

28.05.2026 - 17:23 Uhr

## «Gefühlt wie.» – graubünden Tourismustag 2026 inspiriert mit emotionalen Perspektiven



### «Gefühlt wie.» – graubünden Tourismustag 2026 inspiriert mit emotionalen Perspektiven

*Wahre Gefühle als Erfolgsfaktor: 170 Tourismusverantwortliche entdeckten am graubünden Tourismustag 2026, wie emotionale Erlebnisse authentische Gästebeziehungen schaffen. Fachleute aus Wirtschaft, Tourismus, Sport, Medien, Kultur und Philosophie gaben am Branchenanlass von Graubünden Ferien am Donnerstag, 28. Mai 2026, in Chur ihr Wissen und ihre Erfahrungen weiter.*

Reisen macht glücklich – doch wie können Tourismusverantwortliche gezielt positive Emotionen bei ihren Gästen wecken? Diese Frage hat den Tourismustag 2026 in Chur unter dem Motto «Gefühlt wie.» geprägt. In Referaten und Podiumsdiskussionen wurde aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet, welche Bedeutung menschliche Gefühle beim Reisen haben und wie diese gestärkt werden können. «Gefühle prägen, wie wir Reisen erleben», so Martin Vincenz, CEO von Graubünden Ferien. «Wir können nicht genug lernen, wie wir im Tourismus gefühlsechte Reiseerlebnisse ins Zentrum stellen können.»

#### Emotionen als Schlüssel zum Gästelerlebnis

Am Branchenanlass von Graubünden Ferien gab es vielseitige Denkanstösse zum Tagungsthema. Nick Martin, Abenteurer und Bestseller-Autor, zeigte auf, welche Botschaften zählen. «Kaufentscheidungen entstehen nicht nur über Preis, Qualität und Fakten, sondern über emotionale Sicherheit», so Martin. Positive Gefühle würden für zwei Drittel der Konsument\*innen eine Rolle spielen. Angebote müssten mit Geschichten erlebbar sein. «Das Gefühl von Freiheit, Ausatmen und Erinnerung muss man spürbar machen», so die Empfehlung.

Claudia Schmid von der EHL Hotelfachschule Passugg erklärte die Bedeutung der Affective Hospitality und die Rolle emotionaler Intelligenz. «Affective Hospitality begleitet unsere Studierenden vier Semester lang dabei, ihr emotionales Potenzial zu entfalten», so Schmid. Echte Empathie und Freundlichkeit – wesentliche Eigenschaften von Gastgebenden – müssten zuerst selbst gelernt werden, bevor diese anderen in emotionalen Situationen gezeigt werden könnten.

#### Durch Technologie beeinflusst

Nicolas Sol von Booking.com beleuchtete, wie Künstliche Intelligenz (KI) das Buchungsverhalten beeinflusst. «KI verändert die Art und Weise, wie Menschen Reisen planen», sagte Sol. Schon heute würden 67 % der User KI in irgendeiner Weise fürs Reisen nutzen. Die Buchungsplattform selbst brauche KI, um den Gast besser zu verstehen, Inhalte zu personalisieren und zur Schaffung eines nahtlosen Services. Die emotionale Bindung liege in der individuellen Ansprache.

Guido Berger von der SRF-Digital-Redaktion erklärte das Design-Konzept Compulsion Loop (Zwangsschleife). Es beschreibt die vielen cleveren Tricks, mit denen Apps psychologische Schwächen ausnutzen und jedes Jahr etwa 350 Milliarden Franken umsetzen. Ein ständig neuer Kreislauf zwischen Versprechen, Herausforderung und

Belohnung. Wer dies auf sein eigenes Angebot zu übertragen weiss, kann aus diesem Modell durchaus Vorteile ziehen.

### **USA: Freude und Sorge**

Für den Schweizer Tourismus sind die USA heute so bedeutend wie Deutschland. Auch Graubünden ist zunehmend beliebt: Jedes Jahr kommen neue US-Logiernächte in der Bündner Hotellerie hinzu, 2025 waren es 26'000 Übernachtungen mehr. Graubünden Ferien bewirbt die USA und weitere Fernmärkte in Kooperation mit HotellerieSuisse Graubünden. Zur Freude kommt die Verunsicherung. Schon lange wird ein Rückgang der Nachfrage aus den USA prognostiziert.

Peter Düggeli, Moderator SRF Club und ehemals Washington-Korrespondent, rechnet weiterhin mit vielen US-Gästen in der Schweiz. Unabhängig von der aktuellen Politik. Amerikaner seien auch nicht wechselkursensibel. Er empfahl, für diese Gästegruppe echte Begegnungen zu schaffen. Dies beginne oft im Kleinen, auch bei spontanen Komplimenten. «In den USA sind die Menschen viel kontaktfreudiger», so Düggeli. Die Schweiz überzeugt mit ihrer Qualität und guter Infrastruktur.

### **Grosses Interesse der Tourismusbranche**

Der Tourismustag mit rund 170 Teilnehmenden hat erneut bewiesen, dass es ein starkes Interesse an Wissensaustausch und Best-Practice-Beispielen in der Branche gibt. Dienstleistende und Fachkräfte aus dem Tourismus konnten von den präsentierten Erkenntnissen profitieren. Der Branchenanlass hat verdeutlicht, dass emotionale Erlebnisse und authentische Gästereferenzen mehr denn je im Zentrum erfolgreicher Tourismusstrategien stehen.

Die Moderation des Anlasses übernahm Oceana Galmarini. Künstlerisch begleitet wurde der Tourismustag von der Tanzgruppe Moving Mountains. Weitere Informationen zum Anlass: [www.graubuenden.ch/tourismustag](http://www.graubuenden.ch/tourismustag)

### **Generalversammlung und Inspiration Night am Vortag**

Am Vortag des Tourismustages, am 27. Mai 2026, fand die Generalversammlung von Graubünden Ferien mit anschliessender Inspiration Night statt. Präsident Jürg Schmid zeigte sich vor den Mitgliedern und Gästen in Chur überzeugt, dass der Tourismus langfristig weiter zulegen wird – dies trotz globaler Unwägbarkeiten. Zu den brancheneigenen Herausforderungen gehören laut Schmid eine Steigerung der Auslastung übers Jahr sowie eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer. Beides ist Teil der Strategie von Graubünden Ferien.

Der Erfolg des Tourismus misst sich aber nicht nur an Logiernächten oder Frequenzen, wie Regierungsrat Marcus Caduff im Grusswort an der Generalversammlung betonte. «Entscheidend ist auch, dass die Menschen vor Ort weiterhin gerne Gastgeber sind. Deshalb müssen wir uns bewusst mit der Tourismusakzeptanz auseinandersetzen und gemeinsam Lösungen für Herausforderungen wie Verkehr, Hotspots oder die Wohnsituation finden», appellierte Caduff an die Tourismusbranche.

### **Einige Highlights zum Berichtsjahr 2025:**

9 Marketing-Kampagnen mit 35 Allianzpartnern

2'886'228 Sitzungen auf [graubuenden.ch](http://graubuenden.ch)

250'362 Newsletter-Abonent\*innen

973 Posts auf Social Media

89 Medienreisen

### **Zum Jahresbericht 2025:**

[www.graubuenden.ch/jahresbericht](http://www.graubuenden.ch/jahresbericht)

### **Graubünden Ferien**

Luzi Bürkli, Leiter Unternehmenskommunikation

Tel. +41 81 254 24 35

[luzi.buerkli@graubuenden.ch](mailto:luzi.buerkli@graubuenden.ch)

Medieninhalte



Gut gelaunte Gastgeber: CEO Martin Vincenz mit Moderatorin Oceana Galmarini. © Graubünden Ferien



Begeistert fürs Reisen: Abenteurer und Buchautor Nick Martin. © Graubünden Ferien



Das GKB AUDITORIUM bespielt: künstlerische Begleitung durch Moving Mountains. © Graubünden Ferien



Grosses Interesse: Der graubünden Tourismustag bringt die Branche zusammen. © Graubünden Ferien



Starke USA: Peter Düggele erklärt, was US-Amerikaner schätzen. © Graubünden Ferien



Tourismusverantwortliche verfolgen im GKB AUDITORIUM in Chur den Branchenanlass. © Graubünden Ferien



KI beeinflusst das Buchungsverhalten: Nicolas Sol von booking.com. © Graubünden Ferien



Wie trainieren wir emotionale Intelligenz? Claudia Schmid zu Affective Hospitality. © Graubünden Ferien



Herausforderungen benannt: Präsident Jürg Schmid begrüsst am Vortag zur Generalversammlung. © Graubünden Ferien

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100050631/100940346> abgerufen werden.