



Tourismusrat Sils – hält den strategischen Kompass über den Alltag hinaus und bündelt lokale Perspektive und den Blick von aussen– immer mit Fokus auf die langfristige Positionierung und Strategie von Sils als einzigartige Tourismusdestination.

Im Rahmen der neuen Organisation des Tourismus in Sils wird ein Tourismusrat gegründet mit sieben Mitgliedern. Mit einem breiten Mix an Fähigkeiten und Kompetenzen sowie strategischem Gestaltungsspielraum und -verantwortung ist er Zukunftsmotor für den Tourismus in Sils. Der Tourismusrat stellt Expertise, Verankerung sowie Vernetzung sicher und gewährleistet die laufende Weiterentwicklung. Er sorgt dafür, dass Strategien, Projekte und Ideen Wirkung erzielen.

Mitglieder zeichnen sich aus durch Sensibilität für die lokale Identität und den sanften touristischen Charakter von Sils. Bezüge zu Sport, Kunst, Kultur, Literatur oder Philosophie schaffen Mehrwert wie auch Respekt vor der Natur und der sensiblen Landschaft.

Sie verfügen über strategisches Denken, eine touristische Gesamtsicht und -verantwortung sowie Rollenverständnis und Teamfähigkeit. Dialog- und Konfliktfähigkeit, kritische Loyalität sowie Verbindlichkeit runden das Profil ab. Das zeitliche Engagement mit rund 4 Sitzungen pro Jahr beträgt ca. 50 Stunden.

Eine Vertretung Gemeindevorstand Sils, Ressortvorsteher/in Tourismus

Bildet das direkte Scharnier zur Gemeinde als Eignerin und Rahmengeberin. Sichert die politische, rechtliche und finanzielle Machbarkeit von Projekten und vertritt das übergeordnete öffentliche Interesse der Gemeinde und seiner Bevölkerung.

Besetzungsrisiko: Dominanz der Verwaltungslogik oder Vermischung von politischer Aufsicht und operativer Führung.

Drei Vertretungen Verein Sils Tourismus

Bringen die lokale Markt- und Betriebsrealität ein und repräsentieren Leistungserbringer. Sie bilden die Silser Herkunft und das Erbe - die DNA -, ab. Sie sorgen für lokale Verankerung und Netzwerke und schaffen Kontakt zu wichtigen Anspruchsgruppen.

Person 1 bringt Beherbergungs- und Gastronomiekompetenz (von der Luxushotellerie über kleinere Hotels bis zu Ferienwohnungen) ein mit Blick auf eine hohe Dienstleistungs- und Aufenthaltsqualität.

Person 2 bringt lokale Gewerbe- und Landwirtschaftskompetenz ein mit Blick auf breite Unterstützung und hohes Engagement auch der Sportanbieter.

Person 3 bringt Bezüge insbesondere zu Sport- oder Kulturmanagement ein mit Blick auf die touristische Tradition und die touristischen Aktivitäten.

Besetzungsrisiko: Einzelbetriebliche Interessen werden mit Gesamtinteresse verwechselt; Fokus nur auf ein Preissegment / Partikularinteressen, Besitzstandswahrung oder zu enge Perspektiven eines einzelnen Gewerbebezugs / Nostalgische Bewahrung ohne Entwicklungswillen oder Kultur bzw. Sport als isoliertes Spezialinteresse.

Zwei externe Tourismus-Fachpersonen

Verfügen über eigene strategische oder operative Erfahrung im Tourismus-Management und bringen einen wertvollen Blick von aussen ein. Marke und Marketing, Besucherlenkung, Angebotsportfolio und Produkteentwicklung oder Projektkompetenz sind wichtige Schwerpunkte. Kompetenz in Digitalisierung und Wirkungsmessung ergänzen das Profil.

Inhaltlich sind Nachhaltigkeit, Öko-Tourismus oder Gesundheit wichtige Zukunftsthemen.

Person 1 ist zum Beispiel Expert/in für Nachhaltigkeit und sanften Tourismus, um die Positionierung von Sils weiterzuentwickeln.

Person 2 ist zum Beispiel Expert/in für Digitalisierung und datenbasierten smarten Tourismus und bringt Innovationskraft mit ein.

Besetzungsrisiko: Fachposition ohne Verständnis für Gäste, Betriebe, Finanzen und politische Realitäten / Technologiefokus ohne Nutzenlogik oder Anschlussfähigkeit an kleine lokale Organisationen.

Eine Vertretung von Engadin Tourismus

Sorgt für den Bezug zur regionalen Strategie und den Abgleich mit der Positionierung von Sils und stärkt die regionale Vernetzung. Unterstützt den strategischen Fokus mit Ergänzungen zu Marke und Marketing, Angebotsportfolio und Produkteentwicklung oder Digitalisierung und Besucherlenkung. Benchmarks und Erfahrungen aus anderen Destinationen runden das Profil ab.

Besetzungsrisiko: Zu starke Dachmarkenlogik oder fehlende Bereitschaft, das eigenständige Profil von Sils zu schützen.

Sils, 23.07.2026

Kompetenzmatrix Tourismusrat Sils – Zielbild für sieben Sitze

M = zwingender Rekrutierungsschwerpunkt des Sitzes | K = ergänzende Kompetenz

Personen	Sitz 1 Gemeinde	Sitz 2 Verein	Sitz 3 Verein	Sitz 4 Verein	Sitz 5 Extern	Sitz 6 Extern	Sitz 7 ET
Kompetenzfeld							
Strategisches Destinationsmanagement & Positionierung, Benchmarking					K	K	M
Strategische oder operative Tourismusmanagement-Erfahrung					M	M	M
Lokale Markt- und Betriebsrealität		M	M	M			
Hotellerie, Beherbergung & Ferienwohnungen		M					
Detailhandel, Gewerbe & Landwirtschaft			M				
Gastronomie und Kulinarik		M					
Silser Herkunft und Erbe		K	K	K			
Sport			K	K	K	K	
Kunst, Kultur, Literatur, Philosophie			K	K	K	K	
Natur, Landschaft, Nachhaltigkeit, Öko-Tourismus			K	K	K	K	
Gesundheit und Erholung					K	K	
Marke, Marketing, Kommunikation & Profilierung					K	K	K
Angebotsportfolio und Produktentwicklung					K	K	K
Gästeperspektive, Customer Journey, Besucherlenkung					K	K	K
Digitalisierung, Daten & Wirkungsmessung					K	K	K
Gemeinde, Politik, Finanzen, Recht & Infrastruktur	M						
Regionale Vernetzung	M						M
Organisations-, Projekt- & Governancekompetenz	M				K	K	K
Lokale Netzwerke, Akzeptanz & Stakeholder-Verständnis	M	K	K	K			
Mann / Frau							

Grund-Kompetenzen für alle Personen:

strategisches Denken / Gesamtsicht und -verantwortung / Rollenverständnis und Teamfähigkeit / Dialog- und Konfliktfähigkeit, kritische Loyalität / Verbindlichkeit und Verfügbarkeit / Lokale Sensibilität