



ENGELBERG
EINWOHNERGEMEINDE



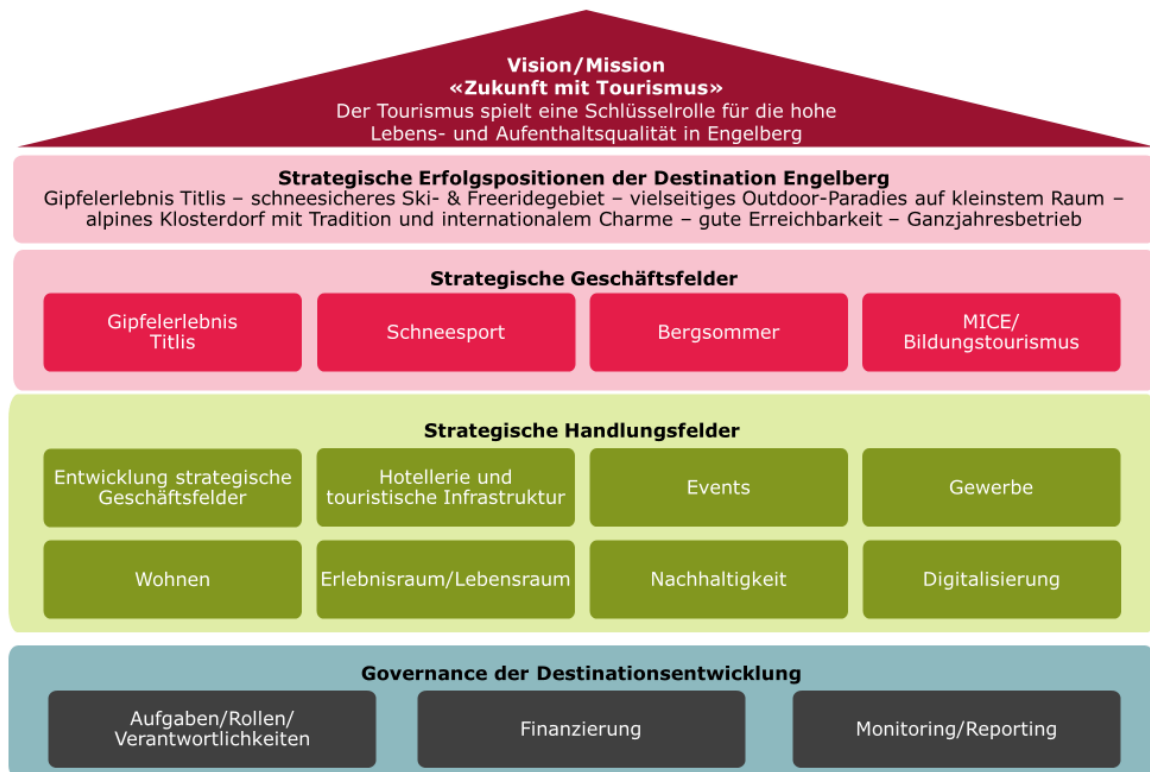
Destinationsstrategie Engelberg 2024 - 2030

Schlussbericht - Kurzversion



EINWOHNERGEMEINDE ENGELBERG
DORFSTRASSE 1 | POSTFACH | 6391 ENGELBERG
WWW.GDE-ENGELBERG.CH

1. Strategie, Geschäftsfelder, Handlungsfelder



2. Erläuterungen zur Strategie

2.1. Vision / Mission

- **«Zukunft mit Tourismus»:** Ein sich positiv entwickelnder Tourismus in Engelberg ist die Grundlage für eine vielversprechende Zukunft. Das 'mit' steht dabei für ein 'Miteinander'.
- **«Schlüsselrolle Tourismus»:** Dem Tourismus steht in Engelberg eine Schlüsselrolle zu, da er die meisten Lebensbereiche betrifft und einen hohen Einfluss auf den gesamten Lebensraum ausübt.
- **«Hohe Lebensqualität»:** Unter hoher Lebensqualität verstehen wir attraktive Freizeitmöglichkeiten, pulsierendes Dorfleben, gutes Miteinander, tiefe Steuern.
- **«Hohe Aufenthaltsqualität»:** Unter hoher Aufenthaltsqualität verstehen wir gute Erreichbarkeit, abwechslungsreiche Angebote, gutes Preis-/Leistungsverhältnis.
- **«Engelberg»:** Wir adressieren mit der Vision/Mission ganz Engelberg und nicht nur die touristischen Leistungsträger.

2.2. **Strategische Erfolgspositionen**

- **Gipfelerlebnis Titlis:** Ein Ausflug auf den Titlis ist ein unvergessliches Erlebnis mit ganzjährig Schnee, toller Aussicht und (bald) bestechender Architektur.
- **Schneesicheres Ski- und Freeridegebiet:** Dank optimalen Bedingungen können während einer langen Wintersaison auf und neben den Pisten vielfältige Skierlebnisse entdeckt werden.
- **Vielseitiges Outdoor-Paradies auf kleinstem Raum:** Engelberg bietet eine Vielzahl von Aktivitäten an der frischen Luft in allen Anspruchsgraden.
- **Alpines Klosterdorf mit Tradition und internationalem Charme:** Das Kloster prägt nicht nur das bauliche Erscheinungsbild von Engelberg, sondern verkörpert mit seiner Gastgeberrolle auch die touristische Tradition. Die Einbettung des Dorfes in die natürliche Umgebung versprüht alpinen Charme. Die vielfältigen Gastronomie- und Ausgangsangebote bieten internationales Flair für eine multinationale Einwohnerschaft (Global Village, insbesondere durch den Zuzug von vielen Skandinaviern)
- **Gute Erreichbarkeit:** Engelberg ist dank der Nähe zu Luzern und guten ÖV-Verbindungen jederzeit sehr gut erreichbar. Trotzdem ist das Dorf frei von Durchgangsverkehr.
- **Ganzjahresbetrieb:** Alle Positionierungsmerkmale sind saisonunabhängig und gelten ganzjährig.

2.3. **Strategische Geschäftsfelder**

- **Gipfelerlebnis Titlis:** Das Ausflugsgeschäft auf den Titlis ist kommerziell das wichtigste Geschäft in der Destination. Das entsprechende internationale Marketing erfolgt nicht durch ETT sondern durch BET.
- **Schneesport:** Im Zentrum steht der alpine Schneesport (Ski- und Snowboardfahren), positioniert durch das Freerideangebot. Ergänzende Aktivitäten sind Langlauf, Schneeschuh- & Winterwandern, Skitouren und Curling.
- **Bergsommer:** Darunter fallen alle Aktivitäten, die (nebst dem Titlis-Ausflug) in der verlängerten Sommersaison (April bis November) in Engelberg ausgeübt werden können. Auch finden viele (kleinere) Events statt, die von ETT unterstützt und aktiv gegen aussen kommuniziert werden.
- **MICE:** Die Hotellerie betreibt in Engelberg ein Geschäft mit Seminaren, um die Zwischensaisons besser auszulasten.
- **Bildungstourismus:** Allenfalls ein neues Geschäftsfeld in Zusammenarbeit mit dem Kloster Engelberg, welches in Zukunft zu entwickeln wäre.



2.4. **Strategische Handlungsfelder**

2.4.1. **Entwicklung strategische Geschäftsfelder**

- Das **Gipfelerlebnis Titlis** läuft gut und mit dem «Projekt Titlis» ist bereits ein grosses Entwicklungsprojekt geplant, welches zurzeit realisiert wird.
- Um den **Schneesport** weiterhin attraktiv zu halten, soll ein möglicher Ausbau des Schneesportangebots geprüft werden. Dabei gilt es auch allfälligen Schneemangel in die Überlegungen miteinzubeziehen.
- Das **SGF-Bergsommer** umfasst bereits eine Vielzahl unterschiedlicher Angebote. Um diese zielgerichtet zu entwickeln und auszubauen gilt es, eine klare Übersicht zu erstellen.
- Dem Bereich **MICE** fehlt in Engelberg ein multifunktionales Kongress- und Veranstaltungszentrum. Zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und als Beitrag zum Ganzjahresbetrieb soll der Bau eines solchen Zentrums geprüft werden. Allenfalls lässt sich das aktuelle Angebot unter Einbezug des Klosters/Kursaal noch ausweiten. Zum SGF MICE gehört auch der **Bildungstourismus**, der auf- und ausgebaut werden muss.
- Unter **Bildungstourismus** wird im Fall von Engelberg eine Vermittlungsplattform verstanden, welche interessierten Gästen und Einheimischen Wissen zur Verfügung stellt und so die Möglichkeit schafft, in einem inspirierenden Umfeld neue Fähigkeiten zu erlernen. Dies können einerseits bestehende Angebote von Dritten sein, welche punktuell in Engelberg durchgeführt werden (z.B. Seniorenuniversität Luzern, Migros Klubschule). Andererseits kann dies auch über die Ansiedlung und den Aufbau eines neuen (eigenen) Leistungsträgers geschehen. Mögliche und passende Themen für Engelberg sind die Sport- und Trainingslehre (bzw. Gesundheit/Ernährung). Auch Themen im Bereich Kulturtourismus (Kunst, Kultur, Kloster) sind denkbar. Die dafür benötigte Infrastruktur ist grundsätzlich vorhanden: Kloster (Ökonomiegebäude), Grafenort, Kursaal, Sportmittelschule, Kollegium.

2.4.2. **Hotellerie und touristische Infrastruktur**

- **Hotellerie:** Engelberg verfügt über viele Hotels mit kritischer Betriebsgrösse. Diesen fehlt oft der Anreiz das Angebot qualitativ zu verbessern und in Infrastruktur/Innovationen zu investieren, da eine gute durchschnittliche Grundauslastung durch die Ausflugsgäste meist gesichert ist. Erfahrungswerte zeigen, dass diese Gäste oft nicht sehr anspruchsvoll bezüglich Hotelinfrastruktur sind, da das Hauptmotiv im Besuch des Ausflugsberges Titlis und nicht in der Hotelinfrastruktur liegt. Dies kann zur **Vernachlässigung von innovativer und zielgerichteter Angebotsgestaltung für Mehrtagesgäste** führen (insbesondere Familien mit Kindern, Wellness, etc....)
- **Touristische Infrastruktur:** Dies beinhaltet insbesondere grössere bauliche Einrichtungen wie beispielsweise **Sportingpark, Schanzenareal und Gerschnialp**. Es gilt die Ausrichtung der touristischen Infrastruktur zu klären und Anspruchsgruppen in die Ausarbeitung der Entwicklungskonzepte zu integrieren.

2.4.3. **Events**

- Engelberg verfügt mit dem **Weltcup im Skispringen** über einen internationalen Event-Leuchtturm im Winter. Im Sommer könnte sich die **ÖKK Bike Revolution** mittelfristig zu einem nationalen Leuchtturm entwickeln. Solche Events gilt es nicht nur als Auslastungstreiber zu sehen, sondern als inhaltliche Botschafts-Träger. Es müssen Themen gefunden und bespielt werden, welche für Engelberg **Alleinstellungsmerkmale** darstellen.
- Die **Auslastung** ist in Engelberg über das Jahr gesehen gut verteilt, in der Wochensicht jedoch nicht (12 Monate gut, 7 Tage schlecht). Es bleibt somit offen, ob Events unter der Woche anzusiedeln sind, oder ob hier zusätzliche Massnahmen zur **Frequenzsteuerung** (Angebote/Produkte) insbesondere von **Übernachtungsgästen** gefragt sind.
- In Engelberg finden zudem eine Vielzahl von **kleineren Events** statt. Diese steigern zwar die Lebens- und Aufenthaltsqualität in der Destination, gelten aber nicht als Reisegrund.

2.4.4. **Gewerbe**

- Das Gewerbe, insbesondere der Detailhandel, ist von **zentraler Bedeutung** für ein attraktives Dorfleben.
- Neue Chancen und Herausforderungen ergeben sich insbesondere mit dem **Generationenwechsel** bzw. mit **Geschäftsschliessungen/-übergaben**.
- Es gilt neue Konzepte zu entwickeln und **Trends** zu antizipieren, um die Bedürfnisse der Gäste, Zweitheimischen und Einheimischen zu befriedigen.
- Zudem sollen mit innovativen Mitteln auch **neue und unkonventionelle Gewerbetreibende** gewonnen werden, wie bspw. digitale Nomaden und Kreativschaffende, die sich nur zeitweise in Engelberg aufhalten.

2.4.5. **Wohnen**

- Engelberg verfügt über ein **vielfältiges Wohnungs- und Übernachtungsangebot**, darunter Hotelbetten in allen Kategorien, einen Campingplatz sowie ca. 2'000 bis 2'500 Zweitwohnungen.
- Das vielseitige Angebot ist nicht das ganze Jahr gleichmässig ausgelastet und Zweitwohnungen werden nur teilweise an Dritte vermietet. Mit verschiedenen Anreizen soll insbesondere das **Potential der Zweitwohnungen** besser ausgeschöpft werden und ein Leerstand vermieden werden.
- Zusätzlich herrscht in Engelberg **Wohnungsknappheit** für touristische Arbeitskräfte, welche heute teils in ehemaligen Hotels untergebracht werden. Auch ist für Einheimische Wohnraum knapp bzw. sind die wenigen Angebote am Markt kaum erschwinglich. Der knappe Wohnraum soll daher effizienter genutzt und für verschiedene Anspruchsgruppen zugänglich gemacht bzw. zusätzlich auch neue Angebote geschaffen werden.

2.4.6. **Erlebnisraum/Lebensraum**

- In Engelberg überlappt der **Erlebnisraum** (der Gäste) oft und stark mit dem **Lebensraum** (der Einheimischen). Dies wird oft von beiden Seiten als bereichernd wahrgenommen und soll in Zukunft weiter gestärkt werden.
- Tourismus wird als Treiber der Lebensqualität gesehen, der eine **gegenseitige Teilhabe** (Einwohner nutzen touristische Infrastruktur, Touristen nutzen auch das Freizeitangebot) ermöglicht.
- **Overtourism** ist in Engelberg derzeit kein akutes Problem, wurde aber vor Corona teilweise so wahrgenommen. Mit vorbeugenden Massnahmen soll die Balance von Qualität und Quantität gut austariert werden, um so die hohe Lebens- und Erholungsqualität zu erhalten. Dazu braucht es eine quantifizierte und qualitative Erhebung der Besucherflüsse sowie ein regelmässiges Monitoring der Schlüsselkennzahlen.
- Der **tiefe Steuerfuss** trägt weiter zur Attraktivität von Engelberg bei.

2.4.7. **Nachhaltigkeit**

- **Vermeidung von Emissionen:** Engelberg ist seit 2011 mit dem Energiestadtlabel ausgezeichnet und hat eine Energiekommission gebildet, welche die Aktivitäten koordiniert und sicherstellt, dass das Energiestadtlabel gehalten werden kann (insbesondere Holzschnitzel-/Fernwärme Heizwerk). Weiter sind die Brunni Bahnen die schweizweit erste und bisher einzige klimaneutrale Bergbahn. Zudem ist Engelberg gut mit dem Zug erreichbar.
- **Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil:** Es gilt die nachhaltigen Errungenschaften auszubauen, besser zu koordinieren und stärker zu kommunizieren. Dazu eignet sich insbesondere das Label Swisstainable des Schweizer Tourismusverbands bzw. von Schweiz Tourismus (Level 1 bis 3). Auch können einheimische Produkte (wie bspw. Alpkäse) besser in die Angebotsgestaltung integriert werden.
- **Anpassungsstrategien an Klimawandel:** Es gilt im Sommer wie im Winter das Angebot zu überdenken und an die neuen Realitäten anzupassen. Schneesicherheit, hohe Lage Hauptskigebiet und Sommerfrische als Chance verstehen.

2.4.8. Digitalisierung

- Es fehlt eine **destinationsübergreifende Strategie** mit klaren Zielen und Verbindlichkeiten.
- Engelberg hat 2023 erfolgreich die **digitale Gästekarte** eingeführt, welche es erlaubt Gästedaten auszuwerten, um zusätzliche Customer Insights zu gewinnen. Die Gästekarten werden an Hotelgäste und Zweitheimische ausgestellt.
- ETT strebt einen datenschutzkonformen **Datenaustausch** (betriebsübergreifenden Customer Journey insights, wovon alle Betriebe profitieren) sowie eine über die Gästekarte hinausgehende Kooperation mit **weiteren grossen Akteuren** (wie bspw. BET, die Brunni Bahnen oder das Hotel Kempinski) an.
- Bei **kleineren Beherbergungsbetrieben** ist eine Integration zurzeit fraglich, da diese mit dem administrativen Zusatzaufwand überfordert wären. Es gilt in einer Strategie zu klären, wie die Digitalisierung **übergeordnet gesteuert** und **zielführend weiterentwickelt** werden kann.
- Ziel ist auf Basis der neugewonnenen Daten **innovative Destinations-Angebote und -Produkte** zu entwickeln, bei welchen der Kundennutzen im Vordergrund steht.



3. Governance der Destinationsentwicklung

3.1. Grundsätzliches Rollenverständnis der Akteure in Engelberg

Akteure	Grundsätzliches Rollenverständnis
Gemeinde (EWG)	Fokus auf Lebensraum und Schaffen von förderlichen Rahmenbedingungen sowie Finanzierung
Dorf- und Destinationsforum ⁴	Sounding-Board zur strategischen Entwicklung von Engelberg, zur Koordination und Vernetzung relevanter Akteure und Projekte.
Kerngruppe Destinationsstrategie ⁵	Controlling/Reporting
ETT	Wirkt als strategischer Leader für alle touristischen Belange in der Destination. Verzahnt und koordiniert EWG und Leistungsträger und setzt definierte Aufgaben und Projekte um.
Leistungsträger ¹	Angebotsentwicklung/-gestaltung (Schaffung von Erlebnissen) und Verkauf/Vermarktung der eigenen Produkte und Dienstleistungen. Positionierung des Leistungsträgers und Steuerung seines Geschäftsmodells.
Kloster	Unterstützung und Lancierung von relevanter Entwicklungsprojekte (insb. im SGF MICE/Bildungstourismus)
Weitere Kommissionen ²	Einflussnahme/beratende Funktion in den jeweiligen Fachbereichen > Die Kommissionen wie Bike, Nordic, Dorfzentrum, Energie, etc. haben heute konkrete Umsetzungsaufträge der EWG.
Verbände ³	Interessenvertretung der jeweiligen Mitglieder

¹ Bergbahnen, Hotels, Gastronomie, Skischulen, Detailhandel etc.

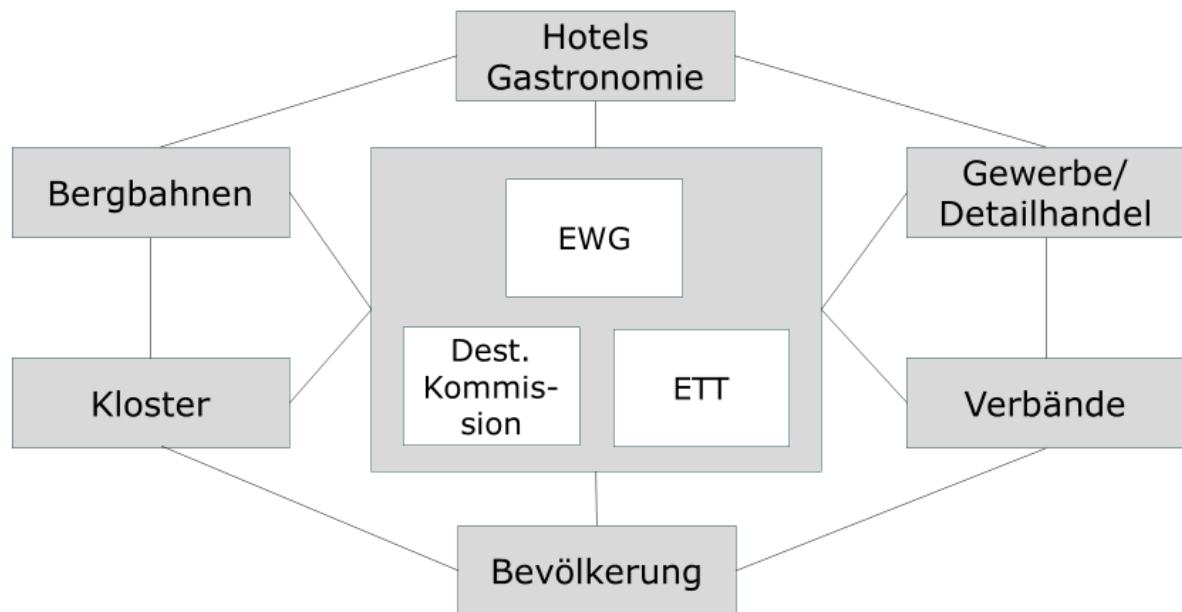
² Baukommission, Betriebskommission Sporting Park, Bike Kommission, Energiekommission, Kommission Attraktivierung Dorfzentrum, Kommission Nordic, Kulturkommission, etc .

³ Gewerbeverein, Hotelierverein, Alpverwaltung, Bürgergemeinde, IG Engelberg, etc.

⁴ Nach Auflösung der Destinationskommission per 1. Juni 2026 wird neu das Dorf- und Destinationsforum aufgebaut.

⁵ Die Kerngruppe besteht aus Engelberg-Titlis-Tourismus und der Einwohnergemeinde Engelberg

3.2. Vorschlag Aufgaben- und Rollenteilung der Destination Engelberg



Erläuterung:

- EWG, DK, ETT sind verantwortlich für die übergeordneten Interessen der Gesamtdestination mit unterschiedlichen Rollen und Perspektiven (Lebensraum, Erlebnisraum).
- Die anderen Anspruchsgruppen verfolgen primär ihre Partikularinteressen.
- Die Destinationsstrategie bildet den übergeordneten Rahmen für alle Anspruchsgruppen für die gemeinsame Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit der Destination Engelberg.
- Zur Bevölkerung gehören auch die Zweitwohnungsbesitzer

Diese Strategie wurde gemeinsam und in Begleitung der Hochschule Luzern durch folgende Institutionen erarbeitet:

Alpverwaltung Engelberg
Brunni-Bahnen Engelberg AG
Bürgergemeinde Engelberg
Engelberg Titlis Tourismus AG
Gewerbe Engelberg
Hotelierverein Engelberg
IG Engelberg
Kloster Engelberg
Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG, BET
Einwohnergemeinde Engelberg