Eventstrategie Lenzerheide 2026 – 2030

Ausgangslage

Die Veranstaltungen sind das primäre Marketing-/Kommunikationsinstrument der Lenzerheide und dienen zusätzlich zur Emotionalisierung des Sports und der Positionierung der Lenzerheide im Bereich Ski, Nordic und Bike. Events vermitteln Kompetenz und Glaubwürdigkeit in dessen Disziplinen. Sie schaffen emotionale Erlebnisse für Gäste und Einheimische, generieren Wertschöpfung, stärken die Bekanntheit und Positionierung und sorgen für nationale und internationale Sichtbarkeit und Strahlkraft.
Die Destination verfügt über ein vielfältiges Eventportfolio mit internationalen Leuchttürmen, etablierten Sportveranstaltungen, Musik- und Publikumsevents sowie regional verankerten Formaten. Diese Vielfalt ist eine grosse Stärke. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an die Organisation, die Finanzierung, die Nachhaltigkeit und die verfügbaren personellen Ressourcen.
Die Eventstrategie 2026–2030 schafft einen gemeinsamen strategischen Rahmen. Sie soll das bestehende Portfolio konsolidieren, gezielt weiterentwickeln und die Wirkung der einzelnen Veranstaltungen für die Destination erhöhen.

Dabei gilt:
Nicht die Anzahl der Events ist entscheidend, sondern deren Wirkung und strategischer Beitrag zur Destination und das Einspielen auf die strategischen Geschäftsfelder (Alpiner Schneesport, Bike, Nordic und Familien).
Wir entwickeln ein ausgewogenes, wirkungsvolles und zukunftsfähiges Eventportfolio, das die Positionierung der Destination stärkt, Wertschöpfung generiert und einzigartige Erlebnisse schafft. Dabei setzen wir auf professionelle Strukturen, starke Partnerschaften, nachhaltige Entwicklung und langfristige Planungssicherheit.

Unser Zielbild

- Im Jahr 2030 verfügt die Destination über ein ausgewogenes, wirkungsvolles und zukunftsfähiges Eventportfolio.
- Internationale Leuchttürme stärken die Bekanntheit und sorgen für eine hohe externe Ausstrahlung.
- Nationale und regionale Veranstaltungen schaffen emotionale Erlebnisse und tragen zur Wertschöpfung bei.
- Neue Formate werden gezielt entwickelt und bestehende Veranstaltungen kontinuierlich weiterentwickelt.
- Die Events sind professionell organisiert, nachhaltig ausgerichtet und eng mit der Destination, ihren Leistungsträgern und Partnern verbunden.
- Event sind ein strategisches Instrument zur Destinationsentwicklung.

Wir schaffen Events, die Menschen bewegen, die Destination stärken und über den Anlass hinaus Wirkung erzeugen.

Lenzerheide Marketing und Support AG
Voa Principala 80 | CH-7078 Lenzerheide | T +41 81 385 57 00 | info@lenzerheide.swiss | lenzerheide.swiss

Strategische Leitprinzipien

Unsere Eventstrategie basiert auf fünf Grundsätzen:

1. Qualität vor Quantität
Wir entwickeln ein fokussiertes und ausgewogenes Eventportfolio. Neue Veranstaltungen werden nicht allein aufgrund ihrer Attraktivität, sondern aufgrund ihres konkreten Beitrags zur Destinationsentwicklung beurteilt, zudem sollen sie strategisch auf das «Next Level» einzahlen.

2. Wirkung statt Einzelbetrachtung
Wir betrachten Events nicht isoliert, sondern als Teil des gesamten Destinationssystems. Entscheidend ist die Wirkung auf Bekanntheit, Wertschöpfung, Gästeerlebnis, Bevölkerung und Partner.

3. Gemeinsam statt nebeneinander
Events entstehen in Zusammenarbeit mit Veranstaltern, Leistungsträgern, Partnern, Gemeinden und weiteren Anspruchsgruppen. Die Destination versteht sich als aktive Partnerin und Plattform für gemeinsame Entwicklung.

4. Nachhaltig und zukunftsorientiert
Nachhaltigkeit wird von Beginn an in die Evententwicklung integriert. Dabei setzen wir auf pragmatische Lösungen, Unterstützung und kontinuierliche Verbesserung.

5. Professionell und effizient
Gemeinsame Strukturen, Prozesse und Kompetenzen schaffen Synergien, reduzieren Doppelspurigkeiten und sichern wertvolles Wissen.

Strategische Handlungsfelder 2026 – 2030

1. Ein starkes und ausgewogenes Eventportfolio
Wir entwickeln unser Eventportfolio strategisch weiter und stärken die unterschiedlichen Rollen der einzelnen Veranstaltungen mit **BIG; SIGNATURE** und **NEW**.
Internationale Grossanlässe wie Weltcup-Veranstaltungen sind wichtige Leuchttürme mit hoher Strahlkraft nach aussen. Eine möglichst regelmässige Verankerung in den jeweiligen Kalendern ist für die langfristige Planung, die Positionierung und die Wertschöpfung der Destination von grosser Bedeutung.
Gleichzeitig bilden etablierte Sport-, Musik- und Publikumsevents die emotionale und erlebnisorientierte Basis des Portfolios. Sie sprechen unterschiedliche Zielgruppen an, stärken die Identifikation mit der Destination und schaffen wiederkehrende Besuchsanlässe.
Zudem sind wir ständig auf der Suche nach neuen Events, die vorwiegend in den Randzeiten durchgeführt werden und somit massgeblich zur Wertschöpfung der Destination beitragen.

Eventkategorien für unser Eventportfolio:

Kategorie	Rolle	Ziel
BIG	Unterstützen die Marktbearbeitungsmassnahmen	Sie sind die Leuchttürme der Destination und wirken als Wahrzeichen mit nationaler und internationaler Strahlkraft. Regelmässigkeit schafft nachhaltige Verankerung, stärkt die Markenidentität und fördert die emotionale Bindung.
SIGNATURE	Sind ein Mittel die Geschäftsfelder / Zielgruppen anzusprechen und durch Emotionen zu binden	Durch gezielte Nutzung von Synergien zwischen Marke, Geschäftsfeldern, Leistungsträgern und Partnern stärken sie die emotionale Markenbindung und schaffen zusätzliche Wertschöpfung
NEW	Auslastung ausserhalb der Hochsaison, neue Gäste	Spielen vollumfänglich auf die Wertschöpfung ausserhalb der Hochsaison ein und müssen sich nicht nur auf die strategischen Ziele der Geschäftsfelder einstellen.

Strategischer Fokus bis 2030:

- Sicherung und Weiterentwicklung der internationalen Leuchttürme (BIG)
- Stärkung etablierter Events mit Entwicklungspotenzial (SIGNATURE)
- gezielte Entwicklung neuer Formate (NEW)
- Ausgewogenheit zwischen Sport, Kultur, Musik und weiteren Erlebnisformaten
- regelmässige strategische Überprüfung des gesamten Eventportfolios

2. Events als Instrument für Wertschöpfung und Saisonentwicklung

Events sollen gezielt zur wirtschaftlichen Entwicklung der Destination beitragen.
Wo möglich, werden Veranstaltungen in Randzeiten und Nebensaisons platziert. Dadurch können bestehende Infrastrukturen besser genutzt, die Aufenthaltsdauer verlängert und zusätzliche Wertschöpfung für die Destination generiert werden.
Die Zusammenarbeit mit Hotels, Gastronomie, Bergbahnen, Handel und weiteren Leistungsträgern wird frühzeitig und aktiv gesucht.

Events werden dort entwickelt, wo sie für die Destination den grössten Mehrwert schaffen können.

Strategischer Fokus bis 2030:

- stärkere Berücksichtigung von Randzeiten und Nebensaisons
- frühzeitige Einbindung der Leistungsträger
- bessere Nutzung bestehender Infrastrukturen
- stärkere Betrachtung der touristischen und wirtschaftlichen Wirkung
- langfristige Planung des Eventkalenders

3. Professionalisierung durch gemeinsame Strukturen
Die Anforderungen an die Organisation von Events nehmen zu. Gleichzeitig sind Ressourcen und Fachwissen begrenzt.
Mit gemeinsamen Strukturen und Plattformen wie **LEO (Lenzerheide Event Organisation)** werden Synergien genutzt, Kosten optimiert und Wissen langfristig gesichert. Erfahrungen aus vergangenen Grossveranstaltungen sollen systematisch dokumentiert und für zukünftige Events zugänglich gemacht werden.
Die zentrale Organisation und Unterstützung von Grossanlässen ermöglicht eine effizientere Nutzung von Ressourcen und schafft ein gemeinsames Verständnis für Qualitätsstandards, Prozesse und Verantwortlichkeiten.

Strategischer Fokus bis 2030:
- Etablierung und Weiterentwicklung gemeinsamer Organisationsstrukturen (LEO für Grossevents)
- Aufbau und Sicherung von Event-Know-how
- Nutzung von Synergien bei Infrastruktur, Personal und Dienstleistungen
- Entwicklung gemeinsamer Standards und Prozesse
- Klare Rollen und Verantwortlichkeiten

4. Starke Partnerschaften und eine aktive Eventgemeinschaft
Die erfolgreichsten Events entstehen dort, wo Veranstalter, Destination, Leistungsträger, Partner und Bevölkerung gemeinsam Verantwortung übernehmen.
Veranstalter, Local Organizing Committees, Leistungsträger, Gemeinden, Sponsoren und weitere Partner werden möglichst früh in die Entwicklung einbezogen. Ziel ist es, gemeinsame Lösungen zu entwickeln, Verantwortlichkeiten zu klären und den Nutzen für alle Beteiligten zu erhöhen.
Die Destination übernimmt dabei eine aktive Rolle: Sie koordiniert, vernetzt, unterstützt und schafft Rahmenbedingungen.

Wir entwickeln Events nicht für die Destination, sondern gemeinsam mit der Destination.

Strategischer Fokus bis 2030:
- frühzeitige und transparente Zusammenarbeit
- klare Rollen und Verantwortlichkeiten
- aktive Einbindung der Leistungsträger
- Stärkung des Netzwerks und des Wissenstransfers
- Entwicklung gemeinsamer Lösungen

5. Nachhaltigkeit als gemeinsamer Entwicklungsprozess
Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil unserer Eventstrategie.
Veranstalter sollen bei der Entwicklung nachhaltiger Lösungen unterstützt und motiviert werden. Dabei geht es nicht um zusätzliche Bürokratie oder starre Vorgaben, sondern um eine gemeinsame Weiterentwicklung der Veranstaltungen.

Im Fokus stehen insbesondere:
- nachhaltige Mobilität und Anreise
- Nutzung bestehender Infrastrukturen
- Energieeffizienz
- Abfallvermeidung und Ressourcenmanagement
- regionale Wertschöpfung
- soziale Verantwortung
- langfristige ökologische Wirkung

Die Destination schafft Orientierung, stellt Hilfsmittel zur Verfügung und unterstützt Veranstalter bei der Umsetzung.

6. Erlebnis, Innovation und Weiterentwicklung
Unser Ziel ist es bestehende Events kontinuierlich weiter zu entwickeln und einzigartige Erlebnisse zu schaffen.

Bei neuen, aber auch bei bestehenden Events stellen wir uns deswegen stets folgende Fragen:

- wie können wir das Next Level erreichen?
- Wie schaffen wir neue Besuchererlebnisse?
- Können digitale Innovationen integriert werden?
- Sollen neue Zielgruppen angesprochen werden?
- Wie binden wir die Events in die Customer Journey sinnvoll ein?
- Bieten wir die Erlebnisqualität, die wir von uns als Next Level Destination erwarten?
- Binden wir die bestehende Infrastruktur und Angebote sinnvoll ein?

Bestehende Events werden kontinunierlich weiterentwickelt und neue Formate werden dort geschaffen, wo sie einen relevanten Mehrwert für die Destination bieten.

Finanzierung und langfristige Planungssicherheit

Eine attraktive Eventlandschaft benötigt eine verlässliche finanzielle Grundlage.
Der **Eventfonds der Ferienregion Lenzerheide** ist dabei ein wichtiges strategisches Instrument. Er schafft Planungssicherheit und ermöglicht es, ein vielfältiges und qualitativ hochstehendes Eventportfolio langfristig zu sichern.
Bis Ende 2028 soll der Eventfonds etabliert und seine Wirkung bestätigt sein. Gleichzeitig wird die Grundlage geschaffen, um eine Weiterführung ab 2029 zu ermöglichen.
Die Finanzierung der Events soll langfristig auf mehreren Säulen beruhen und durch eine Kombination aus öffentlichen Mitteln, Partnerschaften, Sponsoring, Eigenleistungen und weiteren Finanzierungsquellen getragen werden.
Finanzielle Unterstützung wird dort eingesetzt, wo sie einen relevanten strategischen Mehrwert für die Destination erzeugt.
Jede Veranstaltung wird genau geprüft und bewertet und anhand der Ergebnisse in eine Eventstufe eingeteilt. Basierend auf der Stufe (1 bis 4) wird der Unterstützungsbeitrag definiert. Da gibt es bereits ein bestehendes Raster und Bewertungssystem, das einheitlich genutzt wird.

Der Eventfonds ist ein zentraler Bestandteil der Eventstrategie und schafft die notwendige Planungssicherheit für ein attraktives und ausgewogenes Eventportfolio. Er wird weiterentwickelt und soll langfristig gesichert werden.

Strategische Ziele bis 2030

Bis 2030 wollen wir folgende Ziele erreicht haben:

Eventportfolio

- ein strategisch gesteuertes und ausgewogenes Eventportfolio etablieren (BIG, SIGNATURE, NEW)
- internationale Leuchttürme langfristig sichern
- bestehende Events gezielt weiterentwickeln
- neue Events nach klaren strategischen Kriterien beurteilen

Wertschöpfung

- Events gezielt in Randzeiten und Nebensaisons einsetzen
- die Zusammenarbeit mit Leistungsträgern intensivieren
- die wirtschaftliche Wirkung der Events stärker berücksichtigen

Organisation

- gemeinsame Strukturen und Prozesse weiterentwickeln
- LEO als Kompetenz- und Organisationsplattform etablieren im Bereich Grossevents
- Know-how sichern und systematisch weitergeben

Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit als festen Bestandteil der Evententwicklung verankern
- Veranstalter mit praktikablen Instrumenten und Standards unterstützen
- bestehende Infrastrukturen möglichst effizient nutzen

Finanzierung

- den Eventfonds bis 2028 etablieren und langfristig sichern
- die Finanzierung des Eventportfolios auf eine nachhaltige Grundlage stellen

Partnerschaften

- Veranstalter, Leistungsträger und weitere Partner frühzeitig einbinden
- die Zusammenarbeit innerhalb der Eventgemeinschaft stärken
- gemeinsame Verantwortung für die Entwicklung der Destination übernehmen

Governance und Umsetzung

Die Eventstrategie 2026–2030 bildet den strategischen Rahmen für die gezielte und nachhaltige Weiterentwicklung der Eventlandschaft in der Destination Lenzerheide. Sie definiert die gemeinsamen Ziele und Stossrichtungen und schafft eine klare Grundlage für die Planung, Förderung und Weiterentwicklung von Veranstaltungen.

Im Zentrum steht der Aufbau eines ausgewogenen und zukunftsfähigen Eventportfolios. Internationale Leuchttürme sollen langfristig gesichert, etablierte und identitätsstiftende Veranstaltungen gezielt weiterentwickelt und gleichzeitig Raum für neue Formate und innovative Ideen geschaffen werden. Dabei orientieren wir uns konsequent an den Bedürfnissen der Destination, unserer Gäste, der lokalen Bevölkerung sowie unserer Partner.

Events verstehen wir nicht als isolierte Einzelveranstaltungen, sondern als strategisches Instrument der Destinationsentwicklung. Sie schaffen emotionale Erlebnisse und Begegnungen, stärken die Positionierung und Bekanntheit von Lenzerheide, generieren touristische Wertschöpfung und können gezielt dazu beitragen, Frequenzen und Übernachtungen auch ausserhalb der klassischen Hochsaison zu fördern.

Eine erfolgreiche Umsetzung setzt klare Verantwortlichkeiten, verlässliche Prozesse und eine enge Zusammenarbeit zwischen Destination, Gemeinden, Veranstaltern, Leistungsträgern, Bergbahnen, Vereinen und weiteren Partnern voraus. Bestehende Instrumente und Strukturen werden dabei gezielt eingesetzt und weiterentwickelt, um Veranstalter professionell zu begleiten, Ressourcen effizient zu nutzen und Synergien innerhalb der Destination zu schaffen.

Gleichzeitig werden Nachhaltigkeit, Qualität und langfristige Wirkung stärker in die Entwicklung und Beurteilung von Veranstaltungen integriert. Entscheidend ist nicht allein die erfolgreiche Durchführung eines Events, sondern dessen Beitrag zu den übergeordneten Zielen der Destination.

Unser Anspruch ist eine Eventlandschaft, die langfristig Wirkung entfaltet: mit starken Leuchttürmen, eigenständigen Signature Events und neuen Formaten, die Lenzerheide weiterentwickeln. So leisten Events einen nachhaltigen Beitrag zu Erlebnisqualität, Wertschöpfung, Saisonentwicklung und Positionierung der gesamten Destination.