

Bevölkerungsbefragung Region Prättigau/Davos

Medienkonferenz



Inhalt

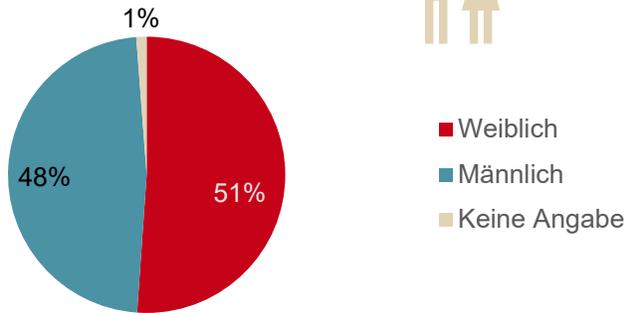
1. Persönliche Angaben der Umfrageteilnehmenden Seite 03
2. Bezug der Umfrageteilnehmenden zum Tourismus Seite 05
3. Positive und negative Aspekte des Tourismus in der Region Prättigau/Davos Seite 12
4. Gesamteinschätzung Seite 16
5. Fazit & Ansatzpunkte für die Erstellung des touristischen Leitbilds Seite 19



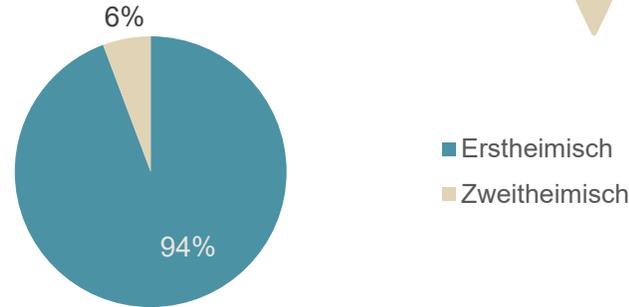
1. Persönliche Angaben der Umfrageteilnehmenden

Persönliche Angaben der Umfrageteilnehmenden

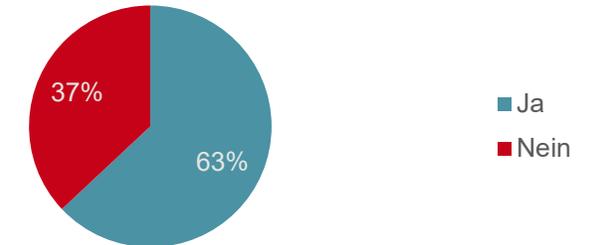
Geschlecht



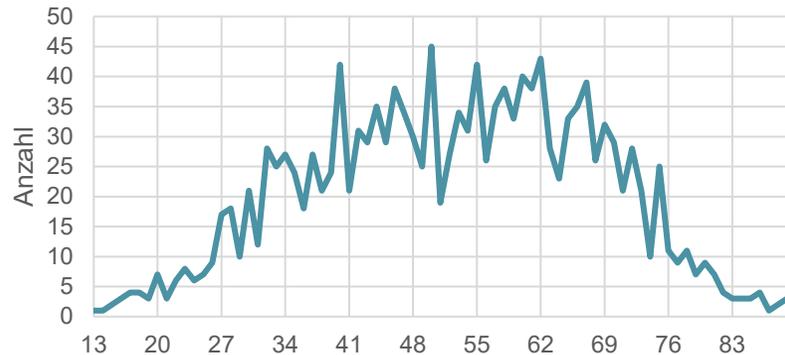
Anteil Erst- & Zweitheimischer



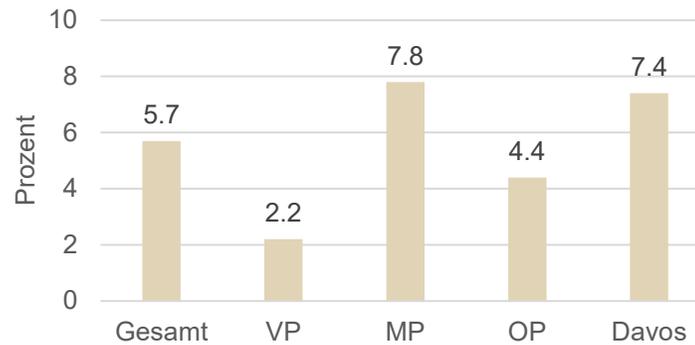
Arbeiten Sie in der Region Prättigau/Davos?



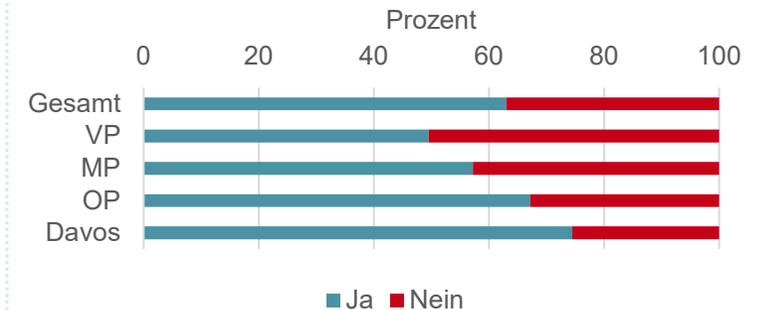
Alter



Anteil Zweitheimische (nach Sub-Regionen)



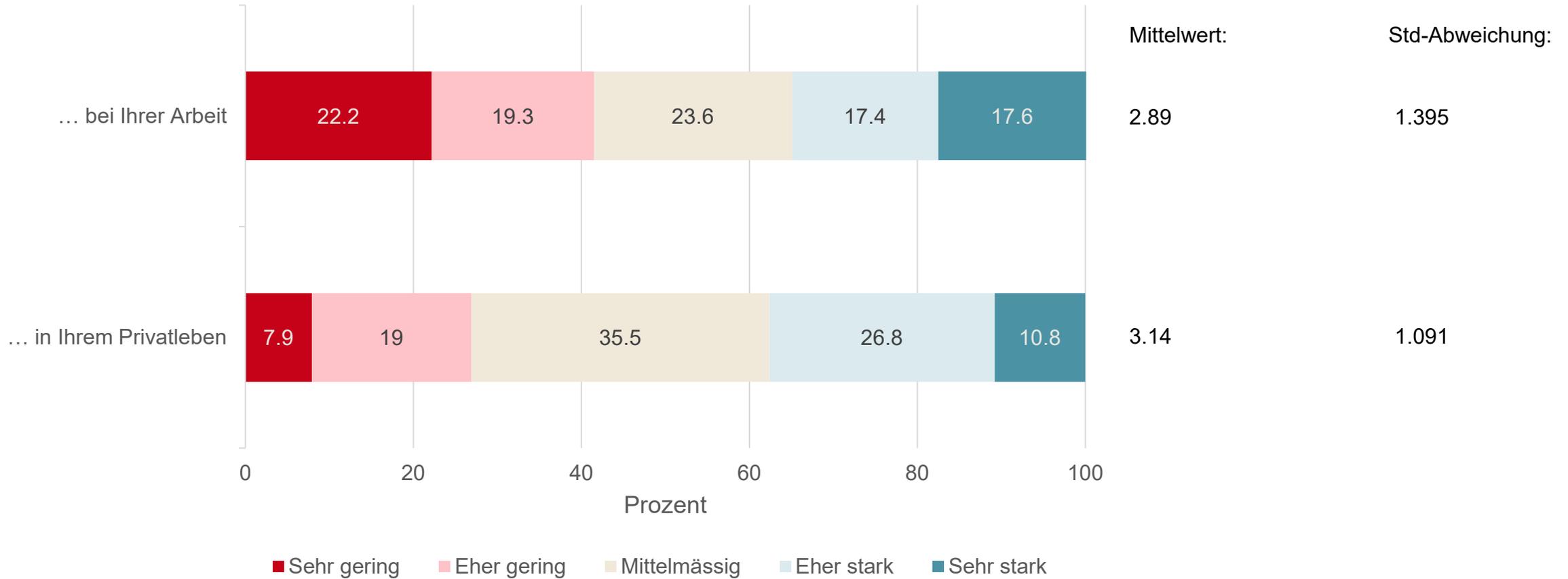
Arbeiten Sie in der Region Prättigau/Davos? (nach Sub-Regionen)



Verteilung nach Geschlecht und Alter entspricht weitgehend der Verteilung in der Gesamtbevölkerung. Die Zielgruppe «Erstheimische» wurde sehr gut erreicht, fast 95% der Teilnehmenden stammen aus der Region. Rund zwei Drittel aller Teilnehmenden, welche in der Region wohnen (Erstheimische), arbeiten ebenfalls in der Region. Je touristischer die Sub-Region, desto eher arbeiten die Personen auch in der Region.

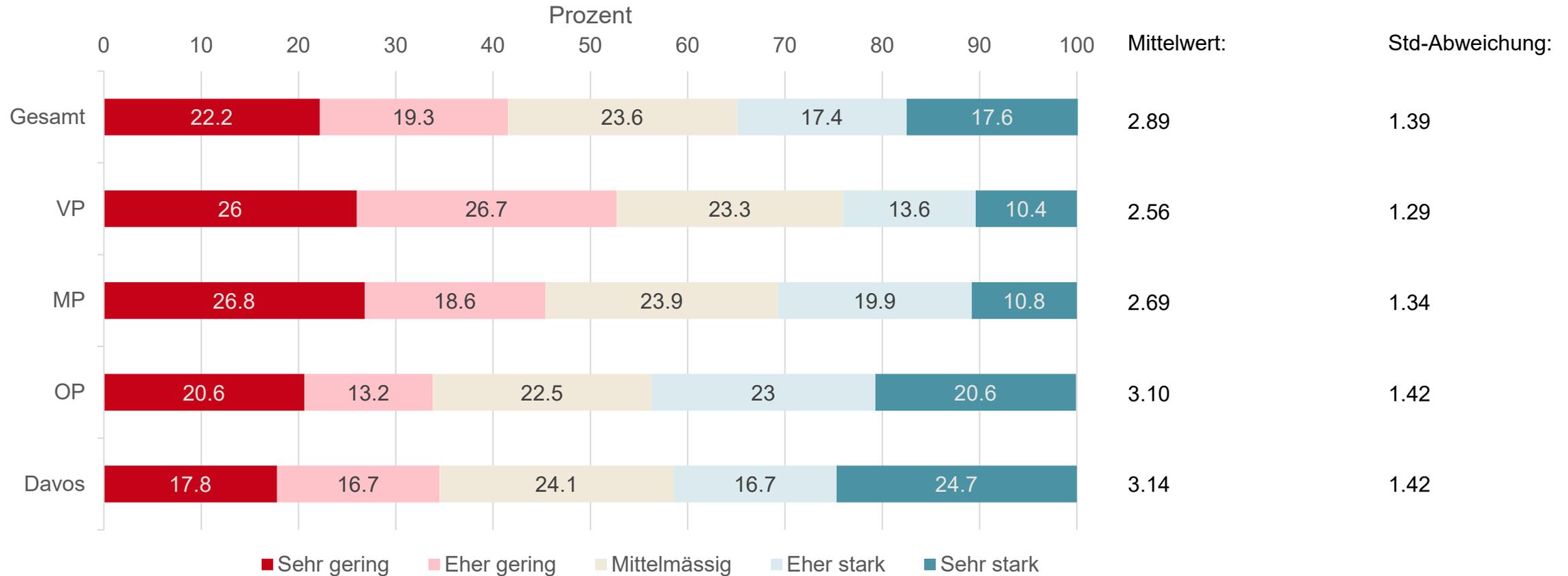
2. Bezug der Umfrageteilnehmenden zum Tourismus

Bezug zum Tourismus...



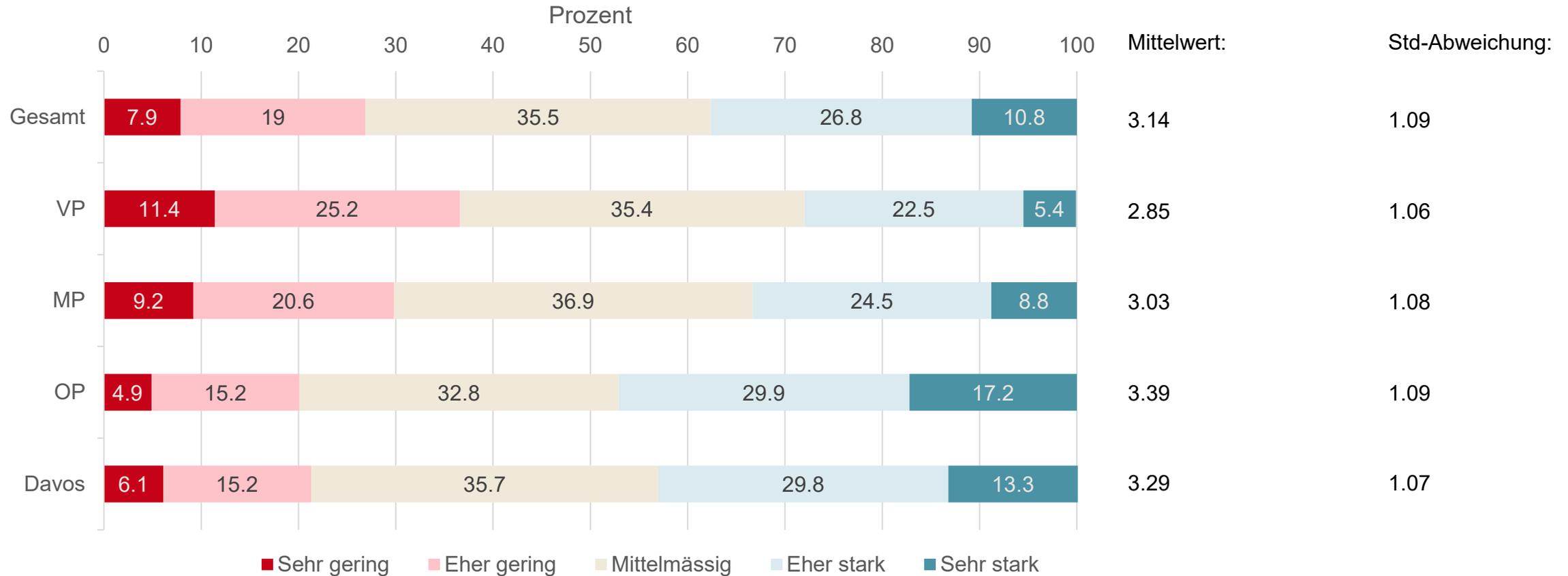
Teilnehmende sehen den Bezug zum Tourismus bei der Arbeit weniger stark als im Privatleben. Obwohl nur rund 14% der Teilnehmenden angeben, in der Tourismusbranche zu arbeiten, sehen ca. 35% einen starken bis sehr starken Bezug zum Tourismus bei ihrer Arbeit.

Bezug zum Tourismus bei Ihrer Arbeit

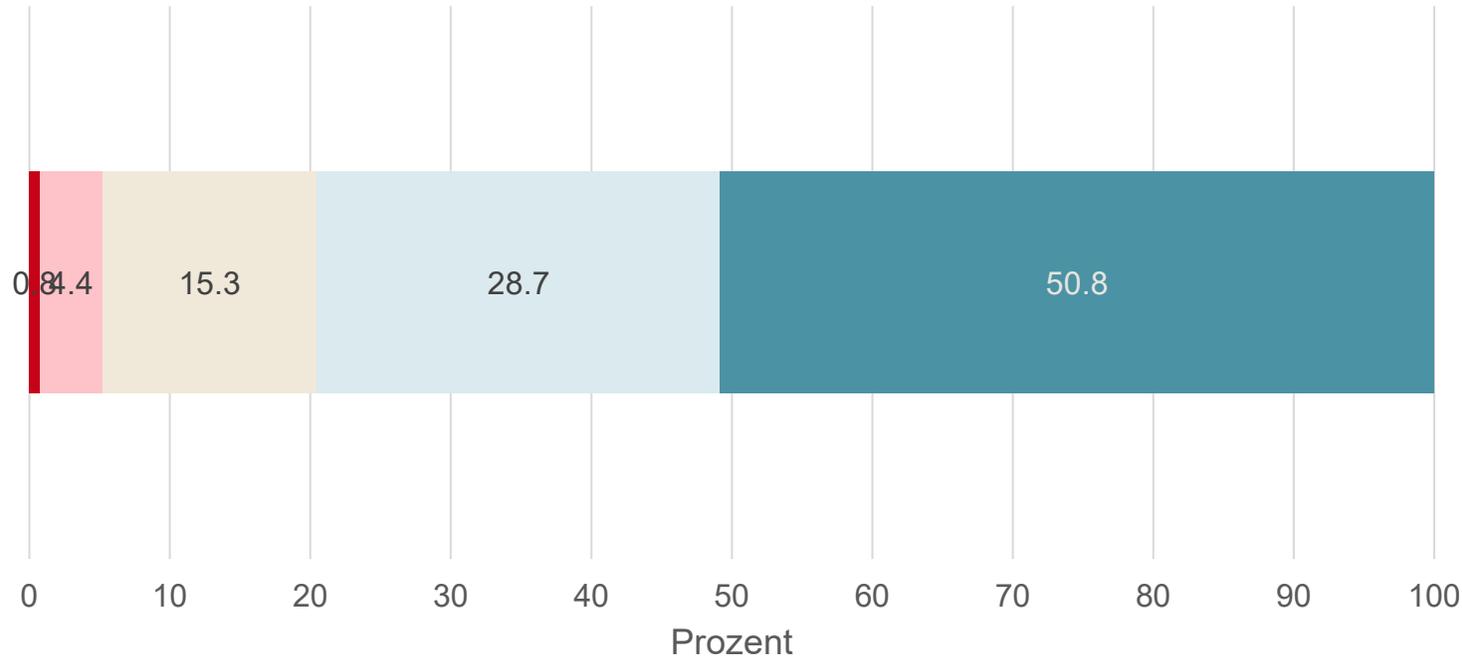


Je touristischer die Sub-Region, desto höher schätzen die Teilnehmenden ihren Bezug zum Tourismus bei ihrer Arbeit ein.

Bezug zum Tourismus in Ihrem Privatleben



Generell stehe ich Gästen offen gegenüber.



Mittelwert:

4.24

Std-Abweichung:

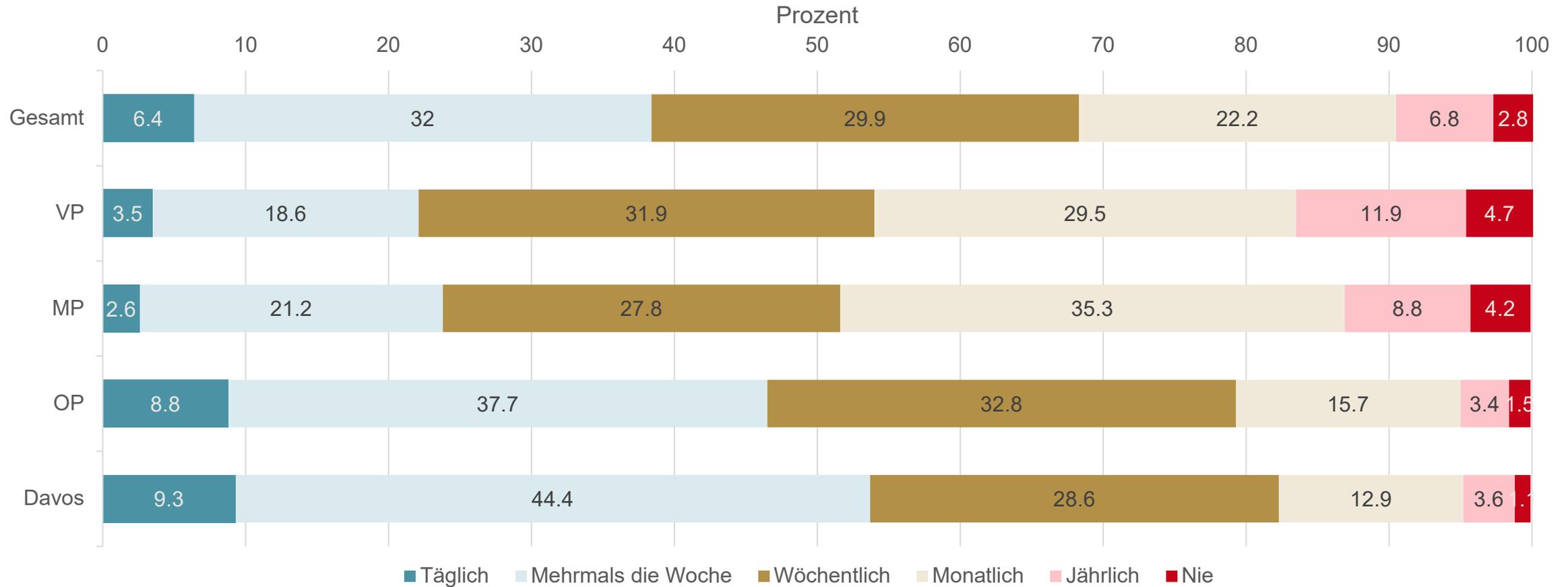
0.922

■ Stimme nicht zu ■ Stimme eher nicht zu ■ Neutral ■ Stimme eher zu ■ Stimme zu

Fazit:

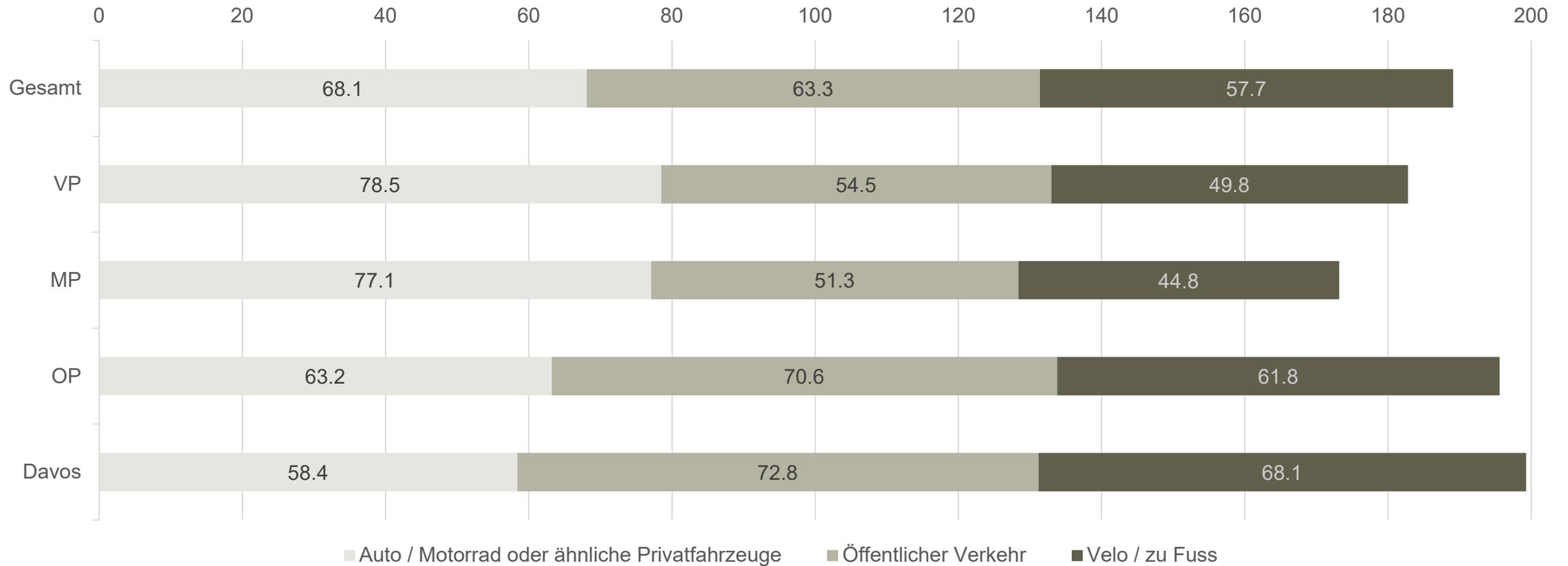


Nutzung touristischer Angebote



Touristische Angebote werden von den Teilnehmenden sehr rege genutzt.
Je touristischer die Region, desto häufiger werden die Angebote auch genutzt.

Verkehrsmittelnutzung in der Freizeit



3. Positive und negative Aspekte des Tourismus in der Region Prättigau/Davos

Anmerkung: Bei den Fragen in diesem Abschnitt wurde nach der Zustimmung und Betroffenheit der Teilnehmenden gefragt:

- *Zustimmung: Entspricht der generellen, rationalen Wahrnehmung («objektive» Wahrnehmung)*
- *Betroffenheit: Entspricht der persönlichen, emotionalen Wahrnehmung («subjektives» Empfinden)*

Aussagen zu den positiven Aspekten

Wirtschaft & Infrastruktur

- Tourismus bringt Mehreinnahmen & Arbeitsplätze
→ wird jedoch eher indirekt wahrgenommen
- Rund 40 % der Jobs hängen direkt oder indirekt vom Tourismus ab
- ÖV-Angebot & Strassennetz profitieren vom Tourismus
→ persönliche Betroffenheit bleibt gering

Freizeit & Angebote

- Schaffung touristischer Infrastrukturen wird klar anerkannt
- Ca. 70 % der Einheimischen nutzen touristische Angebote sehr regelmäßig (mind. wöchentlich)
- Unzufriedenheit bei fehlenden Vergünstigungen

Kultur & Zusammenleben

- Positive Wirkung auf das Image & die Belebung der Region
- Kritische Sicht auf:
 - Förderung von Traditionen (uneinheitliche Meinungen)
 - Attraktive Geschäfte durch Tourismus
- Austausch zwischen Einheimischen & Gästen wird eher gering eingeschätzt

Natur & Umwelt

- Tourismus belastet die Natur laut Meinung der Bevölkerung
→ persönliches Betroffenheitsgefühl bleibt moderat

Aussagen zu den negativen Aspekten

Natur & Umwelt

- Schmutz, Abfall & Umweltschäden gelten als grosse negative Faktoren
→ persönliche Betroffenheit ist jedoch mässig
- Verkehrsbelastung v.a. im Vorder- und Mittelprättigau als grösster Negativpunkt

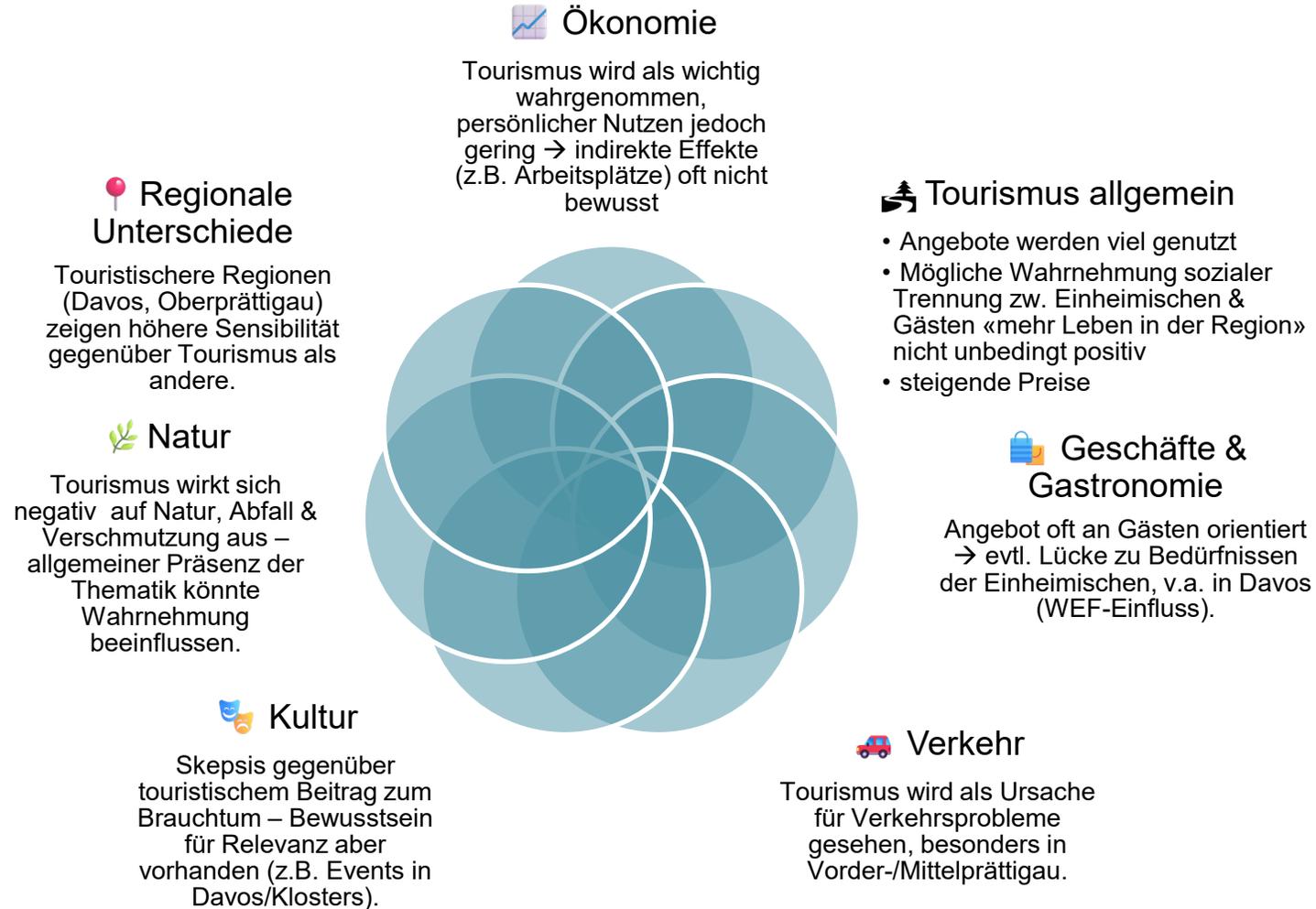
Wohnen & Zusammenleben

- Tourismus wird als negativer Einfluss auf bezahlbaren Wohnraum empfunden
→ Zustimmung höher als eigene Betroffenheit
→ evtl. beeinflusst durch mediale Präsenz der Thematik
- Kritik bzgl. Respektlosigkeit gegenüber Einheimischen eher gering
→ Begegnungen mit Gästen verlaufen meist respektvoll

Identität & Kultur

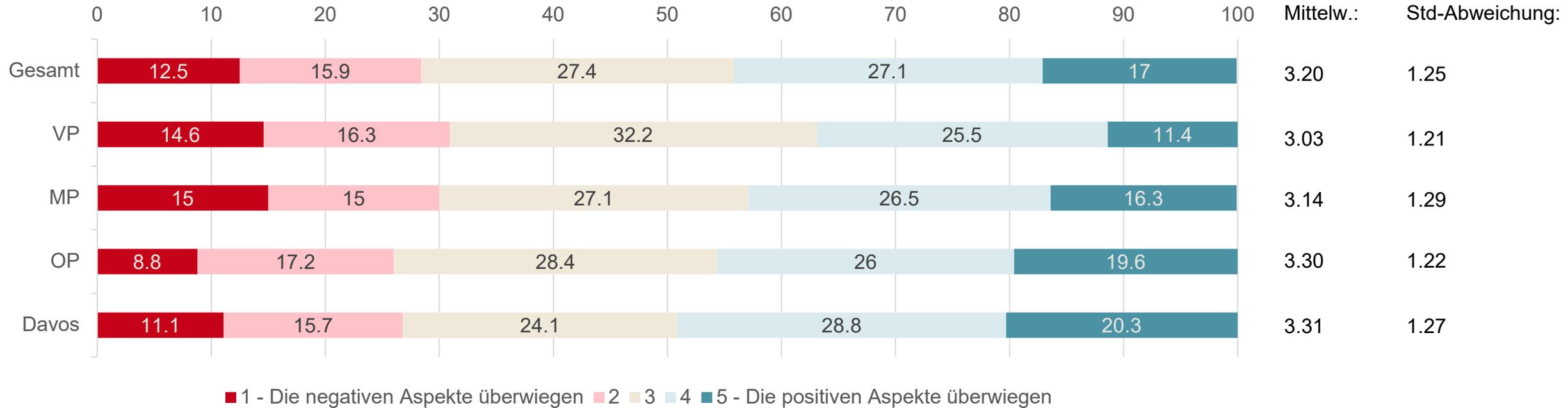
- Gefühl, dass regionale Identität & Kultur durch Tourismus teilweise verloren gehen
- Offen bleibt, ob Tourismus zum Erhalt von Brauchtum und Tradition beiträgt

Zusammenfassung positiver und negativer Aspekte



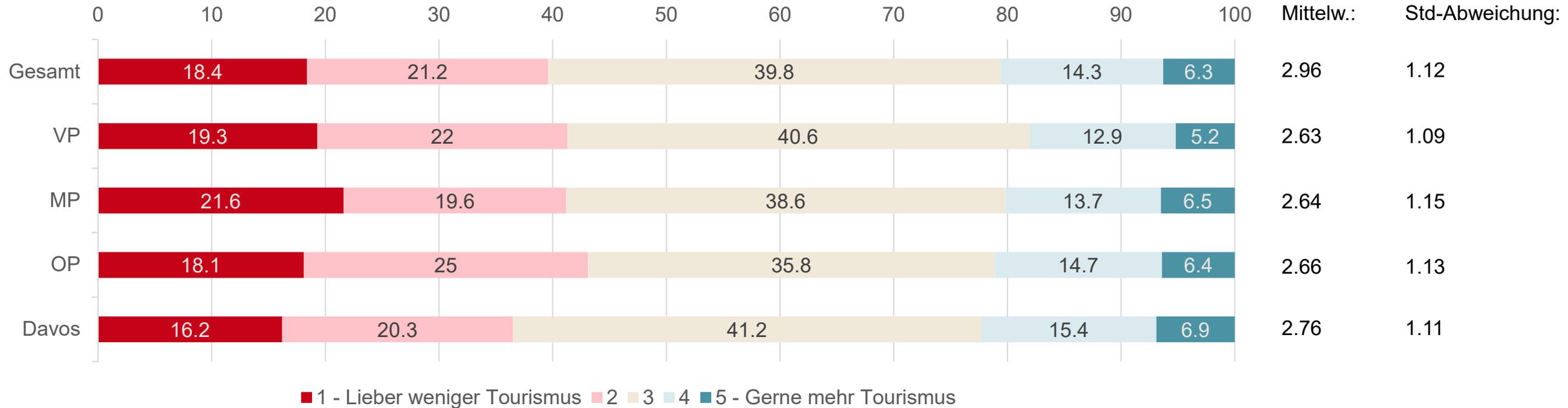
4. Gesamteinschätzung

Gesamteinschätzung des Tourismus



Der Grundtenor dem Tourismus gegenüber ist positiv. Mehr als 2/3 der Teilnehmenden schätzen die Effekte des Tourismus auf die Region positiv oder neutral ein.

Der Tourismus in Zukunft?



Rund 40% der Teilnehmenden sind unentschlossen, ob sie in Zukunft gerne mehr Tourismus in der Region hätten.

Dies bietet ein grosses Potenzial, um diese Leute mit der Ausgestaltung des touristischen Leitbilds abzuholen.

5. Fazit & Ansatzpunkte für die Erstellung des touristischen Leitbilds

Fazit

Auswirkungen auf Umwelt und Kultur

- Natur als sensibler Bereich: Tourismus wird insbesondere hinsichtlich seiner Auswirkungen auf die Natur kritisch bewertet.
- Brauchtum und Traditionen: Auch diese werden in gewissem Masse als (teilweise) negativ beeinflusst wahrgenommen.

Tourismusform und Belastung des Lebensraums

- Wunsch nach Qualität statt Quantität: Bevorzugt wird ein Tourismus, der sich räumlich, zeitlich und örtlich verteilt. Spitzenzeiten und Grossanlässe werden kritisch gesehen, vor allem wegen der Verkehrsproblematik. Die Grenzen des Systems sind erreicht, eine Sättigung ist eingetreten.
- Verkehr: Der motorisierte Individualverkehr wird in der ganzen Region Prättigau-Davos und insbesondere noch verstärkt im Vorderprättigau als Problem wahrgenommen. Das konnte bereits vor der Umfrage so vermutet werden.
- Wohnraum: Die Wohnungssituation ist insbesondere auch in Davos angespannt. Die ganze Region aber sieht einen Zusammenhang zwischen dem knappen Angebot an Wohnraum und der touristischen Entwicklung. Auch dies konnte bereits vor der Umfrage so vermutet werden.

Infrastruktur und Versorgung

- Ungleiches Angebot an Geschäften: In nicht-touristischen Regionen wird tendenziell eher ein Mangel an Einkaufsmöglichkeiten gesehen. In touristischen Regionen besteht hingegen eher ein Überangebot an touristisch ausgerichteten Geschäften, welche zudem im Fall Davos während des WEF «zweckentfremdet» werden.
- Bedarfsorientierung notwendig: Angebote sollten differenziert auf Gäste, Zweitheimische und Erstheimische abgestimmt sein.
- Rabatte für Erstheimische: Ein Bedarf an besseren Vergünstigungen wird deutlich.

Einfluss der persönlichen Betroffenheit

- Kontakt fördert Akzeptanz: Je mehr persönlicher Kontakt mit dem Tourismus (z.B. durch Gäste oder Beteiligung am touristischen System), desto positiver die Einstellung.
- Geringer Nutzen – höhere Ablehnung: Wer wenig oder keinen Nutzen aus dem Tourismus zieht, neigt eher zu einer negativen Haltung.

Allgemeine Einstellung zum Tourismus

- Grundsätzlich hohe Tourismusakzeptanz: Tourismus wird in der Region als wichtig erkannt und hat kein generelles Akzeptanzproblem.
- Positive Grundhaltung gegenüber Gästen: Die Bevölkerung steht Gästen meist positiv bis sehr positiv gegenüber.
- Keine Polarisierung: Die Bevölkerung ist nicht in extreme Befürworterinnen und Befürworter resp. Gegnerinnen und Gegner gespalten. Nur ein kleiner Teil vertritt eine klar ablehnende oder zustimmende Haltung. Es besteht eine Grundoffenheit und Dialogbereitschaft zwischen den Meinungen.

Ja, aber...

Fachhochschule Graubünden

Pulvermühlestrasse 57

7000 Chur

T +41 81 286 24 24

info@fhgr.ch

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.
Grazia fitg per l'attenziun.
Grazie per l'attenzione.**

Fachhochschule Graubünden

Scola auta spezialisada dal Grischun

Scuola universitaria professionale dei Grigioni

University of Applied Sciences of the Grisons

swissuniversities

 SCHWEIZERISCHER AKKREDITIERUNGSRAT
CONSEIL SUISSE D'ACCREDITATION
CONSIGLIO SVIZZERO DI ACCREDITAMENTO
SWISS ACCREDITATION COUNCIL

Institutionell akkreditiert nach
HFVG 2018-2025