

INSIGHT

IMPULSE FÜR EINEN ERFOLGREICHEN SCHWEIZER TOURISMUS

IM FOKUS

REGIONALE MODELLVORHABEN MIT NATIONALER BEDEUTUNG



WETTBEWERBSFÄHIGKEIT
DURCH KOOPERATION
AUS KONKURRENTEN
WERDEN PARTNER

4

GREEN MARATHON ZÜRICH
DIE STADT
NEU ENTDECKEN

5

EASY CHECK IN
GÄSTEDATEN ZENTRAL
VERWALTEN

7

CHECK-IN

Liebe Leserin
Lieber Leser

In erster Linie finanziert das Förderinstrument Innotour Projekte mit nationaler Ausrichtung. Rund drei Viertel der finanziellen Mittel fliessen in die Innovations- und Kooperationsförderung auf nationaler Ebene. Aber Innotour steht auch für regionale und lokale Modellvorhaben zur Verfügung, die für das ganze Land beispielhaft sind. Sie sollen als «Best Practice»-Beispiele breit bekannt gemacht werden und zur Nachahmung anregen.

Mit der Unterstützung von Modellvorhaben wird der Tatsache Rechnung getragen, dass im Tourismus viele Initiativen bottom-up entstehen, sprich einen lokalen oder regionalen Ursprung haben. In dieser Ausgabe des «Insight» stellen wir Ihnen fünf regionale Projekte vor, die den hohen Ansprüchen an ein Modellvorhaben gerecht werden. Sie zeigen beispielhaft, welchen Beitrag Innotour auch für die regionale und lokale Tourismusförderung leisten kann. Und sie sollen zur Nachahmung oder gar zur Weiterentwicklung anregen.

Dr. Eric Jakob
Botschafter, Leiter Direktion
für Standortförderung



TITELBILD

Seit 2017 profitieren Übernachtungsgäste im Tessin mit dem Ticino Ticket von freier Fahrt auf dem gesamten ÖV-Netz.

Quelle: Ticino Turismo / iStock

INNOVATIONSFÖRDERUNG ÜBER INNOTOUR

UNTERSTÜTZUNG REGIONALER MODELLVORHABEN

Innotour setzt den Fokus auf nationale Tourismus-Projekte. Doch auch herausragende lokale oder regionale «Best Cases» werden unterstützt, mit dem Ziel, erfolgreiche Innovationen möglichst vielen Akteuren zugänglich zu machen.



Innotour hat mit der Unterstützung von Modellvorhaben die Weitergabe von Erfahrungen und die Inspiration möglichst vieler Akteure im Schweizer Tourismus zum Ziel.

Mireille Lattion, SECO

Das Bundesgesetz über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Innotour) besteht seit 20 Jahren. Es bietet die Grundlage, um neue Ideen durch Vermittlung von Know-how und Erfahrung auch anderen zugänglich zu machen und so zu mehr Innovationen anzuregen. Bereits zu Beginn zielte die Unterstützung sowohl auf regionale als auch auf nationale Projekte. Mit der Inkraftsetzung der aktuellen gesetzlichen Grundlagen im Februar 2012 wurde die doppelte Ausrichtung

bestätigt, wobei der Schwerpunkt auf der nationalen Ebene liegt. Den grössten Anteil der finanziellen Mittel setzt das SECO für gesamtschweizerische Projekte und für nationale Koordinationsaufgaben ein.

Auf regionaler Ebene ermöglicht das Gesetz die Unterstützung von sogenannten «Modellvorhaben». Anspruch ist, dass sie den kantonalen tourismuspolitischen Leitbildern entsprechen und in die übergeordneten Entwicklungsstrategien eingebettet sind. Das SECO fördert herausragende lokale oder regionale Tourismus-Pro-

jekte, wenn sie für die ganze Schweiz Modellcharakter besitzen und die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz als Tourismusland stärken.

«BEST PRACTICES» VERMITTELN

Um dies zu erreichen, setzt Innotour auf einen raschen und möglichst breiten Wissenstransfer. Mit der Unterstützung der Modellvorhaben ist das Ziel verbunden, möglichst viele Akteure im Schweizer Tourismus von den Erfahrungen mit erfolgreichen Innovationen profitieren zu lassen und sie zu inspirieren. Denkbar ist sowohl die Übernahme eines Konzepts durch andere Regionen als auch die Ausweitung eines regionalen Projekts zu einem nationalen Unterfangen.

DAS SECO FÖRDERT HERAUSRAGENDE LOKALE ODER REGIONALE TOURISMUS-PROJEKTE, WENN SIE FÜR DIE GANZE SCHWEIZ MODELLCHARAKTER BESITZEN.

Fünf Beispiele, die wir in dieser Ausgabe des «Insight» vorstellen, verdeutlichen die unterschiedlichen Mittel und Wege zur Promotion regionaler Modellvorhaben:

- Im Rahmen ihres Projektes «Wettbewerbsfähigkeit des alpinen Tourismus durch Kooperationen» hat die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB Erfahrungen mit neuen Modellen der Zusammenarbeit in den drei touristischen Destinationen Glarus Süd (GL), Leventina (TI) und Vallée d'Illeiez (VS) gesammelt.
- Mit dem «Green Marathon Zürich» stellt die Limmatstadt als erste in der Schweiz eine permanent ausgeschilderte Lauf- und Trainingsstrecke für fitnessbewusste Einheimische und Gäste zur Verfügung. Sie führt durch die städtischen Grünflächen.
- Dank der Einführung des «Ticino Tickets» erhalten alle Touristinnen und Touristen, die im Tessin übernachten, für die gesamte Aufenthaltsdauer und für das ganze Kantonsgebiet eine Tageskarte für den öffentlichen Verkehr.
- Mit dem Projekt «Easy Check In» strebt der Freiburger Tourismusverband eine vereinfachte Erfassung von Gästedaten in Beherbergungsbetrieben und eine automatisch Weiterleitung an die zuständigen Stellen an. Vorerst wird das Projekt im eigenen Kanton realisiert.
- Um die Beratungs- und Verkaufskompetenz der Mitarbeitenden entlang der gesamten touristischen Dienstleistungskette zu fördern, schaffte Basel Tourismus ein neues Online-Schulungstool. Damit soll die Qualität der Gästebetreuung erhöht und das Tourismusbewusstsein geschärft werden.

Alle Projekte zeichnen sich dadurch aus, dass die Ergebnisse auf andere Städte oder Regionen übertragen werden bzw. übertragen werden können. So sind bspw. weitere «Green Marathons» in anderen Städten geplant.

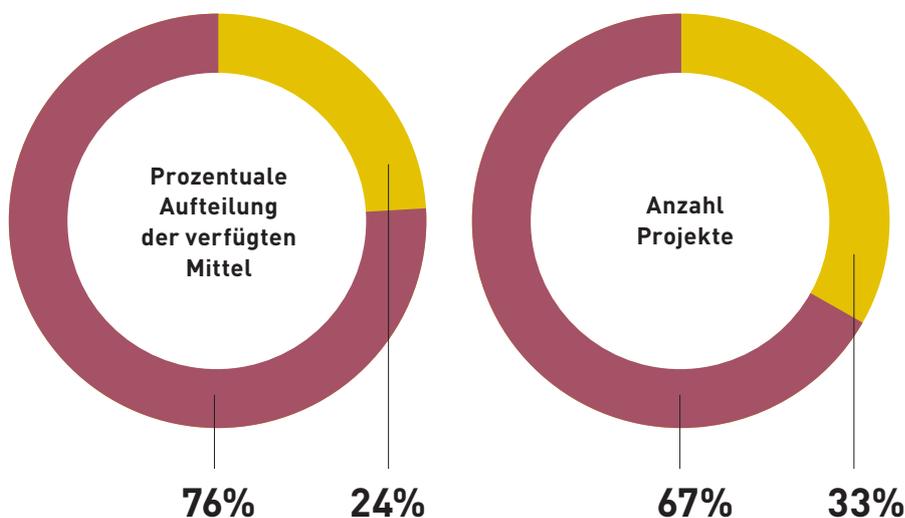
INFORMATIONEN

www.seco.admin.ch/innotour

UNTERSTÜTZUNG IN DER PERIODE 2012 BIS 2017

Im Zeitraum 2012 bis 2017 flossen rund 76 Prozent der Mittel oder rund 27.5 Millionen Franken in nationale Projekte. Sie machten rund zwei Drittel aller Projekte aus.

Darüber hinaus erhielten 35 regionale und lokale Modellvorhaben Innotour-Mittel. Insgesamt wurden rund 8.5 Millionen Franken dafür verwendet.



- Nationale Projekte
- Regionale und lokale Projekte

AUS KONKURRENTEN WERDEN PARTNER

Der alpine Tourismus ist mit grossen Herausforderungen konfrontiert. Kooperationen unter touristischen Anbietern können ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern. Zwei konkrete Anschauungsbeispiele.

Thomas Egger, Direktor der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB

Ein Lösungsansatz für den Ausweg aus der strukturellen Krise des alpinen Tourismus sind vermehrte Koope-

rationen unter den touristischen Unternehmen. Das Innotour-Projekt der SAB in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule HES-SO Wallis und der Tourismusberaterin Conim AG schafft konkrete Anschauungsbeispiele. Zwei Kostproben:

Chablais Invest AG: Um die Betriebs- und Infrastrukturkosten der Bergbahnen zu senken, gehen die drei Gemeinden des Vallée d'Illeiez auf der Schweizer Seite des grenzübergreifenden Skigebiets Portes du Soleil neue Wege. Sie haben die Finanzierung mit einer klaren Trennung zwischen Betrieb und Infrastruktur neu aufgestellt. Der Bahnbetrieb wurde in der Betriebsgesellschaft Portes du Soleil PDS-CH zusammengeschlossen. Die Infrastrukturen werden über die Finanzierungsgesellschaft Chablais Invest AG finanziert, die sich im Besitz der Gemeinden befindet. Dadurch lassen sich die Fremdkapitalkosten senken. Der neue Wind ist auch in einem neuen Destinationsnamen ersichtlich. Seit einem Jahr tritt die Region unter dem Namen «Région Dents du Midi» auf.

Dorfentwicklungsmodell Elm: Ein neues Self-Check-In Hotel in Elm (Gemeinde Glarus Süd) ist Ausgangspunkt für Mini-Kooperationen zwischen den verschiedenen touristischen Akteuren. Einbezogen sind alle: Beherbergungsbetriebe, Restaurants, Sportbahnen und andere mehr. Jedes Unternehmen trägt die Leistungen bei, auf die es spezialisiert ist, und kooperiert in den anderen Bereichen mit den Partnern. Ziel ist es, die Aktivitäten der einzelnen Dienstleister mittelfristig zu integrieren. Der Gast in Elm soll ein Angebot aus einer Hand erhalten, und für die einzelnen Betriebe soll sich die Ertragssituation nachhaltig verbessern.



Erfahrungen machen, von denen andere profitieren: Das ist das Ziel der Projekte der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB.

DAS SCHRITTWEISE VORGEHEN SCHAFFT EINE VERTRAUENS-BASIS

Solche Kooperationsprojekte sind sehr anspruchsvoll. Es empfiehlt sich ein etappiertes Vorgehen mit kleinen, überschaubaren und realistischen Schritten, die einen messbaren monetären Vorteil für alle Partner bringen. Das schrittweise Vorgehen schafft eine Vertrauensbasis. So werden aus ehemaligen Konkurrenten Partner. Idealerweise wird der Aufbau neuer Kooperationen von einer starken Leaderfigur, einer Gemeinde oder einer Region gesteuert. Damit stellen sich neue Fragen zur Governance in touristischen Regionen. Diese und weitere Erkenntnisse aus den Projekten wurden in Berichten und Checklisten festgehalten und an zwei Tagungen dem interessierten Publikum vorgestellt. Weitere Kurse für Praktiker folgen.

PANORAMA

Pluspunkt

Konkrete Anschauungsbeispiele zeigen alpinen Tourismusregionen neue Kooperationsformen. Die Zusammenarbeit unter den touristischen Anbietern soll den Tourismus in Bergregionen nachhaltig stärken.

Link: tinyurl.com/ProjektberichtSAB

Projektdauer

2015 bis 2017

Kontakt

Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
031 382 10 10
info@sab.ch
www.sab.ch

DIE STADT NEU ENTDECKEN

Eine 42 Kilometer lange Lauf- und Trainingsstrecke im Grünen – mitten in der City:
Die Stadt Zürich hat eine neue Attraktion erhalten.

Barbara Urfer Wyss, Präsidentin Verein
Green Marathon

Der Green Marathon Zürich, eine offene Laufstrecke für alle, die sich gerne in der Natur bewegen, wurde im Mai 2017 feierlich eröffnet. Die 42 Kilometer lange Route führt durch die schönsten Grünflächen auf Zürcher Stadtboden und ist an 365 Tagen im Jahr frei zugänglich. Sie bietet den Geschäfts- und Freizeitreisenden, aber auch den Einheimischen die Möglichkeit, die Stadt auf unkonventionelle Weise neu zu entdecken.

«DER GREEN MARATHON IST EINE BEREICHERNDE INNOVATION FÜR DIE STADT ZÜRICH. ICH WÜNSCHTE MIR, ES GÄBE IN JEDER GRÖßEREN STADT DER WELT EINEN GREEN MARATHON.»

VIKTOR RÖTHLIN, MARATHONLÄUFER UND PHYSIOTHERAPEUT

MIT DEM ÖV ERREICHBAR

Die umweltfreundlich konzipierte Marathonstrecke verläuft auf dem bereits bestehenden Wanderwegnetz und ist entsprechend beschildert. Die Etappen sind frei wählbar und in der ganzen Stadt zu Fuss oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Sowohl bei Joggerinnen und Joggern als auch bei Spaziergängerinnen, Wanderern und naturverbundenen Menschen ist die Route äusserst beliebt.

Lanciert wurde das Projekt von der Zürcher Projektentwicklungsfirma gutundgut gmbh in Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus, Lafranconi Sport & Events und den Zürcher Wanderwegen. Für die erfolgreiche Umsetzung entscheidend war die finanzielle Unterstützung durch Innotour, Zürich Tourismus, die Stadt und den Kanton Zürich.



Green Marathon Zürich profitierte bei der Beschilderung von der Zusammenarbeit mit den Zürcher Wanderwegen.

IN WEITEREN STÄDTEN GEPLANT

Der Green Marathon stärkt Zürichs Image als innovative Stadt mit hoher Lebensqualität. Das Projekt ist in der Schweiz bis heute einzigartig. Dank der Unterstützung von Innotour steht der Verein Green Marathon mit anderen Schweizer Städten in Kontakt, die daran interessiert sind, das Konzept zu übernehmen. Höchste Priorität gilt derzeit der Suche nach lokalen Partnern, die die Lancierung in Kooperation mit Green Marathon Zürich in den betreffenden Städten vorantreiben. Die neuen Standorte können von der langjährigen Aufbauarbeit in Zürich – von der Konzipierung bis zur Umsetzung – massgeblich profitieren. Konzeption, Bewilligungsverfahren, Streckenführung, Sponsoring, Cor-

porate Design, Promotion, Projektmanagement und Koordination der verschiedenen Akteure können dank vorhandenem Know-how gut geplant, kalkuliert und effizient umgesetzt werden.

PANORAMA

Pluspunkt

Mit einer Laufstrecke durch die Grünflächen der Stadt eröffnet Green Marathon Gästen wie auch Einheimischen die Möglichkeit, Sport «im Grünen» zu betreiben und die Stadt dabei neu zu entdecken.

Projektdauer
2017

Kontakt

Verein Green Marathon
c/o gutundgut gmbh
044 260 80 51
greenmarathonzuerich@gmail.com
www.greenmarathon.ch

«DER GREEN MARATHON PASST SEHR GUT ZU ZÜRICH ALS SPORT- UND NATURSTADT UND IST EINE SCHÖNE GELEGENHEIT, IN DER NATUR SPORT ZU TREIBEN UND ABZUSCHALTEN.»

MARTIN STURZENEGGER, DIREKTOR ZÜRICH TOURISMUS

TICINO TICKET

EIN GANZER KANTON SPANNT ZUSAMMEN

Wer im Tessin übernachtet, kann das ganze ÖV-Netz gratis nutzen. Dazu müssen alle Partner im Tourismus am selben Strick ziehen. Sie erhalten im Gegenzug viele wertvolle Informationen über das Gästeverhalten.



Ein Kooperationsprojekt muss den frühzeitigen Einbezug aller Akteure sicherstellen.

Kaspar Weber, Vizedirektor Ticino Turismo

Die Gäste eines Hotels, einer Herberge oder eines Campingplatzes sollen während ihres Aufenthalts die öffentlichen Verkehrsmittel frei nutzen und von Vergünstigungen bei Bergbahnen, Schiffen und den wichtigsten Touristenattraktionen profitieren können: Dies ist das ehrgeizige Ziel, das zur Einführung des «Ticino Tickets» geführt hat. Es wurde am 1. Januar 2017, gleichzeitig mit der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels, gestartet und erleichtert die Reisemöglichkeiten der Besucher, die den Kanton südlich der Alpen als Urlaubsziel wählen.

VIELE PARTNER – EINE PLATTFORM

Um das «Ticino Ticket» zu realisieren, mussten zwei kantonale Departemente (Finanzen und Wirtschaft, Raumentwicklung), zwölf Verkehrsbetriebe, fünf Tourismusorganisationen (das Tessiner Fremdenverkehrsamt und die vier regionalen Tourismusorganisationen), drei Fachverbände (hotelleriesuisse Ticino, GastroTicino und Campeggi Ticinesi) und vier Partner (ÖV-Tarifgemeinschaft, Schweizerische Bundesbahnen, Post-

Auto und BancaStato) miteinbezogen werden. Eingebunden sind 44 touristische Attraktionen mit Sondervereinbarungen und mehr als 460 Übernachtungsmöglichkeiten. «Ticino Ticket» ist ein Modellvorhaben, das nur dank der Vereinigung einer Vielzahl von Partnern zustande kommen konnte.

ENTSCHEIDEND IST, DEN HORIZONT VON ANFANG AN ZU ERWEITERN, ALLE MÖGLICHEN PARTNER FRÜHZEITIG EINZUBEZIEHEN UND MEHRERE ZIELE ZU VERFOLGEN.

Die Leitung übernahm das Tessiner Fremdenverkehrsamt. Für die Verwaltung und die Ausgabe der Tickets hat «Ticino Turismo» eine eigene IT-Plattform geschaffen. Damit verfügt das Tessin als erste Tourismusregion über eine Datenbank, die Informationen über Übernachtungen, Reisen, Aufenthaltsdauer und bevorzugte Touristenattraktionen von Millionen von Gästen sammelt. «Ticino Ticket» erlaubt damit eine bessere Abstimmung von Dienstleistungen und Produkten auf die Bedürfnisse der einzelnen Touris-

ten und gleichzeitig eine gezieltere und wirkungsvollere Vermarktung der Angebote.

BREITE ABSTÜTZUNG

Die Initiative entspricht der nationalen Tourismusstrategie, die den Schwerpunkt für die nächsten Jahre auf die Digitalisierung legt. Innotour und die regionale Wirtschaftspolitik des Kantons Tessin waren von grundlegender Bedeutung für den Erfolg. Vor allem zu Beginn, da es immer schwierig ist, die notwendigen Mittel in der Startphase des Projekts zu finden.

Den Rat, den wir anderen Trägern von Projekten dieser Art geben können: Entscheidend ist, den Horizont von Anfang an zu erweitern, alle möglichen Partner frühzeitig einzubeziehen und ein Projekt zu entwickeln, das mehrere Ziele verfolgt: nicht nur dem Gast einen Mehrwert bieten, sondern auch äusserst wertvolle Informationen sammeln.

PANORAMA

Pluspunkt

Ein Projekt, das mehrere Ziele verfolgt und vielen Akteuren dient. Es profitieren nicht nur die Gäste, sondern auch die Tourismusverantwortlichen und -anbieter, die aus den erhobenen Daten ihre Schlüsse ziehen können.

Projektdauer

2017

Kontakt

Ticino Turismo
091 825 70 56
info@ticino.ch
www.ticino.ch/de/ticket.html

EASYCHECKIN

GÄSTEDATEN ZENTRAL VERWALTEN

Mehrfaches Erfassen von Gästedaten für verschiedene Behörden ist mühsam – für die Betriebe, aber auch für die Gäste. Eine digitale Plattform soll die Prozesse vereinfachen.

Pierre-Alain Morard, Direktor Freiburger Tourismusverband

Betreiberinnen und Betreiber von Beherbergungsbetrieben im Kanton Freiburg müssen gegenwärtig einen hohen administrativen Aufwand zur Datenerhebung über ihre Gäste und deren Weitergabe an Dritte betreiben. Beim Check-in ist nicht nur das Anmeldeformular für die Kantonspolizei auszufüllen, sondern auch der Schein für die Gästekarte «Be my Guest». Und monatlich sind die Übernachtungsdaten ans Bundesamt für Statistik, an die Freiburger Zentralkasse zur Bemessung der Kurtaxe und an das Freiburger Tourismus-Observatorium zu liefern. Alles in allem werden die gleichen Daten mehrfach gesammelt, aber nie auf dieselbe Weise und nie für dieselben Instanzen.

ZENTRALE DATENVERWALTUNG

Eine Onlineplattform zur zentralen Erfassung aller Gästedaten soll nun helfen, diesen Prozess zu vereinfachen. Die Betriebe, die bereits über

eigene digitale Datenverwaltungssysteme verfügen, werden direkt mit der Plattform verbunden. Den anderen steht eine Eingabemaske zur Verfügung. Die verschiedenen Behörden erhalten die von ihnen benötigten Daten automatisch – vertraulich und unter Wahrung des Datenschutzes.

VON ANFANG AN WAR VORGESEHEN, «EASYCHECKIN» AUCH FÜR ANDERE KANTONE NUTZBAR ZU MACHEN.

Ziel des Projekts «EasyCheckIn» ist in erster Linie eine leichtere Erhebung und Übermittlung der Kundendaten. Das Check-in vereinfacht sich sowohl für die Anbieter als auch für die Gäste. Sie müssen nicht mehr die gleichen Fragen mehrmals beantworten. Mit dem Projekt lassen sich der Austausch der Daten von Gästen, die im Kanton Freiburg übernachten, und die Zusammenarbeit mit den Behörden optimieren. Das erhöht nicht nur die Qualität, sondern indirekt auch den Umfang der verfügbaren Daten. Damit

lässt sich auch das Gästeverhalten besser erfassen.

FREIBURG ALS PILOTKANTON

Von Anfang an war vorgesehen, «Easy CheckIn» auch für andere Kantone nutzbar zu machen. Vorerst wird die Plattform im Kanton Freiburg eingesetzt, später soll sie für andere Tourismusregionen in der Schweiz weiterentwickelt und angepasst werden.

Die finanzielle Unterstützung von Innotour ermöglicht die Realisierung des Projekts ab Oktober 2017 bis 2019. Die definitive Einbindung aller Betriebe in die Plattform «EasyCheckIn» ist auf den 1. Januar 2020 vorgesehen. Danach folgen eine Auswertungsphase und die Weiterentwicklung der Informatik. Geplant sind auch Informationsveranstaltungen für die Beherbergungsbetriebe. Besonderes Gewicht wird dabei auf die individuelle Schulung für jeden einzelnen Betrieb gelegt.



PANORAMA

Pluspunkt

Die digitale Plattform vereinfacht die Prozesse rund um die Erhebung und die Übermittlung von Gästedaten. Die verbesserte Qualität und Quantität der Daten ermöglicht das umfassendere Verständnis des Gästeverhaltens.

Projektdauer

2017 bis 2019

Kontakt

Freiburger Tourismusverband
026 407 70 20
information@fribourgregion.ch
www.fribourgregion.ch

«EasyCheckIn» vereinfacht das Erheben, Verwalten und Übermitteln der Gästedaten.

INTERAKTIVES SCHULUNGSTOOL

«DU BIST BASEL»

Basel verfügt über mehr als 2000 Tourismus-Botschafterinnen und -Botschafter. Gastro- und Hotelbetriebe, Behörden, Verkehrsbetriebe, Geschäfte: Alle können ihre Mitarbeitenden über ein interaktives, webbasiertes Schulungstool dazu schulen lassen.

Daniel Egloff, Direktor Basel Tourismus

Der persönliche Kontakt entscheidet oftmals darüber, ob Gäste wiederkommen oder die Stadt weiterempfehlen. Das weiss auch Basel Tourismus. Nach der erfolgreichen Schulung von Mitarbeitenden im Tourismussektor anlässlich der Euro 08 und dem Aufkommen von Destinations-Rankings kam rasch die Idee einer E-Learning-Plattform auf. Sie soll die Beratungs- und Verkaufskompetenz aller Mitarbeitenden im Tourismus fördern und die Qualität der Gästebetreuung erhöhen.

SPIELERISCH ZUM STADT-EXPERTEN

2015 nahm Basel Tourismus die Plattform «Du bist Basel» in Betrieb. Das Schulungsportal www.dubistbasel.com richtet sich an jene Tourismus-Anbieter, die mit Gästen in Kontakt kommen. Mitmachen können aber alle Interessierten. Die Lerninhalte wurden zusammen mit den Zielgruppen erarbeitet. In zwölf Modulen werden verschiedene Themen wie Sehenswertes, Kulinarisches, Kunst und Architektur oder die Geschichte der Stadt unterhaltsam mit Texten, Bildern, Erklärclips und Learning Apps vermittelt. Die User können ihre Lerneinheiten selbst wählen.

Mit der E-Learning-Plattform kann jede und jeder zur Botschafterin oder zum Botschafter von Basel werden.

Spielerische Aspekte motivieren zum Dranbleiben. Nach je vier absolvierten Modulen erhalten die Teilnehmenden das «Kenner»-, das «Experten»- und schliesslich das «Insider»-Diplom. Zweimal jährlich winkt den Erfolgreichsten zudem eine Belohnung.

INTERESSIERTE BETRIEBE FORDERN IHRE NEUEN MITARBEITENDEN REGELMÄSSIG ZUR TEILNAHME AUF.

BREITE AKZEPTANZ

Dank dem Innotour-Beitrag war es möglich, die Lerninhalte sehr attraktiv zu gestalten. Von Anfang an stiess das Vorhaben auf breites Interesse. Rund 280 Polizistinnen und Polizisten, 650 Bürgerinnen und Bürger, 450 Hotel-Mitarbeitende sowie zahlreiche weitere aus Gastronomie, Museen, Taxidiensten und dem öffentlichem Verkehrswesen und sogar einbürgerungswillige Ausländerinnen und Aus-

länder schrieben sich auf der Plattform ein. Mittlerweile haben sich rund 1900 registrierte Personen über 2500 Diplome erarbeitet. Das Tool ist so stark verankert, dass interessierte Betriebe ihre neuen Mitarbeitenden regelmässig zur Teilnahme auffordern.

PANORAMA

Pluspunkt

Der spielerische Ansatz und die verschiedenen aufbereiteten Lerninhalte verbinden Lernen mit Unterhaltung. Das Resultat sind informierte Mitarbeitende.

Projektdauer

2014 bis 2015

Kontakt

Basel Tourismus
061 268 68 68
info@basel.com
www.dubistbasel.com

WEITERE IMPULSE: ALLE INNOTOUR-PROJEKTE UNTER www.seco.admin.ch/innotour



KONTAKT

Christoph Schlumpf
Programmleiter Innotour
christoph.schlumpf@seco.admin.ch
058 462 27 15

INNOTOUR-GESUCHE

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Tourismuspolitik, Innotour
Holzkofenweg 36
3003 Bern