

Management Summary

Einleitung

Erfolgreiche Athleten haben einen bedeutenden Triggereffekt – so profitieren derzeit verschiedenste Initiativen rund um den Langlauf von den Erfolgen Dario Colognas - was es gezielt zu nutzen gilt. Der Langlauf hat dadurch nicht nur bei den Jugendlichen stark an Bedeutung gewonnen. Es kann festgestellt werden, dass sich auch vermehrt Menschen in Kaderpositionen dem Langlauf verschreiben.

Grundsätzlich ist Sport eine bedeutende Freizeitbeschäftigung über alle Altersgruppen hinweg. Durch den erhöhten Wohlstand werden vermehrt Ausgaben im Sport betätigt. Weiter wird die Gesellschaft immer älter, wovon insbesondere Sportarten profitieren, die problemlos bis ins hohe Alter ausgeführt werden können – so auch Langlauf.

Vor diesem Hintergrund stellt das Projekt Nordic /St.Gotthard einen perfekten Rahmen dar, das Gebiet St. Gotthard durch den nordischen Sport zu entwickeln. In der ersten Phase wurde der Potentialnachweis, dass die Region St. Gotthard über die Grundvoraussetzungen verfügt, sich international als Top Nordic Destination zu positionieren, erbracht (vgl. Bericht: Nordic San Gottardo – Potential des nordischen Sports für die Region San Gottardo vom 30.9.2013).

Ziel der Phase 2

In einem weiteren Schritt galt es nun, die gemeinsame Vision, Mission und Strategie sowie die regionalen Positionierungen zu entwickeln, um schliesslich die notwendigen Massnahmen einleiten zu können, damit das Gebiet St. Gotthard auch international als Top Nordic Destination Erfolg haben kann.

Methode

Der Wille zur Veränderung muss von innen kommen. So wurden bewusst 2 Workshops veranstaltet, um die Regionen-Vertreter zu involvieren und ihr Commitment abzuholen.

Anlässlich des ersten Workshops ging es um die Definierung der gemeinsamen Vision, Mission und der Strategie. Die vorgeschlagenen Varianten wurden jeweils diskutiert, ergänzt, finalisiert und verabschiedet. Weiter wurden aus den Handlungsempfehlungen der Potentialstudie mögliche Massnahmen formuliert und wiederum in diesem Kreis diskutiert und erweitert.

Vorgängig zum zweiten Workshop galt es, die regionalen Positionierungen zu definieren, die Anforderungen an eine Top Nordic Destination (Dimensionen) aus Phase 1 zu instrumentalisieren und in explizite, quantifizierbare Standards zu überführen. Diese sind für alle Gebiete verbindlich und jährlich zu kontrollieren.

Die breit diskutierten und ergänzten Massnahmen wurden durch Zielfokussierung auf die Vision, Mission und Strategie, vor dem Hintergrund der regionalen Positionierungen und zur Reduktion der Lücken im Vergleich zu den Standards, stark reduziert und gemeinsam mit den Mitgliedern des Steering Committees Nordic /St.Gotthard vorbesprochen.

Mit diesen beiden Zwischenschritten wurde die Grundlage gelegt, um im zweiten Workshop die Umsetzung der Massnahmen in den Regionen zu besprechen. Im Fokus stand die Klärung der Verantwortung, der Finanzierung und der Terminierung womit die Basis für die Umsetzung gelegt werden konnte.

Ergebnisse

Die Vertreter der Sub-Regionen des Gotthard Gebiets stehen für ein gemeinsames Ziel ein und haben ihre Vision wie folgt definiert:

Die Region St. Gotthard ist bis 2025 als Nordic Destination international für den Breiten- und Leistungssport positioniert.

Nordic /St.Gotthard schöpft das Potential des Nordischen Sports aus und trägt damit zum wirtschaftlichen Erfolg der Region bei. Das ganze Gebiet wird gemeinsam vermarktet und zeichnet sich in Bezug auf das nordische Erlebnis durch eine einheitliche, hohe Qualität aus. Es herrschen ideale Rahmenbedingungen für den Kinder-, Jugend- und Breitensport sowie für den Leistungs- und Nachwuchsleistungssport.

Der Grundgedanke liegt darin, dass der Gast die ganze Region Nordic /St.Gotthard „am Stück“ erleben kann und dabei überall auf eine einheitliche, hochwertige Qualität auf und neben der Loipe trifft.

Jeder Region ist ein Nordic Center als Einstiegspunkt und „single point of contact“ für diverse Dienstleistungen gemein. Es gibt Langlaufspezialisten, welche den Verkauf und die Miete von Langlaufmaterial sicherstellen, sowie Langlaufschulen und Langlaufinstructoren. In jeder Sub-Region findet der Gast Langlaufhotels mit einem identischen Mindestangebot, welches auf seine Bedürfnisse zugeschnitten ist. Der Langlauf soll auf hohem, modernem Dienstleistungsniveau genossen werden können.

Die Bedeutung der Nachwuchsförderung in der gesamten Region St. Gotthard wird mit den Kinder- und Jugendangeboten unterstrichen, welche überall bei den Nordic Centern angegliedert sind. Standardisierte Cross Country Cross (XCX)-Angebote, welche jugendgerecht präsentiert werden, stehen jederzeit zur Verfügung.

Das ganze Gebiet zeichnet sich durch eine hohe, autofreie Mobilität für den nordischen Sport aus, was bedeutet, dass alle Sub-Regionen mit Zügen oder einem Shuttledienst verbunden sind.

Dass das Ganze mehr ist, als die Summe seiner Teile gilt auch für Nordic /St.Gotthard. Denn jede Sub-Region verfügt über Eigenheiten / Alleinstellungsmerkmale die es geschickt zu nutzen gilt, damit sich die Regionen ergänzen und in der Gesamtheit die Region Nordic /St.Gotthard für den Gast noch attraktiver machen.

- ▶ *Campra* profiliert sich durch eine familiäre Atmosphäre, einzigartige Naturschönheit, eine konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Langläufer, seine Nähe zum Süden Europas und sichere Schneeverhältnisse.
- ▶ Das *Goms* profiliert sich durch eine Vielseitigkeit an Angeboten für verschiedene Bedürfnisse (offen, sonnig, grosse bestehende Infrastruktur, Weltcup (WC) Piste, etc.). Entsprechend soll das Goms als Flagship der Gesamtregion hervorgehoben werden = Hauptaustragungsort / Knotenpunkt bei Grossveranstaltungen in der Gesamtregion.
- ▶ Die *Surselva* profiliert sich durch eine einmalige Höhendistanz-Loipe gleichermassen wie durch ein breites Sport-, Erholungs- und historisches Angebot.
- ▶ Das *Urserntal* profiliert sich dank den vorhandenen Infrastrukturen des NLZ Biathlon und der guten Erreichbarkeit als primäre Anlaufstation für den Leistungssport und für die Tagesgäste.

Massnahme

Die Region St. Gotthard wird aufbauend auf dem Modell der Standortförderung durch Sport mittels eines „Bottom-Up Approachs“ entwickelt. Dabei gilt es in einem ersten Schritt, die Bereiche Infrastruktur, Events & Wettkämpfe, Angebote & Dienstleistungen sowie Betreuung & Ausbildung zu verbessern, um ideale Voraussetzungen für den Kinder-, Jugend- und Breitensport- und den Leistungs- wie auch Nachwuchsleistungssport zu schaffen. Sowohl überregional wie auch für jede Sub-Region wurden dabei die notwendigen Massnahmen definiert, um sich bis 2025 international als Top Nordic Destination positionieren zu können. Die zentralsten Massnahmen werden im Folgenden kurz aufgezeigt.

- ▶ *Überregional* braucht es eine gemeinsame Trägerschaft mit einer operativen Kraft / einem PM Nordic. Dessen primäre Aufgaben liegen in der Umsetzung des gemeinsamen Auftritts und er stellt sicher, dass überregionale Eventserien konzipiert und umgesetzt werden.
- ▶ *Campra* setzt den Fokus auf die zweite Phase des Loipen-Infrastrukturausbaus (Ausbau Brücken, Erweiterung Beschneiungsanlage, Loipenbeleuchtung).
- ▶ Im *Goms* steht der Ausbau der Event Infrastruktur sowie der Rollskibahn im Vordergrund.
- ▶ Die dringlichsten Massnahmen in der *Surselva* liegen in der Gründung einer Betriebsgesellschaft für die ganze Region und der Verbindung der Loipen Disentis und Sedrun.
- ▶ Das Gewährleisten eines Nordic Centers sowie die Sicherung der Strassen- und Schienenüberquerung bei Zumdorf stehen im *Urserntal* im Vordergrund.

Ausblick

Die Vision ist bekannt, der Weg zur Zielerreichung aufgezeigt und die Basis für die Umsetzung geschaffen. Die Verantwortlichkeiten und möglichen Finanzierungen sowie Terminierungen wurden während des zweiten Workshops innerhalb der anwesenden Vertreter der Sub-Regionen geklärt. In einem weiteren Schritt sind nun die Produkte und Leistungen in den drei Bereichen zu präzisieren und die Umsetzung zu lancieren. Nun gilt es, mit Hochdruck weitere Stakeholder zu involvieren und Taten folgen zu lassen, damit sich Nordic /St.Gotthard positiv entwickeln kann.