



INSIGHT⁺

IMPULSE FÜR EINEN ERFOLGREICHEN SCHWEIZER TOURISMUS

IM FOKUS

**NACHHALTIGKEIT
ALS TRUMPF**

INNOVATIONSGENERATOR
**INNOVATION DURCH
CO-KREATION**

4

I AM PRO SNOW
**KLIMASCHUTZ WIRD
GANZ NORMAL**

5

SLOW DESTINATION MORGES
**GEMEINSAM LANGSAM
ZUM ERFOLG**

6

CHECK-IN

Liebe Leserin
Lieber Leser

Wir freuen uns, Ihnen den Newsletter «Insight» in einer neuen Gestaltung zu präsentieren. Damit machen wir die Lektüre noch attraktiver.

Gleichzeitig haben wir die Beschreibung der Innotour-Projekte auf unserer Webseite ausgebaut. Ich lade Sie ein, auf www.seco.admin.ch/innotour zu gehen, wo Sie umfassende Informationen zu allen Projekten finden, die Innotour von 2016 bis 2019 unterstützt. Sie können dort auch den Newsletter «Insight» in elektronischer Form lesen.

Newsletter und Webseite gehören zu den Massnahmen, mit denen wir innovative Ideen kommunizieren und den Austausch zwischen Tourismusakteuren fördern. Damit geben wir Impulse für einen erfolgreichen Schweizer Tourismus, wie dies nun auf der Titelseite von «Insight» steht.

Die erste Ausgabe im neuen Kleid ist der Nachhaltigkeit gewidmet. Im Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung 2017 stellen wir Ihnen beispielhafte Innotour-Projekte vor, von der Entwicklung neuer Angebote durch Co-Kreation bis zur freiwilligen Finanzierung von Klimaschutzmassnahmen durch Gäste. Für den Schweizer Tourismus wird Nachhaltigkeit zu einem Erfolgsfaktor.

Dr. Eric Jakob
Botschafter, Leiter Direktion
für Standortförderung



TITELBILD

Nachhaltiger Tourismus schafft eindrückliche Erlebnisse und nimmt seine Verantwortung für kommende Generationen wahr.

Quelle: iStock

FOKUS POLITIK: BUND FÖRdert DIE NACHHALTIGKEIT

GUT FÜR TOURISMUS UND GESELLSCHAFT

Die Schweiz engagiert sich stark für die Umsetzung der Agenda 2030 der UNO. Deshalb fördert der Bund den nachhaltigen Tourismus mit Projekten im In- und Ausland.



Der Nationalpark gehört zum Netzwerk Schweizer Pärke, dessen Projektarbeit von Innotour unterstützt wird. Das Netzwerk fördert den naturnahen Tourismus.

Mireille Lattion, SECO

FÖRDERUNG DURCH INNOTOUR

Sowohl in der Schweiz als auch international steigt die Bedeutung der Nachhaltigkeit für den Tourismus. Die UNO-Generalversammlung hat 2017 zum «Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung» erklärt. Im Rahmen der Ziele für nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030 soll dieses Jahr dazu beitragen, die Potenziale des Tourismus für eine nachhaltige Entwicklung in Wert zu setzen. Eine gute Möglichkeit also, entsprechende Projekte voranzutreiben.

Die Tourismuspolitik des Bundes legt das Schwergewicht auf den wirtschaft-

lichen Aspekt der Nachhaltigkeit. Beim Förderprogramm Innotour berücksichtigt sie auch den ökologischen und den sozialen Aspekt. Finanzielle Unterstützung wird dann gewährt, wenn die Projekte zur Verbesserung der Ressourceneffizienz beitragen und wenn sie die in der Schweiz geltenden Umweltstandards einhalten.

So fördert Innotour sanfte Mobilität, Anpassung an den Klimawandel, Barrierefreiheit, lokale Kultur und Tradition oder Schutz des Naturerbes. Solche Angebote tragen zu einem nachhaltigen Tourismus in der Schweiz bei. Im vorliegenden «Insight» finden sich innovative Projektbeispiele.



Das Berberdorf Guermasa im südöstlichen Tunesien. In dieser Region arbeitet das SECO am Aufbau nachhaltiger touristischer Angebote mit.

Irenka Krone-Germann, SECO

CHANCE FÜR ENTWICKLUNGSLÄNDER

Weltweit erwirtschaftet der Tourismus fast 10% des Bruttoinlandprodukts. In Entwicklungsländern kann nachhaltiger Tourismus viel bewirken: Schaffung von Arbeitsplätzen, Verringerung der Armut, besserer Schutz der Umwelt und grösseres Verständnis für andere Kulturen.

Allerdings gilt es auch die vielfältigen Risiken zu beachten, denen der Tourismus in solchen Ländern ausgesetzt ist. Dazu gehören soziale und politische Unruhen, Übernutzung von Natur und Landschaft, Umweltschäden und die Verletzung der Menschenrechte.

Die Abteilung wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung des SECO ist sich dieser Risiken bewusst. Sie führt mehrere grosse Programme zum nachhaltigen Tourismus in ihren Partnerländern durch. Dabei orientiert sie sich an vier Leitlinien:

- Stärkung der Rahmenbedingungen
- Unterstützung der Wettbewerbsfähigkeit von touristischen Destinationen
- Transfer von Fachwissen
- Ökologische Nachhaltigkeit

Mit diesen Programmen stärkt das SECO die lokale Wirtschaft und die Gesellschaft in den Partnerländern dauerhaft.



Das Verzasca Foto Festival präsentiert Fotos auf ungewöhnliche Weise. Hier Werke der Schweizer Fotografin Jennifer Niederhauser Schlup an einer Hauswand in Sonogno.

Anne DuPasquier, ARE

KULTUR ALS EINER DER SCHLÜSSEL

Bei der Förderung eines nachhaltigen Tourismus kann die Kultur eine wichtige Rolle spielen. Denn kreative Innovation spricht die Gefühle an und enthält grosses Potenzial, um die Botschaft der nachhaltigen Entwicklung zu verbreiten und den Tourismus verantwortungsbewusster zu machen.

So hat die Stadt Zürich durch ihre Unterstützung der etablierten wie alternativen Kultur ihre Attraktivität gesteigert und das touristische Angebot bereichert. Im Ausland haben Bilbao in Spanien und Nantes in Frankreich auf die Kulturkarte gesetzt und auf eine nachhaltige Stadtentwicklung, um sich von ihrer Industrievergangenheit zu lösen. Dadurch sind sie zu Reisezielen ersten Ranges geworden.

Auch in den Regionen lässt sich der Tourismus durch Kultur weiterentwi-

ckeln. Dies ist im Tessiner Verzasca-Tal der Fall, wo das Foto Festival Besucher aus den Städten mit den Einheimischen zusammenbringt. Im Wallis sensibilisiert die Sustainable Mountain Art Touristen für die Schutzbedürftigkeit des Berggebiets und für den Klimawandel. Diese und weitere Beispiele zeigen das Bundesamt für Raumentwicklung ARE und das Bundesamt für Kultur BAK in der neuen Broschüre «Kultur und Kreativität für die nachhaltige Entwicklung. Gute Beispiele für die Gemeinwesen».

INFORMATIONEN

www.seco.admin.ch/innotour
www.seco-cooperation.admin.ch
www.are.admin.ch/nachhaltigeentwicklung

INNOVATION DURCH CO-KREATION

Mit dem Innovationsgenerator fördert die CIPRA Schweiz nachhaltigen Tourismus im Berggebiet. Interessierte können bis August 2017 Ideen eingeben. Idealerweise kreieren Destinationen, Hochschulen und Verbände gemeinsam ungewöhnliche Angebote.

Hans Weber, CIPRA Schweiz

Im Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus 2017 bietet der Innovationsgenerator fachliche und finanzielle Unterstützung für Leute, die in den Alpen und im Jura Ideen realisieren möchten. Der Innovationsgenerator bringt Akteure zusammen und schafft ein kreatives Umfeld für ungewöhnliche Angebote. Die geförderten Projekte müssen den drei Zieldimensionen der Nachhaltigkeit gerecht werden: Wirtschaft, Ökologie, Gesellschaft.

UMSETZUNG AB 2018

Das Projekt des Innovationsgenerators verläuft in drei Phasen:

- In einer ersten Phase bis 10. August 2017 werden Ideen entgegengenommen und von einer Fachjury beurteilt.
- In der zweiten Phase bis Frühling 2018 werden die Ideen konkretisiert und auf ihre Machbarkeit geprüft.

Diejenigen mit den grössten Erfolgsaussichten erhalten einen Startbeitrag für die Umsetzung.

- In der dritten Phase bis Ende 2018 wertet die Projektleitung die Erfahrungen aus und klärt ab, ob Bedarf für ein langfristig angelegtes Innovationslabor besteht. Dieses vernetzt innovative Akteure und unterstützt sie bei der Entwicklung nachhaltiger Produkte.

Tourismusanbieter im ganzen Berggebiet sollen die realisierten Ideen aufgreifen und ebenfalls umsetzen. So multipliziert sich die Wirkung des Innovationsgenerators.

NEUARTIGE KOOPERATIONEN

Eine Besonderheit des Projekts ist der Versuch, durch Methoden der Co-Kreation Innovation zu ermöglichen. Zum Beispiel entwickeln Unternehmen und Kunden gemeinsam ein Produkt. Der Innovationsgenerator soll Anstösse für neuartige Kooperationen zwischen

**GEBEN SIE IHRE IDEE
BIS ZUM 10. AUGUST 2017 EIN:
WWW.INNOVATIONS
GENERATOR.CH**

Destinationen, Hochschulen und Verbänden geben.

Dementsprechend beteiligen sich zahlreiche Institutionen am Projekt: Die CIPRA Schweiz fungiert als Projektträger, unterstützt durch innovative Unternehmen, die Hochschulen Luzern und Siders, die Tourismusregionen Graubünden und Waadtland, Schweiz Tourismus und den Schweizer Tourismus-Verband.

Dank Innotour war es möglich, den Innovationsgenerator zu realisieren. Wegen der Eigenleistung aller Projektpartner kommt ein grosser Teil des SECO-Beitrags der Entwicklung der Ideen zugute.



PANORAMA

Pluspunkt Innotour

Der Innovationsgenerator gibt Anstösse für neuartige Kooperationen. Unternehmen, Kunden, Hochschulen und Verbände kreieren gemeinsam ungewöhnliche Angebote für einen nachhaltigen Tourismus in den Berggebieten.

Projektdauer

2017 bis 2018

Kontakt

CIPRA Schweiz
Internationale Alpenschutzkommission
062 390 16 91
schweiz@cipra.org
www.cipra.ch
www.innovationsgenerator.ch

Sommer 2016: Null Stern Hotel im Safiental, eine Kreation der Künstler Frank und Patrik Riklin in Zusammenarbeit mit Safiental Tourismus. Unkonventionelle Übernachtungsangebote könnten Ideen für den Innovationsgenerator sein.

KLIMASCHUTZ WIRD GANZ NORMAL

Wintersport braucht Schnee – doch der ist durch die Erderwärmung bedroht. Eine neue Kampagne unterstützt Skiregionen dabei, bis 2030 auf 100% erneuerbaren Strom umzusteigen. Damit punkten sie als umweltbewusste Destinationen bei ihren Gästen.



Mit solchen Plakaten macht die Destination Laax ihr Engagement sichtbar und sensibilisiert Gäste für den Klimaschutz.

Daniel Lüscher, myblueplanet

Im Winter 2016/2017 standen auf Bündner Skipisten riesige Parabolspiegel, die Energie für die Zubereitung von klimafreundlichem Fingerfood lieferten. Mit den Solarkochern lud die Kampagne I AM PRO SNOW zum Gespräch ein über Klimaschutz und Nachhaltigkeit.

Die Kampagne animiert Wintersportorte, Bergbahnen und Sportunternehmen, ihren CO₂-Ausstoss zu senken und ihr Engagement für einen nachhaltigen Tourismus sichtbar zu machen. Die Wintersportorte verpflichten sich, für ihre touristischen Leistungen nur noch 100% erneuerbaren Strom zu verwenden. Bereits machen Laax, Arosa-Lenzerheide und St. Moritz mit, weitere Orte folgen. Bekannte Wintersportler wie Seraina Boner, Sina Candrian, Jonas Hunziker und Nicolas Müller sind die Gesichter der Kampagne. Entwickelt wurde sie von der Schweizer Klimaschutzorganisation myblueplanet, in Zusammenarbeit mit dem Climate Reality Project von Al Gore.

GEMEINSAM MEHR NACHHALTIGKEIT

Die Kampagne fördert den Austausch von Erfahrungen zwischen den Wintersportorten. Zudem werden im Rahmen

von I AM PRO SNOW Mitarbeiter von Bergbahnen und Hotels geschult. Sie sollen Ideen einbringen, wie sich Ressourcen schonen lassen, und selber im Arbeitsalltag nachhaltig handeln. Zum Beispiel spart der Ratschfahrer mit einer ökologischen Fahrweise Diesel ein.

Die Wintersportorte kommunizieren ihr Engagement für den Klimaschutz ihren Gästen und sensibilisieren diese für einen sparsamen Umgang mit Ressourcen.

ÖKOLOGISCH UND WIRTSCHAFTLICH SINNVOLL

I AM PRO SNOW trägt zur nachhaltigen Entwicklung des Schweizer Tourismus bei. Gleichzeitig steigern die Skiorte ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit. Denn in Zukunft punkten Destinationen, die umweltfreundliche Energien nutzen und Ressourcen schonen. Immer mehr Gäste sind bereit, dafür zu bezahlen. Dank der Unterstützung durch Innotour konnte myblueplanet die Kampagne umsetzen. Wintersportorte positionieren sich so als fortschrittliche und verantwortungsvolle Tourismusakteure und arbeiten gemeinsam an einem Ziel: einer nachhaltigen Zukunft mit Schnee.



Der Snowboarder Nicolas Müller als Botschafter der Kampagne I AM PRO SNOW.

PANORAMA

Pluspunkt Innotour

Wintersportorte nehmen sich selber in die Pflicht und beteiligen ihre Mitarbeitenden und Gäste. Klimaschutz wird zur Normalität im Tourismus.

Projektdauer

2016 bis 2019

Kontakt

myblueplanet
052 203 02 32
info@myblueplanet.ch
www.myblueplanet.ch
(Kampagnen/I AM PRO SNOW)

GEMEINSAM LANGSAM ZUM ERFOLG

Seit Jahren werben viele touristische Angebote mit dem Merkmal «slow». Die Waadtländer Region Morges verbindet nun fünf Varianten des Langsamtourismus und positioniert sich als «Slow Destination» für gestresste Bewohner des Genferseebeckens und für Touristen.



Der Langsamtourismus in der Region Morges verbindet Stadterlebnis, entspanntes Reisen, den Genuss lokaler Speisen und Weine und die aussergewöhnliche Übernachtung.

Oscar Cherbuin, ARCAM

Bis vor kurzem haben die touristischen Leistungsträger der Region Morges kaum zusammengearbeitet. Kombinierte Angebote waren selten. Deshalb haben sie beschlossen, ihre Kräfte zu vereinen und die Region als «Slow Destination» zu vermarkten.

PERFEKT PASSENDER TREND

Warum gerade «Slow Destination»? Der Langsamtourismus liegt im Trend. Er wirkt wie ein Gegenmittel zur Hektik des heutigen Alltags. Entspannt reisen, die einheimische Bevölkerung treffen, sich ökologisch verhalten – dies zeichnet den «Slow Traveller» aus. Solche Touristen geniessen die lokalen Speisen, degustieren Wein, tauchen ein in die Kultur und Tradition. Und sie bewegen sich zu Fuss, mit Velo, Schiff oder Zug.

Langsamtourismus passt perfekt zur Identität der Region Morges und zu den Prioritäten, welche die touristischen Leistungsträger setzen. Und er entspricht den Bedürfnissen der Menschen am Genfersee, die Entspannung und Erholung suchen.

Ausserdem existieren in der Region bereits mehrere Varianten des Langsamtourismus. Sie werden nun zu einem einzigen Angebot verbunden (siehe Abbildung). Damit entsteht die erste «Slow Destination» – mit Vorbildcharakter für die ganze Schweiz. Von den Erfahrungen, die Morges macht, werden andere Tourismusregionen profitieren.

LANGSAMTOURISME ZWINGT ZUR QUALITÄT

VIelfÄLTIGE IMPULSE

«Slow Tourismus» fördert die Kreativität und die Innovation, was es den Leistungsträgern erlaubt, sich weiterzuentwickeln und sich von der Konkurrenz zu unterscheiden. Er animiert zur engen Zusammenarbeit und zur Schaffung neuer Angebote. Und er zwingt zur Qualität, von der Unterkunft über die Verpflegung bis zum Service. Neben den touristischen Leistungsträgern profitieren auch Bauern, Winzer und Handwerker: Sie verkaufen mehr Produkte und steigern so die Wertschöpfung in der Region.

Zentral für die Realisierung der «Slow Destination» sind die Touris-

muszentren in Morges, Bière und St-Prex. Hauptpartner sind der Regionalverband Cossonay-Aubonne-Morges, der regionale Naturpark Waadtländer Jura, die Tourismusorganisation Morges und die Verkehrsbetriebe der Region. Innotour unterstützt die Projektarbeiten.

PANORAMA

Pluspunkt Innotour

Durch die Kombination aller Langsamangebote gibt sich die Tourismusregion Morges ein klares Profil, das auf die Hauptzielgruppe ausgerichtet ist. Die «Slow Destination» verbessert die Zusammenarbeit der Leistungsträger und fördert Kreativität und Innovation.

Projektdauer

2016 bis 2020

Kontakt

ARCAM (Regionalverband Cossonay-Aubonne-Morges)
021 862 22 75
info@arcam-vd.ch
www.arcam-vd.ch

KLEINER BEITRAG – GROSSE WIRKUNG

Die Initiative «cause we care» macht es möglich: Tourismusunternehmen und ihre Kunden investieren je 1% des Kaufpreises in den Klimaschutz. Damit fördern sie global und lokal die Nachhaltigkeit. 2017 startet die Stiftung myclimate die Pilotphase.

Basil Gantenbein, myclimate

Ein fortschrittliches Tourismusunternehmen kann es sich nicht leisten, die Nachhaltigkeit zu ignorieren. Es muss Ressourcen schonen und sich für den Klimaschutz engagieren. Immer mehr Kunden erwarten dies von ihrem Hotel oder der Bergbahn.

HÜRDEN FÜR UNTERNEHMEN

Allerdings gehören Klimaschutz und Nachhaltigkeit nicht zum Kerngeschäft eines Tourismusunternehmens. Zudem herrscht verständlicherweise Unsicherheit, welche Massnahmen wirksam und sinnvoll sind. Rasch rutscht deshalb das Thema auf der Prioritätenliste nach unten. «Vielen Unternehmen fehlen auch die Mittel, um ihr Engagement für die Nachhaltigkeit gezielt in Wert zu setzen. Damit schwindet die wirtschaftliche Berechtigung», so Carol Muggli, Tourismus-Verantwortliche von myclimate.

Hinzu kommt: Ein Unternehmen kann zwar vorbildlichen Klimaschutz praktizieren. Der Nutzen ist aber eingeschränkt, wenn die Kunden und ihr Verhalten nicht einbezogen werden. Wie kann das Unternehmen seine Kunden an Klimaschutzmassnahmen beteiligen – und dies ohne sie vor den Kopf zu stossen?

DAS «CAUSE WE CARE»-PRINZIP

Die Initiative «cause we care» der Stiftung myclimate bietet nun eine einfache Möglichkeit: Kunden können beim Kauf einer touristischen Leistung freiwillig einen kleinen Beitrag für Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten, nämlich 1% des Kaufpreises oder der Buchungssumme. Das Unternehmen verdoppelt diesen Beitrag (siehe Grafik).

Die Beiträge der Kunden und des Unternehmens werden in den zweckgebundenen «cause we care»-Fonds des Unternehmens eingelegt.

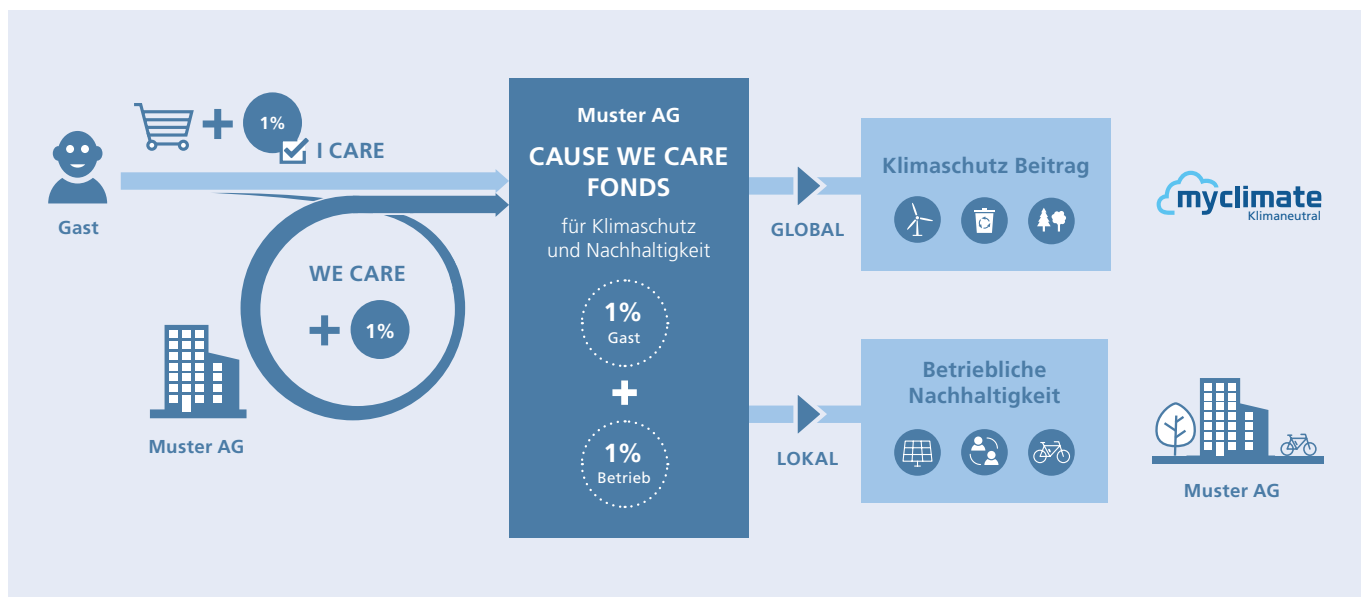
Die Hälfte des Kundenbeitrags fliesst in ein zertifiziertes myclimate-Klimaschutzprojekt.

Die andere Hälfte des Kundenbeitrags und den Verdoppelungsbeitrag setzt das Unternehmen für eigene Klimaschutzmassnahmen ein. Es erstellt eine Solaranlage, schult Mitarbeiter im schonenden Umgang mit Ressourcen oder schafft E-Bikes an. Es kann auch Gäste oder Schüler für klimafreundliches Verhalten sensibilisieren, zum Beispiel durch das sogenannte Klimakochen.

WIN-WIN-WIN

Mit seinem freiwilligen Beitrag übernimmt der Gast Verantwortung für die von ihm verursachten Klimagase. Er erhält eine klimaneutrale Dienstleistung und fördert den globalen Klimaschutz. Und er treibt den touristischen Leistungsträger zur Nachhaltigkeit an und fördert damit den lokalen Klimaschutz.

FORTSETZUNG →



Unternehmen und Gäste fördern gemeinsam die Nachhaltigkeit: Dank «cause we care» bieten die Unternehmen klimaneutrale Dienstleistungen und Produkte an und erhalten Gelder zur Umsetzung betrieblicher Massnahmen.

→ Das Unternehmen erhält als Belohnung für das eigene Engagement zusätzliche finanzielle Mittel, um seine Klimaeffizienz zu verbessern.

myclimate als gemeinnützige Klimaschutzorganisation garantiert, dass alle Gelder effizient und effektiv eingesetzt werden. «Wir wollen mit dem Programm eine massgebliche Unterstützung bieten, um die touristischen Leistungsträger in der Schweiz zu Vorreitern im Klimaschutz zu machen. Die Sensibilisierung der Gäste wiederum stärkt die Nachfrage nach solchen umweltfreundlichen Angeboten», sagt René Estermann, Geschäftsführer von myclimate.

«cause we care» schafft also eine Win-Win-Win-Situation – für die Gäste, die Unternehmen und das Klima.

AUSDEHNUNG AB 2018

Das Vorhaben zählt auf die Unterstützung namhafter Partner. 2017 wird «cause we care» mit sechs Leistungsträgern und in drei Destinationen eingeführt (siehe Tabelle).

In der Vernetzung aller «cause we care»-Unternehmen liegt das Potential, ihre Leistungen zusätzlich in Wert zu setzen. In einem zweiten Schritt will deshalb myclimate die Anzahl der Unternehmen ausdehnen und sie vernetzen. Dies erlaubt zum einen den Austausch von innovativen Ideen. Zum andern verschafft ein Crossmarketing-Ansatz den Unternehmen wertvolle Kundenkontakte. Interessierte Leistungsträger können sich in der Ausdehnungsphase beteiligen, die 2018 beginnt.

Innotour unterstützt das Programm mit einem Beitrag an die Kosten der Pilotphase.



Pilotdestinationen

Andermatt
Heidiland
Scuol Samnaun Val Mustair

Pilotleistungsträger

Berg+Tal AG
Niesenbahn AG
Reka Ferien
Schweizer Jugendherbergen
Switzerland Explorer
Wildout Naturerlebnisse

Projektpartner

hotelleriesuisse
Schweiz Tourismus
Schweizer Tourismus-Verband STV
Verband Seilbahnen Schweiz
Zürcher Hochschule für
Angewandte Wissenschaften ZHAW

Mit diesen Beteiligten startet 2017 das Pilotprojekt von «cause we care».

myclimate-Klimaschutzprojekt in den Walliser Alpen: Die neue Monte-Rosa-Hütte ist ein Vorzeigeprojekt für nachhaltige Beherbergung.

PANORAMA

Pluspunkt Innotour

Dank «cause we care» können Unternehmen ihre Kunden in den Klimaschutz einbeziehen. Zudem schafft die Vernetzung der Unternehmen neue Möglichkeiten, umweltfreundliche Leistungen zu vermarkten.

Projektdauer

2017 bis 2019

Kontakt

Stiftung myclimate
044 500 43 50
info@myclimate.org
www.myclimate.org

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
Holzikofenweg 36
3003 Bern