

2.1 Vorwärts mit neuer Strategie

GastroGraubünden schmiedet Pläne für die Zukunft. Der Vorstand hat im Rahmen einer zweitägigen Klausur die Verbandsstrategie für die kommenden fünf Jahre erarbeitet. Im Fokus stehen die Handlungsfelder Nachwuchsförderung, Aus- und Weiterbildung, Innovation sowie Politik & Kooperationen.

Interne und externe Meinungsführer sind sich einig: Die Tourismus-Branche steht vor grossen Umwälzungen, die die Betriebe stark fordern werden. Vor allem der schwindende Nachwuchs und der Mangel an Fachkräften bereiten Sorgenfalten. Zusätzlich ist es aufgrund zunehmender Regulierung schwierig, die Kostenstrukturen effizient zu gestalten und die Profitabilität sicherzustellen. Viele Betriebe fragen sich zudem, wie sie sich klar positionieren und zeitgemäss und gästeorientiert vermarkten sollen. Diese Stimmen aus der Branche dienen als Basis für die neue Strategie von GastroGraubünden.

Schweizweit führend

GastroGraubünden will seine Mitglieder für die erwähnten Herausforderungen stärken und sie in eine gute Marktposition bringen. Marc Tischhauser und Franz Sepp Caluori, Geschäftsführer und Präsident von GastroGraubünden, präzisieren die ambitionierte Vision des Verbands: «In fünf Jahren wollen wir punkto Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit zu den führenden kantonalen Gastronomie- und Hotellerieverbänden der Schweiz gehören. Dadurch entwickeln sich auch die Bündner Betriebe mit an die Spitze.»

<h3>Vision</h3> <p>In Sachen Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit gehört GGR zu den drei führenden Gastronomie- und Hotellerieverbänden der Schweiz. Dadurch entwickeln sich auch die Bündner Betriebe mit an die Spitze.</p>	
<h3>Kompetenz</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Praxisnäher in der Aus- und Weiterbildung • Innovativer in der Fachkräftegewinnung und Nachwuchsförderung • Wirksamer in der Interessenvertretung • Umsetzungsorientierter im Trendscouting • Unterstützender im Netzwerk 	<h3>Nutzen</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Mehr Qualität beim eigenen Produkt • Mehr Gäste im Betrieb • Weniger Kosten und Regulierung
<h3>Werte/Tonalität</h3> <ul style="list-style-type: none"> • Kompetent • Qualitätsbewusst • Praxisnah • Meinungsstark • Kooperativ • Partnerschaftlich 	<h3>Aussehen</h3>
<h3>Markenversprechen/Motto</h3> <p>Wir machen unsere Mitglieder fitter – wer zu GastroGraubünden kommt, sieht weiter und ist einen Schritt voraus.</p>	

Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit

In drei Aspekten will GastroGraubünden führend werden. Erstens: **Qualität**. Der Verband achtet auf eine hohe Qualität bei seinen eigenen Dienstleistungen, Produkten und Prozessen. Er fordert und fördert selbiges aber auch bei seinen Mitgliedern, mit Weiterbildungen, Trendscouting und Beratungen. **Innovation** ist der zweite Aspekt. Das Wort stammt vom lateinischen «innovare», was so viel bedeutet wie «erneuern». GastroGraubünden unterstützt die zielführende Weiterentwicklung von Bestehendem genauso wie auch die Nutzung neuer Möglichkeiten. Dazu will der Verband zum Trendscout werden und die relevanten Phänomene in konkrete Empfehlungen und Werkzeuge für seine Mitglieder übersetzen. In Sachen **Nachhaltigkeit** will GastroGraubünden die Sensibilisierung und Schulung seiner Mitglieder sowie die Umsetzung konkreter Projekte in den Bereichen Foodsave, Regionalität, Aus-/Weiterbildung sowie Nachwuchsförderung und Rahmenbedingungen vorantreiben.

Vier Handlungsfelder

Der Verband ist überzeugt, dass es für den Markterfolg seiner Mitglieder vor allem genügend und gut ausgebildetes Personal braucht. Als erstes Handlungsfeld legt GastroGraubünden deshalb den Fokus auf seine **Aus- und Weiterbildungsangebote**. «Wir möchten die Teilnehmerzahl an unserer Fachschule für Hotellerie und Gastronomie in Chur mittelfristig mehr als verdoppeln», sagt Marc Tischhauser. «Unsere Angebote sind von Gastronomen für Gastronomen gemacht. Die Praxisnähe zeigt sich auch dadurch, dass die Teilnehmenden das Gelernte bereits im Kurs in die Tat umsetzen.» Neu hinzu kommen Kurse für Mitarbeitende ohne Grundausbildung in der Hotellerie und Gastronomie. Zudem werden ausgewählte Kurse nach Bedarf neu auch dezentral in den Regionen angeboten. Das zweite Handlungsfeld ist die **Nachwuchsförderung**. Künftig sollen mehr Lernende für eine Ausbildung begeistert werden. Dazu führt GastroGraubünden erfolgreiche und innovative Projekte weiter und kommuniziert sie mit Kampagnen nach innen und aussen. Im Bereich **Politik und Kooperationen** möchte GastroGraubünden die politische Vernetzung des Verbandes sowie die Interessenvertretung der Branche durch politisch aktive Hoteliers und Gastronomen fördern. Ebenso ist die Vertiefung der Kooperationen mit hotellerie-suisse Graubünden und anderen Bündner Verbänden ein wichtiges Anliegen des Vorstandes. Das vierte Handlungsfeld **Innovation** ist oben bereits erwähnt.

«Unsere Neuausrichtung ist ein ehrgeiziges Projekt und die Ziele sind bewusst hoch gesteckt», räumt Franz Sepp Caluori ein und Marc Tischhauser ergänzt: «Wir sind verpflichtet, für unsere Mitglieder das Beste rauszuholen, deshalb arbeiten wir mit viel Freude und Elan an der Umsetzung dieser Strategie.»

