



Check-in



Liebe Leserin,
lieber Leser

Seit rund einem halben Jahr leite ich die Direktion für Standortförderung – eine Aufgabe voller spannender Aktivitäten!

Die Tourismuspolitik des Bundes stellt einen integrierten Bestandteil der Standortpolitik des Bundes dar. Natur und Städte sind Rohstoffe, auf denen der Schweizer Tourismus basiert. Um aus solchen Rohstoffen touristische Angebote und Dienstleistungen zu produzieren, braucht es sowohl die Wirtschaft als auch die öffentliche Hand.

Der Tourismusstandort Schweiz besitzt ausgeprägte Stärken. Die geografische Lage, die politische und wirtschaftliche Stabilität sowie die vorteilhaften Rahmenbedingungen für die Ansiedlung von Firmen haben insbesondere dem Geschäftstourismus viel Elan verliehen.

Dennoch steht die Tourismuswirtschaft vor grossen strukturellen Herausforderungen – und der Bund will sie dabei unterstützen. Natürlich muss die Branche den anstehenden Strukturwandel in erster Linie selber angehen. Wir sehen unsere Aufgabe primär darin, Anreize zu setzen, beispielsweise für verstärkte Kooperationen zwischen den touristischen Anbietern.

Der Schweizer Tourismus braucht in einem nicht einfachen Umfeld mehr denn je Pionierprojekte, Optimismus, Mut und Beharrlichkeit. Ich erwarte und bin zuversichtlich, dass sich die Tourismusakteure auch in Zukunft gerade dadurch auszeichnen werden.

Dr. Eric Jakob
Botschafter, Leiter Direktion für
Standortförderung

Schwerpunkt: Mobilität

Fokus Politik

1 | Kombinierte Mobilität

Best Practice

3 | Bodensee
4 | Seeland
5 | Schweizer Pärke
6 | Autofreie Destinationen

Fokus Wissenschaft

7 | Emotionen wecken



Tourismus an Land und auf dem Wasser: Die kombinierte Mobilität hat im Tourismus einen besonders hohen Stellenwert.

© Bieleree-Schiffahrts-Gesellschaft AG

Fokus Politik: kombinierte Mobilität fördern

Verkehr und Tourismus im Einklang

Die Mobilität spielt im Tourismus eine zentrale Rolle. Destinationen müssen gut erschlossen sein. Der Bund und damit auch das SECO setzen auf kontinuierliche Koordination zwischen Tourismus- und Verkehrspolitik.

Davide Codoni, SECO

Die verkehrliche Erreichbarkeit und die Verkehrsinfrastruktur vor Ort sind massgebend für die Wettbewerbsfähigkeit einer Tourismusregion oder -destination. Dass alpine Tourismusregionen gut erschlossen sein sollen, hält das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) im

Sachplan Verkehr fest. Das UVEK definiert damit dieses tourismuspolitische Anliegen als explizites Ziel der Verkehrsinfrastrukturpolitik des Bundes.

Kombinierte Mobilität

Die kombinierte Mobilität im Personenverkehr besitzt im Tourismus einen besonders hohen Stellenwert. Darunter wird die Kombination verschiedener Mobilitätsformen verstanden: Verkehr auf den Strassen, auf den Schienen, in der Luft oder auf dem Wasser. Dank kombinierter Mobilität können die Akteure des Schweizer Tourismus ihren Gästen umfassende Dienstleistungspakete anbieten. Damit verfügen sie über einen internationalen Standortvorteil. ▶▶

Fokus Politik: kombinierte Mobilität fördern

Mit dem Postauto unterwegs im Regionalpark Chasseral.



© Parc régional Chasseral

Kombinierte Mobilität ist ein internationaler Standortvorteil.

► Die Förderung der kombinierten Mobilität ist ein wichtiges Element der schweizerischen Verkehrspolitik.

Langsamverkehr

Das Bundesamt für Verkehr ist für die Förderung des Langsamverkehrs – Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skaten und Kanufahren – zuständig. Die Fördermassnahmen sollen den Verkehr nachhaltiger machen. Der Langsamverkehr ist auch Schwerpunkt der Tourismusstandortförderung des SECO. SchweizMobil ist eines der erfolgreichsten Projekte, die von Innotour unterstützt wurden. In den Regionen wurden dadurch zahlreiche Anschlussprojekte initiiert.

Mobilitätsprojekte fördern

Das Dienstleistungszentrum für innovative und nachhaltige Mobilität unterstützt – unter anderem um die Massnahme «Innovationen fördern» zu erfüllen – weitere Mobilitätsprojekte, die teils einen starken Bezug zum Tourismus aufweisen. Dieses Dienstleistungszentrum wird vom Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) und dem UVEK getragen.

Austausch und Koordination

Die involvierten Bundesstellen pflegen einen regelmässigen Informationsaustausch. Dadurch ist zum einen eine Koordination zwischen der Tourismus- und der Verkehrspolitik gewährleistet. Zum anderen stärkt der kontinuierliche Austausch die Bedeutung des öffentlichen Verkehrs und des Langsamverkehrs für den Tourismus. Dazu trägt auch die Koordinationsgruppe «Freizeitverkehr» des Bundesamts für Raumentwicklung bei. Die Gruppe wurde anlässlich der Verabschiedung der «Strategie Freizeitverkehr» gegründet (siehe Kasten). Sie fördert den Austausch zwischen den verschiedenen Bundesstellen, die einen Bezug zum Thema Freizeitverkehr haben. Zudem suchen die Mitglieder der Koordinationsgruppe nach Lösungen, um die in der Strategie genannten Massnahmen umzusetzen.

Brachliegendes Potenzial

Im Freizeitverkehr schlummert ein beträchtliches Potenzial: Pro Tag könnten rund 26 Millionen Kilometer Autofahrten mit dem öffentlichen Verkehr zurückgelegt werden. Das entspricht einer Strecke

Nachhaltiger Freizeitverkehr

Im August 2009 verabschiedete der Bundesrat die «Strategie Freizeitverkehr», die Massnahmen für einen nachhaltigeren Freizeitverkehr in der Schweiz definiert. Die Strategie umfasst folgende Schwerpunkte:

- Verbesserte organisatorische Einbettung/Schaffung eines Kompetenzzentrums für Freizeitverkehr
- Prüfung der Handlungsmöglichkeiten für eine aktivere Standortpolitik bezüglich freizeitrelevanten, verkehrintensiven Einrichtungen
- Überprüfung der ausgeschöpften Potenziale im öffentlichen Verkehr
- Förderung von Innovationen
- Kurze Wege
- Konzentration auf den Freizeitverkehr in der Agglomeration
- Konzentration auf die wichtigsten Bereiche des Freizeitverkehrs

von 646 Erdumrundungen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, die das ARE 2012 in Auftrag gegeben hat und die von der Koordinationsgruppe «Freizeitverkehr» begleitet wurde. ■

Best Practice: Bodensee

Attraktionen im Halbstundentakt

Die Tourismusorganisationen am Schweizer Ufer von Bodensee und Rhein entwickeln gemeinsam touristische Angebote. Die Mobilitätspartner spielen dabei eine wichtige Rolle.

Jasmine Forster, Thurgau Tourismus

Mit dem Zusammenschluss mehrerer Tourismusorganisationen auf der deutschen Seite des Bodensees im April 2013, hat der Konkurrenzdruck auf die benachbarten Tourismusorganisationen in der Schweiz stark zugenommen. Um auf dem Tourismusmarkt am Bodensee bestehen zu können, benötigen Schaffhauserland Tourismus, StGallen-Bodensee Tourismus und Thurgau Tourismus ein klares Profil und eine deutlichere Positionierung. Deshalb entwickeln sie neu gemeinsame tou-

ristische Produkte. Dabei arbeiten sie eng mit den Schifffahrtsgesellschaften, der Regionalbahn Thurbo AG, der Tour de Suisse Rad AG und Schweiz Mobil zusammen. Zudem verknüpfen sie auch bestehende regionale Angebote, um den Gästen umfassende, gebündelte und überregionale Produkte anzubieten. Meist stehen die Angebote im Zusammenhang mit den beiden wichtigsten Themen der Region: «Wasser und Natur» sowie «Langsamverkehr».

Die Seelinie verbindet

Die Mobilitätsakteure spielen eine wichtige Rolle: Sie erschliessen die Tourismusregion Bodensee und Rhein. Die Seelinie der Regionalbahn Thurbo AG verbindet die Region vom Rheinfluss bis nach Rorschach, entlang zahlreicher Attraktionen. Die Züge verkehren im Halbstundentakt. Die vielen Orte mit historischen Zentren laden zu Entdeckungstouren ein: Kulturell Interessierte besichtigen Museen, und Feinschmecker geniessen lokale Spezialitäten in heimeligen Restaurants. Die Bahnreise auf der Seelinie lässt sich auch optimal mit einer Schifffahrt kombinieren, wobei ein weiterer Mobilitätsakteur zum Einsatz kommt. Da die Regionalbahn Thurbo AG mit der Seelinie alle drei Tourismusregionen verbindet, nimmt sie im Projekt – gemäss dem Modell Destinati-

onsmanagement-Organisations-Entwicklung dritter Generation – die Rolle des sogenannten Systemkopfs ein.

Der Bodensee als Freizeitpark

Das vielversprechende und wichtige Projekt am Bodensee startete im September 2012 und befindet sich noch in der Aufbauphase. Mit dem Magazin «Bodensee Schweiz-Spezial» ist ein erstes erfolgreiches Produkt entstanden. Die Publikation vermittelt zahlreiche touristische Informationen aus dem Gebiet zwischen St. Margrethen und dem Rheinfluss sowie aus dem angrenzenden Einzugsgebiet. Ein Artikel titelte beispielsweise «Thurbo – die Bahn mit 36 Hop-on-/Hop-off-Haltestellen». Ein wichtiger Bestandteil des Magazins ist die Übersichtskarte «Freizeitpark Bodensee», die zusätzliche Informationen bietet. Weitere Projekte sind geplant oder werden zum Teil bereits umgesetzt.

Alle in die gleiche Richtung

Es ist eine grosse Herausforderung, die unterschiedlichen Bedürfnisse der involvierten Projektpartner bei der Projektarbeit zu berücksichtigen. Dies ist nur mit einer koordinierten und strukturierten Zusammenarbeit möglich. Um die Projektziele zu erreichen, müssen alle Partner am gleichen Strick ziehen. ■

Panorama

Pluspunkt Innotour: Um auf dem Tourismusmarkt am Bodensee zu bestehen, benötigt die Tourismusregion Schweizer Bodensee und Rhein ein klares Profil und eine deutlichere Positionierung.

Projektdauer: 2012–2015

Kontakt: Thurgau Tourismus,
Egelmoosstrasse 1, 8580 Amriswil,
T +41 71 414 11 44,
www.thurgau-tourismus.ch



Überregionale, starke Angebote:
Die Seelinie verknüpft die Tourismusattraktionen am Bodensee.

Best Practice: Seeland

Auf und um den See

See und Land gehören zusammen. Davon sind die Tourismusorganisationen im Seeland überzeugt und setzen deshalb bewusst auf Angebote, die Wasser und Festland verbinden.

Thomas Erne, Bielersee Schifffahrts-Gesellschaft

In jedem schönen Stück Natur steckt touristisches Potenzial. Noch mehr Möglichkeiten entstehen, wenn zwei Landschaftsformen verknüpft werden. Zu dieser Erkenntnis sind auch die Initianten des Projekts «See und Land» gelangt. Der Verein «seeland.biel/bienne», Aare Seeland Mobil und die Bielersee Schifffahrts-Gesellschaft (BSG) setzen voll und ganz auf kombinierte Angebote. Mit ihrem Projekt wollen sie Produkte und Strukturen schaffen, welche die touristischen Angebote an Land und auf dem Wasser ideal miteinander verbinden. Im Vordergrund steht die konstruktive Zusammenarbeit und nicht die Verteilung von Kosten. Letztlich sollen die Kombiangebote auf beiden Seiten den Umsatz steigern. Dabei setzen die Projektträger, zu denen auch die Gemeinden des Seelands zählen, auf nachhaltige Massnahmen.

Längster Wasserweg der Schweiz

Im Rahmen des Projekts «See und Land» sind bereits konkrete Angebote entstanden. So können Gäste beispielsweise den «längsten Wasserweg der Schweiz» zurücklegen. Diese dreitägige Schifffahrt auf der Aare von Solothurn bis nach Murten mit Übernachtungen im Hotel verzeichnete bereits im ersten Jahr über 70 Buchungen. Ebenfalls erfolgreich etabliert hat sich das Dinner-Theater auf dem Schiff. Dieses Angebot wurde ursprünglich für das Rousseau-Jahr 2012 lanciert.

Panorama

Pluspunkt Innotour: Das Projekt «See und Land» verknüpft touristische Dienstleistungen, die auf und rund um den Bielersee erbracht werden, zu neuen Produkten.

Projektdauer: 2010–2011

Kontakt: Bielersee-Schifffahrts-Gesellschaft AG, Badhausstrasse 1a, Postfach, 2501 Biel, T +41 32 329 88 11, www.bielersee.ch

Aufgrund der grossen Nachfrage gehört es heute zum festen Angebot der Projektpartner.

Führungen an Land und zu Wasser

Touristische Angebote an Land und die Schifffahrt profitieren voneinander. Deshalb bieten die BSG und die Tourismusorganisationen des Seelands in Orten mit Schiffsanschluss und auf der Petersinsel insgesamt 50 Führungen an. Zudem können die Passagiere an Bord der Schiffe Audio-Player ausleihen, die während der Fahrt über GPS in die Geschichte der Region einführen.

Regionale Produkte fördern

Das Projekt «See und Land» stärkt den regionalen Zusammenhalt: Um einheimische Produzenten zu fördern, aber auch um die eigene gastronomische Identität zu stärken, bezieht die BSG Wein, Gemüse, Käse und weitere Lebensmittel ausschliesslich aus der Region. In Kooperation mit Winzern werden Schifffahrten zu Weindegustationen an Land angeboten. Sonderfahrten führen auch zu Treberwurst- und Wildessen. Vorerst einmalig haben die Projektpartner mit einer Schul-

Die Bielersee-Schifffahrts-Gesellschaft

Die Schiffe der Bielersee-Schifffahrts-Gesellschaft AG (BSG) verkehren auf dem Bieler-, dem Neuenburger- und dem Murtensee sowie auf der Aare. Die fahrplanmässige Kursschifffahrt zählt jährlich über 350'000 Passagiere. Die Flotte der BSG umfasst acht Schiffe mit einer Kapazität von 150 bis 700 Personen.

klasse eine Intensivwoche rund um den Bielersee veranstaltet: Die Schüler wurden mit Lehrmaterial ausgerüstet, fuhren mit einem Schiff verschiedene Orte an und übernachteten jeweils in Jugendlagerhäusern. Bereits als Angebot etabliert haben sich die Sonderfahrten mit professionellen Fotokursen und -wettbewerben.

Zufriedene Gäste

Mit einer Kundenbefragung haben die Projektpartner detaillierte Daten zum Gästeverhalten gewonnen. Die Resultate dieser Befragung unterstreichen die Bedeutung des Tagestourismus. Die durchschnittliche Anfahrtszeit der Gäste liegt bei eineinhalb Stunden. Fast 60 Prozent der Gäste reisen mit Bahn oder Bus an. Weitere Erkenntnisse der Umfrage sind ein wachsender Anteil neuer Kunden und die erfreulich hohe Kundenzufriedenheit. ■



© Bielersee-Schifffahrts-Gesellschaft AG

Die Drei-Seen-Fahrt als Hörtour erleben.

Best Practice: Schweizer Pärke



Entspannt in die Pedale treten: auf einem Elektroveo am Dittligsee im Naturpark Gantrisch.

© Terence Du Fresne für Bern Tourismus

tiven Karte auf www.paerke.ch finden die Besucher alle ÖV-Haltestellen innerhalb der Pärke. Die im Verlauf des Julis 2013 verfügbare Schweizer Pärke-App mit Top-Wandervorschlägen in Pärken wird zudem mit der mobilen Website der SBB verlinkt.

Mit dem Elektroveo unterwegs

Die Schweizer Pärke setzen darüber hinaus auf den Langsamverkehr und kreieren dabei vielfältige Angebote, wie zum Beispiel Routen für Elektroveos. In einem Pilotprojekt definierte das Binntal Qualitäts- und Sicherheitsstandards, legte attraktive Routen fest und liess diese dann von Experten der Pro Velo Schweiz prüfen. Die Erkenntnisse daraus kommen nun auch anderen Pärken zugute. In zwölf Pärken sind so neue E-Bike-Routen entstanden. Dank der Kooperation des Netzwerks Schweizer Pärke mit Biketec und Rent a Bike können Raiffeisenmitglieder dieses Jahr FLYER-Ektroveos mit einem Rabatt von 50 Prozent mieten, um die «Schnupper-Routen» oder «Routen für Geübte» in den Pärken zu entdecken.

Die Natur umweltverträglich erschliessen

Nationalpärke, Naturpärke und Naturerlebnispärke sind die ursprünglichsten Natur- und Kulturlandschaften der Schweiz und gleichzeitig Modelregionen für die nachhaltige Entwicklung. Deshalb ist es besonders wichtig, dass sie für Besucher umweltverträglich erreichbar sind. Dies bedeutet in erster Linie eine gute Anbindung an die öffentlichen Verkehrsmittel. Aber auch der Langsamverkehr spielt eine wichtige Rolle – vor allem bei der Gestaltung neuer Angebote.

Tina Müller, Netzwerk Schweizer Pärke

Mancher Parkbesucher stellt sich bei seiner Reiseplanung die Fragen: «Wie komme ich dort hin? Wie bewege ich mich vor Ort?» Fragen, die auch die Schweizer Pärke beschäftigen, stehen sie doch für umweltfreundlichen, naturnahen Tourismus. Das Netzwerk Schweizer Pärke hat die nachhaltige Mobilität daher zum Angebotsschwerpunkt erklärt. Innotour unterstützt die entsprechenden Bemühungen bis 2015.

Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr

Ein wichtiges Kriterium für die Entwicklung neuer Angebote von Schweizer Pärken ist die Erreichbarkeit mit umweltschonenden Verkehrsmitteln. Vom Wasserspielplatz im Diemtigtal bis zur geführten Exkursion am Doubs: Alle Angebote sollen mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder im Langsamverkehr (Wandern, Velofahren) erreichbar sein. Wo das Angebot grösserer Transportorganisationen fehlt, erschliesst der Verein «Bus alpin» die letzte Meile. Um den Schneeschuh- und Winterwanderern ihre Reise zu erleichtern, starten die Schweizer Pärke im nächsten Winter zudem eine Kooperation mit dem AlpenTaxi von mountain wilderness.

Die Gäste leiten

Die Dachorganisation der Schweizer Pärke legt in ihrer Kommunikation grosses Gewicht auf die Vernetzung mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Auf Plakaten und Prospekten beispielsweise werden nicht Strassenverbindungen sondern Bahn- und Buslinien publiziert. Auf der interak-

Starke Kommunikationspartner

In der Kommunikation über den Langsamverkehr kooperiert das Netzwerk Schweizer Pärke mit bekannten nationalen Organisationen: SchweizMobil präsentiert ihre Best-off-Routen in den Pärken, die Schweizer Wanderwege bieten eine Wanderbox mit 60 Wanderungen an und die Plattformen GPS-Tracks und Global Trail informieren über Schneeschuhtouren sowie Winterwanderungen. Ab nächstem Jahr können über die Plattform SwissTrails zudem attraktive Mehrtages-Packages in den Pärken gebucht werden. Dank der Unterstützung von Innotour hat das Netzwerk Schweizer Pärke in kurzer Zeit qualitativ hochstehende, attraktive und parkübergreifende Angebote entwickelt sowie wertvolle Kooperationen mit kompetenten Partnern etabliert. ■

Panorama

Pluspunkt Innotour: Die Schweizer Pärke entwickeln gemeinsam attraktive, qualitativ hochstehende Angebote im Natur- und Kulturtourismus.

Projektdauer: 2012–2015

Kontakt: Netzwerk Schweizer Pärke, Monbijoustrasse 61, 3007 Bern, T +41 31 381 10 71, www.paerke.ch

Best Practice: autofreie Destinationen

Autofrei allein genügt nicht

Auch autofreie Destinationen sind mit dem zunehmenden Mobilitätsbedürfnis der Gäste konfrontiert. Eine grössere Verkehrsbelastung ist die Folge. Fünf Mitglieder der Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte haben dieses Problem erkannt und suchen jetzt gemeinsam nach sanften Mobilitätslösungen – von neuen Gepäckwagen bis zu Kutschenfahrten.

Ivan Steiner, Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte

Die Verkehrssituation in vielen eigentlich autofreien Destinationen ist unbefriedigend. Mit dem starken Wachstum der Tourismusorte und den zahlreichen Ausnahmegewilligungen für Bau- und Berglandwirtschaft ist die Verkehrsbelastung in den vergangenen Jahren zum Teil stark angestiegen. Autofreie Ferienorte sind trotzdem sehr beliebt. Dies unterstreichen die Resultate einer Umfrage der ARGE solèr/cebulla und der Hochschule Luzern. Ein Grossteil der Touristen entscheidet sich ganz bewusst für autofreie Destinationen.

Sanfte Mobilität

Fünf Mitglieder der Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte (GaST) haben dieses Potenzial erkannt und sich im Projekt «Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen» zusammengeschlossen. Bis Ende 2014 wollen sie auf der Bettmeralp, der Riederalp, der Rigi und auf dem Stoos die Verkehrssituation, den Gepäcktransport sowie die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr verbessern. Zudem prüfen sie neue Angebote im Bereich der sanften Mobilität.

Panorama

Pluspunkt Innotour: Fünf Mitglieder der Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte wollen das Potenzial der sanften Mobilität noch besser ausschöpfen.

Projektdauer: 2012–2014

Kontakt: Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte (GaST), c/o Morschach-Stoos Tourismus, Stooshorn 1, 6433 Stoos, T +41 41 818 08 80, www.auto-frei.ch

Autofrei und mehr

Die Stärken von autofreien Destinationen müssen noch besser genutzt werden. Für den Gepäcktransport vor Ort suchen die beteiligten Destinationen neue Lösungen. Ein lokaler Schreiner beispielsweise entwirft einen neuen Handwagen aus Holz, die Hoteliers und grossen Ferienwohnungsanbieter engagieren sich für einen reibungslosen Transport des Gepäcks ihrer Gäste, und die lokalen Transport- und Taxiunternehmen wollen die Qualität ihrer Dienstleistungen steigern. Auf Rigi-Kaltbad steht eine neue Verbindung mit einem Elektrotaxi zur Diskussion – vom neuen Thermalbad in Richtung Arth Goldau/Zürich. Zudem nehmen die Beteiligten an diversen Orten wieder Kutschenfahrten und Reitangebote auf.

Selbstbedienungsluftseilbahn

Das Projekt «Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen» thematisiert auch die Erreichbarkeit der autofreien Orte. Zu den Randzeiten sind die Destinationen mit der Seilbahn nur ungenügend erreichbar. Auch in diesem Bereich werden innovative Lösungen gesucht. So prüft die Luftseilbahn Morschach-Stoos ein Selbstbedienungssystem mit Jetons. Auf

Innovationslabor für die Zukunft

Ende 2013 werden die Initianten des Projekts «Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen» das sogenannte Innovationslabor gründen. Damit wollen sie zusammen mit den Fachhochschulen Rapperswil und Chur eine Plattform für Innovationen im Bereich der touristischen Mobilität und Klimaschutz realisieren.

den kommenden Winter hin wird die Verbindung zwischen der Riederalp und der Bettmeralp ausgebaut. Und alle Destinationen suchen nach verkehrsplanerischen Verbesserungsmöglichkeiten innerhalb ihrer Ortschaften. Die Verantwortlichen auf der Riederalp und der Bettmeralp denken konkret über eine Begegnungszone und ein Informationsleitsystem für Fussgänger nach.

Für die Zukunft

Mit dem Abschluss aller Massnahmen im Winter 2013/2014 planen die Initianten ein sogenanntes Innovationslabor zu gründen. Dieses soll langfristig den Transfer guter Ideen und die Weiterentwicklung der sanften Mobilität in alpinen Destinationen sicherstellen. ■

Auch die autofreie Destination Stoos sucht bessere Mobilitätslösungen.



Fokus Wissenschaft: Emotionen wecken

Atmosphären statt Dienstleistungen schaffen

Im Tourismus bedeutet Mobilität mehr, als bloss von A nach B zu kommen. Die Gäste wünschen sich emotionale Erlebnisse. Sie suchen kombinierte Angebote, die Atmosphären schaffen, in denen sie sich wohl fühlen.

Dr. Widar von Arx, Hochschule Luzern

Die Freizeit ist diejenige Zeit, in der wir nicht den Zwängen der Arbeitswelt unterworfen sind. Entsprechend erwarten wir von der Freizeit ein Gegenprogramm zur Alltagswelt. In den Anfängen der Freizeitkultur stand die körperliche Regeneration von der harten Arbeit im Vordergrund. Bald wurde Freizeit zum Konsumprodukt, das dem «Abschalten» diene. Heute ist eine Vermischung von Freizeit und Arbeit zu beobachten.

Mobilität, definiert als die Beweglichkeit des Menschen im Raum, ist die unabdingbare Voraussetzung, um in der Freizeit die gewünschten Orte und Menschen zu erreichen, den eigenen Körper zu bewegen oder das Unterwegssein zu geniessen. Mobilität ist weder auf einen

Verkehrsträger noch auf einen Reisezweck beschränkt. Kurz: Mobilität ist die Antwort auf Bedürfnisse, die ganz ausgeprägt im Kontext von Freizeit entstehen. Daher wird hier die These vertreten, dass Destinationen Mobilitätsangebote verstärkt als Instrument zur Schaffung emotional verankerter Beziehungen zu ihren Gästen nutzen sollten.

Tourismus und Mobilität als Einheit betrachten

Gäste haben in ihren Ferien freie Zeit und sind offen für neue Erlebnisse. Es bietet sich an, bereits die Reise, nicht nur die Ankunft, als Spielwiese für Innovationen zu betrachten. Mobilitätsdienstleister haben sich in der Vergangenheit oft als Ausgangspunkt zur Bildung ganzer touristischer Erlebnisräume. Durch die enge Kollaboration zwischen der BLS, den Destinationen und den Leistungserbringern konnte zum Beispiel das innovative Linienmarketing um die alte Bergstrecke am Lötschberg implementiert werden. Autofreie Destinationen, wie die Riederalp, haben ursprünglich kaum freiwillig auf den

Langsamverkehr gesetzt. Heute ist dieser ein zentrales Alleinstellungsmerkmal. Und das Unternehmen Biketec hat mit «Flyerland» ein einfach nutzbares Freizeitangebot aufgebaut, das Sport, Genuss, Gastronomie und landschaftliche Eindrücke vorbildlich miteinander verbindet. Als sehr erfolgreich haben sich auch neue Direktverbindungen zwischen Stadt und Land erwiesen. Dank direkten Bahnverbindungen mit Zürich bzw. Bern konnten sich die Flumserberge und Zweisimmen als Erholungsgebiete etablieren.

Atmosphären fördern emotionale Bindungen

Die Mobilitätsanbieter im touristischen Kontext scheinen jedoch noch stark von einer reinen «Zweckmobilität» als Überwindung einer räumlichen Distanz auszugehen. So wie die Autoindustrie seit Jahrzehnten kaum mehr die Fähigkeit von Motoren bewirbt, sollten die bei den Gästen erzeugten Emotionen im Fokus stehen. Menschen gehen dann eine Verbindung zu einer Region ein, wenn sie der Überzeugung sind, diese Region repräsentiere ihren praktizierten oder angestrebten Lebensstil. Wie man über ein Produkt oder eine Dienstleistung eine solche Affinität zu wiedererkennbaren Lebensstilen herstellt, zeigen nicht nur Autohersteller, sondern auch Städte wie Kopenhagen ▶



Inlineskaten am Bodensee:
Die Feringäste sind offen
für neue Erlebnisse.

Fokus Wissenschaft: Emotionen wecken

► oder Regionen wie das Engadin. Diese Destinationen schaffen eine spürbare Atmosphäre, in welcher sich das Gästesegment wohl und zugehörig fühlt. Daraus schöpft der Gast die Energie für bleibende Emotionen.

Das Zauberwort lautet Kollaboration

Die Herausforderung für eine Destination besteht darin, dass sich eine Atmosphäre nicht auf Befehl einstellen lässt. Die Entwicklung eines Kulturraums unterliegt einer beschränkten Steuerbarkeit. Innovative Skischulen, Hotels und Mobilitätsdienstleister brauchen den entsprechenden Kontext. Die Gäste müssen aktiv am Leben der Destination partizipieren und werden damit selber Teil dieser Atmosphäre. Nicht nur die Leistungserbringer, auch die Gäste prägen eine Tourismusregion.

Ganz sicher wäre es förderlich, eine noch verbindlichere Form der Kollaboration zwischen den beteiligten Institutionen anzustreben und auf relevante Kundensegmente auszurichten. Gäste, die eine

E-Bike-Tour unternehmen, sind vielleicht auch solche, die abends in einem Slow-Food-Restaurant essen und am nächsten Tag dem Bergbauer helfen, das Heu einzubringen. Erst ein solches Gesamtarrangement aus Gütern und Dienstleistungen kann unvergessliche Geschichten hervorbringen. Gerade der Einbezug der Gäste in den Leistungserstellungsprozess hat in der Schweiz noch Potenzial. Das wertvolle Wissen der Kunden ist via Bewertungsmöglichkeiten und individueller Ansprache vermehrt abzuholen.

Das Fazit sind Emotionen

Leistungserbringer und Mobilitätsanbieter sitzen im gleichen Boot. Es gilt, sich in die Gefühlswelt des Gastes zu versetzen und von dieser Position aus zu prüfen, ob die Integration aller beteiligten Partner



Widar von Arx

stimmt. Weiter gilt es, beim Kunden Emotionen auszulösen. Mobilitätsangebote sind sehr gut dazu geeignet, Atmosphäre herzustellen und Lebensstile anzusprechen. ■

«Der Einbezug der Gäste in den Leistungserstellungsprozess hat in der Schweiz noch Potenzial.»

Innotour: Update Juli 2013

Kontakt

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Ressort Tourismus, Innotour,
Holzikofenweg 36, 3003 Bern

Programmleiter

Davide Codoni,
Stellvertreter Ressortleiter



Erstkontakt

tourismus@seco.admin.ch
T +41 31 322 27 58
F +41 31 323 12 12

Weitere Informationen

www.seco.admin.ch/innotour

Impressum

Herausgeber: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung, Ressort Tourismus, 3003 Bern; Konzeption und Realisation: Zoebeli Communications AG, Bern; Layout: Oliver Slappnig, Herrenschwand; Französisch: Félix Glutz, Montreux; Italienisch: Marina Graham, Gümligen; Druck: Ast & Fischer AG, Wabern; Auflage: 1650 Exemplare.

Projektbeispiele Innotour

- Aufbau Hotel-Datenportal und Schweizer Hotel-Datenbank, hotelleriesuisse, www.hotelleriesuisse.ch
- Beratungsstelle Sommeraktivitäten: Aufbau einer Prüfstelle für die Homologation von Anlagen im Bereich Sommeraktivitäten, Seilbahnen Schweiz, www.seilbahnen.org
- Claire & George Hotelpitex: Nationale Kooperations- & Vermittlungsplattform für Hotellerie und Spitexleistungen, Claire & George Hotelpitex, www.claireundgeorge.ch
- Destinationsmanagement der 3. Generation: Geschäftsfeld-Innovationen in touristischen Netzwerken – Standards und Prozesse, ARGE «Geschäftsfeld-Innovationen», Kappler Management AG, www.kappler-management.ch
- E-Bike Park Watch Valley, Rent a Bike AG, www.occasionsvelo.ch, www.rentabike.ch
- Gemeinsame Angebote und Kooperationen zum Natur- und Kulturtourismus in Schweizer Pärken, Netzwerk Schweizer Pärke, www.paerke.ch
- Klimaschutz – jetzt und hier, Gemeindefeldnetzwerk Allianz in den Alpen (AidA) Schweiz, www.alpenallianz.org
- 300 Kulturwege für mehr Wertschöpfung und Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus, ViaStoria – Stiftung für Verkehrsgeschichte, www.viastoria.ch
- Nachhaltigkeitsmonitoring für die Hotellerie, hotelleriesuisse, www.hotelleriesuisse.ch
- Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen, Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte (GaST), www.auto-frei.ch
- «See + Land biel/bienne» – Überbetriebliche Synergien von Schifffahrt und Region, Verein «See + Land biel/bienne», Bielersee-Schifffahrts-Gesellschaft AG, www.bielersee.ch
- Touristische Profilierung und Positionierung des Schweizer Bodenseeraums und des Rheins, Thurgau Tourismus, www.thurgau-tourismus.ch

Mehr Infos finden Sie unter
www.seco.admin.ch/innotour,
Rubrik «Geförderte Projekte».