

Betreff / Kapitel in rSES	Antragsteller	Stellungnahme, Bemerkung, Antrag	Berücksichtigung	Anpassungsvorschlag / Handhabung
4.3.5 Mobilität	Gemeinde St. Moritz	Seite 29 + 30: Nebst dem „Ausbau von Velowegen“ sollen auch die „Parkmöglichkeiten“ in der Region Maloja optimiert werden. Somit „Optimierung von Parkmöglichkeiten“	nein	Die Optimierung von Parkmöglichkeiten steht im Gegensatz zur Förderung des öffentlichen Verkehrs bzw. dessen Priorisierung gegenüber dem Individualverkehr.
Kapitel 5				
	Gerhard Meister	Die Trennung der Marken St. Moritz und Engadin zeigt die erwünschte Entwicklung. Die Marke Bergell/Bregaglia entwickelt sich weiter.		Zur Kenntnis genommen.