

INSIGHT

IMPULSE FÜR EINEN ERFOLGREICHEN SCHWEIZER TOURISMUS

**SPEZIAL
AUSGABE
20 JAHRE
INNOTOUR**



MILESTONE
EXCELLENCE IN TOURISM



SWISS
QUALITY HOTELS
INTERNATIONAL

MUSIKDORF
ERNEN+



AGROTURISMUS
SCHWEIZ
WWW.MYFARM.CH



CLARE LODGE
SCHAFFHAUSEN



PROGRESSO

DIE SCHWEIZER SCHLÖSSER
LES CHATEAUX SUISSES
I CASTELLI SVIZZERI
ILS CHÂTELS SVITZERS
THE SWISS CASTLES



IM FOKUS

DAS FÖRDERPROGRAMM HAT SICH BEWÄHRT

QUALITÄTSPROGRAMM 3.0
TOURISTISCHES
PIONIERLAND SCHWEIZ

7

HOTELKOOPERATIONEN
«GEMEINSAM SIND
WIR STÄRKER»

10

DESTINATIONS-MANAGEMENT
DER DRITTEN GENERATION
NEUE IMPULSE FÜR
WISSENSCHAFT UND PRAXIS

16

CHECK-IN

Liebe Leserin
Lieber Leser

20 Jahre Innotour! 20 Jahre innovative Projekte im Schweizer Tourismus.

Anlass genug, diesem Jubiläum eine «Insight»-Spezialausgabe zu widmen. Gerne stellen wir Ihnen entlang verschiedener Schwerpunktthemen ausgewählte Projekte aus den letzten 20 Jahren vor.

Die hier vorgestellten Projekte belegen – stellvertretend für insgesamt rund 300 Projekte –, dass mit der Unterstützung von Innotour Beachtliches im Schweizer Tourismus bewirkt wird.

Die abgeschlossene Innotour-Evaluation zeigt, dass sich Innotour in seiner aktuellen Form bewährt. Grundlegender Änderungsbedarf wurde nicht identifiziert. Dies freut und motiviert uns, mit Innotour auch in den kommenden Jahren wegweisende Projekte im Schweizer Tourismus zu unterstützen. Und wir hoffen, dass ein gemeinsamer Rückblick auf 20 erfolgreiche Innotour-Jahre auch Sie, liebe Leserin, lieber Leser, motiviert, eigene Projekte zu entwickeln und so den Schweizer Tourismus wettbewerbsfähiger zu machen.



Dr. Eric Jakob
Botschafter, Leiter Direktion
für Standortförderung

TITELBILD

Innotour unterstützte in 20 Jahren über 300 Projekte.

EIN BEWÄHRTES INSTRUMENT

RASCH – FLEXIBEL – EFFEKTIV

Innotour gibt es seit 20 Jahren und darf auf eine bewegte Geschichte zurückblicken. Das Förderprogramm des Bundes ist nicht mehr wegzudenken.



Innotour unterstützt auch die Weiterentwicklung neuer Berufsbilder im Tourismus.

Christoph Schlumpf, SECO

Das Bundesgesetz über die Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus (Innotour) ist am 1. Februar 1998 in Kraft getreten. Es war ursprünglich auf fünf Jahre befristet. Nach zwei Verlängerungen und einer Totalrevision traten per 1. Februar 2012 die heute gültigen unbefristeten Gesetzesgrundlagen in Kraft. Innotour ist das jüngste Gesetz der Tourismuspolitik des Bundes. In der 20-jährigen Geschichte wurden über 300 Projekte mit weit über 100 Millionen Franken unterstützt.

FLEXIBLES FÖRDERINSTRUMENT

Nicht nur die Projekte haben sich seither weiterentwickelt, sondern auch das Förderinstrument selber. So wurde Innotour laufend den aktuellen Bedürfnissen der Tourismusakteure angepasst. Das beste Beispiel ist der Wissensaufbau. Dieser ergänzt seit 2012 als dritter die beiden bisherigen Förderschwerpunkte Innovation und

«NICHT NUR DIE PROJEKTE HABEN SICH SEITHER WEITERENTWICKELT, SONDERN AUCH DAS FÖRDERINSTRUMENT SELBER.»

Zusammenarbeit. Er umfasst auch die Wissensdiffusion im Tourismus. Zum Schwerpunkt gehört die Informationstätigkeit des SECO im Tourismus, inklusive der Verbesserung der statistischen Grundlagen. Innotour hat sich als flexibles Förderinstrument erwiesen, mit welchem rasch auf kurzfristige Herausforderungen reagiert werden kann. Beispiele sind die Qualifizierungsinitiative für den touristischen Arbeitsmarkt in den Jahren 2003 bis 2007 oder die zusätzlichen 10 Millionen Franken für das tourismuspolitische Impulsprogramm 2016 bis 2019.

Im Rahmen der Totalrevision 2012 gab es bei Innotour weitere bedeutende Neuerungen. So wird seither das Erfordernis der Überbetrieblichkeit

strenger ausgelegt und die Förderung auf Projekte auf nationaler Ebene konzentriert. Mit der Einführung der Modellvorhaben (siehe Insight Nr. 20, Frühling 2018) werden regionale oder lokale Vorhaben jedoch weiterhin unterstützt, wenn sie für die ganze Schweiz Modellcharakter besitzen und zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz als Tourismusland beitragen.

ERFREULICHE EVALUATIONSERGEBNISSE

Die 2012 in Kraft getretenen totalrevidierten Innotour-Regulierungen wurden 2018 von INFRAS und dem Institut für Systemisches Management und Public Governance (IMP-HSG) der Universität St. Gallen evaluiert. Das Ergebnis zeigt, dass sie sich bewährt haben. Innotour ist ein zweckmässiges Förderinstrument für den Tourismus, Anpassungen der Grundlagen sind keine notwendig. Die Evaluation hält insbesondere fest, dass Innotour

die «Bottom-up»-Förderung und das breite Innovationsverständnis beibehalten, die Praxis zur Mittelkonzentration fortführen und am Kriterium der überbetrieblichen Projektförderung festhalten soll.

Optimierungs- und Weiterentwicklungspotenzial zeigt sich dagegen bei der Vernetzung der tourismuswirksamen Förderstellen und der Sensibilisierung für das Förderinstrument, beim Erfahrungs- und Wissensaustausch zwischen den Tourismusakteuren, bei der systematischen Wirkungsmessung und beim Eingabeprozess für Gesuche.

GEZIELTE WEITERENTWICKLUNG

Das SECO wird Innotour weiterentwickeln. Der Fokus liegt künftig auf der Digitalisierung, um die 2017 lancierte Digitalisierungsoffensive konsequent umzusetzen. Dabei sollen insbesondere Weiterbildungsanstrengungen zur Verbesserung der digitalen Kom-

petenzen der touristischen Akteure unterstützt werden.

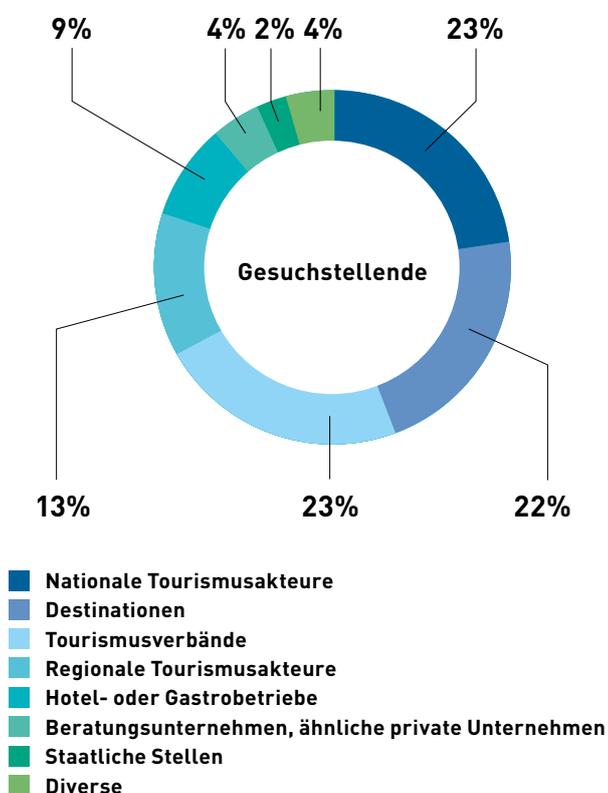
«DER FOKUS LIEGT KÜNFTIG AUF DER DIGITALISIERUNG.»

Zudem wird das SECO den Erfahrungs- und Wissensaustausch weiter einfordern und fördern. Dies gilt im Besonderen für Modellvorhaben. Wichtige Erkenntnisse aus beispielhaften Projekten sollen von der Tourismuspolitik noch aktiver als bis anhin in die Tourismuswirtschaft hineingetragen werden. Damit lässt sich die nachhaltige und langfristige Breitenwirkung der Projekte nochmals steigern. So plant das SECO für das Jahr 2019 eine Workshop-Serie zu verschiedenen Schwerpunktthemen.

INFORMATIONEN

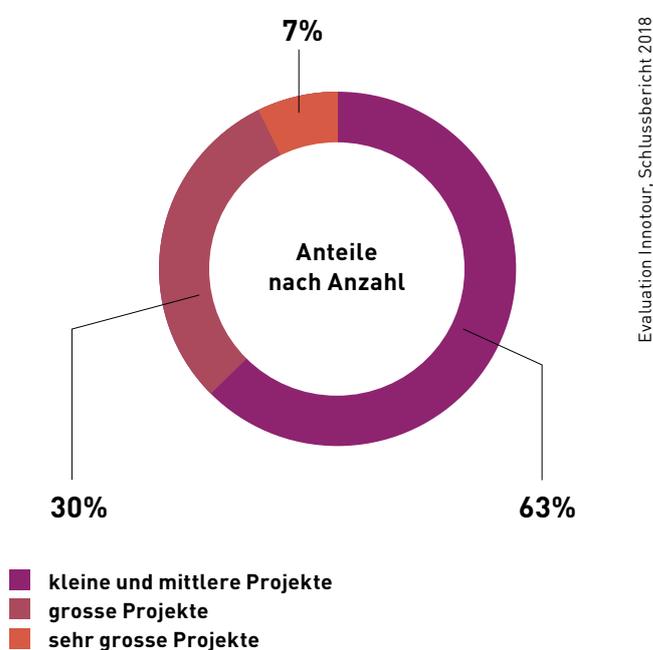
www.seco.admin.ch/innotour

INNOTOUR-PROJEKTE



Nationale und regionale Tourismusakteure, Destinationen und Tourismusverbände sowie Hotel- resp. Gastrobetriebe machen 90 Prozent aller Gesuchsteller aus. Die Projektträger sind sehr vielfältig und breit auf den ganzen Tourismussektor verteilt.

Evaluation Innotour, Schlussbericht 2018



Der Grossteil der Projekte (63 Prozent) erhielt weniger als 250'000 Franken. Sehr grosse Projekte (über 750'000 Franken) sind die Ausnahme. Nur rund 7 Prozent der Projekte sind als sehr gross einzustufen, diese machen 35 Prozent der Fördersumme aus. Insgesamt floss rund die Hälfte der Mittel in die 17 grössten Projekte. Entsprechend konnte das Ziel, den grösseren Teil der Mittel auf «wenige, bedeutende Vorhaben» zu konzentrieren, erreicht werden.

Evaluation Innotour, Schlussbericht 2018

DIE ANFÄNGE

INNOVATION UND ZUSAMMENARBEIT ALS TREIBER

Peter Keller war von 1973 bis 2008 Leiter der Tourismuspolitik beim SECO und gilt als einer der Väter von Innotour. Er erinnert sich an den Start des Programms.

Prof. em. Dr. Peter Keller,
Wirtschaftsfakultät Universität Lausanne

Nach lange anhaltendem Wachstum des Tourismus in der Nachkriegszeit folgten in den 1990er Jahren schwerwiegende Nachfrageeinbrüche, welche weitgehend auch auf hausgemachte strukturelle Schwächen zurückgingen. Für die zuständigen Bundesbehörden stellte sich damals die Frage, wie der Wiederaufschwung gefördert werden könnte. Sie entschieden sich in einem ersten Schritt für eine tiefgreifende Reorganisation des Reisezielmarketings, welches marktnäher und effizienter gestaltet wurde. In einem zweiten Schritt wurde mit der Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus ein neues Instrument geschaffen, welches den Strukturwandel fördern und das Angebot wettbewerbsfähiger machen sollte.

Das mit Innotour bezeichnete Instrument beruht auf der vom grossen Ökonomen Schumpeter gewonnenen

Einsicht, dass zusätzliches Wachstum nur möglich ist, wenn gleichzeitig Altes über Bord geworfen und Neues geschaffen wird. Dazu wollte man in der vorwiegend kleingewerblichen und lange Zeit mit Erfolg verwöhnten Tourismuswirtschaft das Beharrungsvermögen vermindern und die Innovationsbereitschaft erhöhen. Zudem wurde beabsichtigt, die horizontale und vertikale Zusammenarbeit zu verbessern, da Innovationen in der fragmentierten Tourismuswirtschaft ohne Zusammenarbeit mit Dritten nicht auf den Markt gebracht werden können.

BESONDERER TOURISTISCHER INNOVATIONSPROZESS

Mit Innotour wurde ein Kontrapunkt zur weitgehend technologisch ausgerichteten staatlichen Innovationsförderung im Rahmen der industriellen Standortpolitik gesetzt. Das neue Instrument berücksichtigte die Unterschiede zwischen dem industriellen

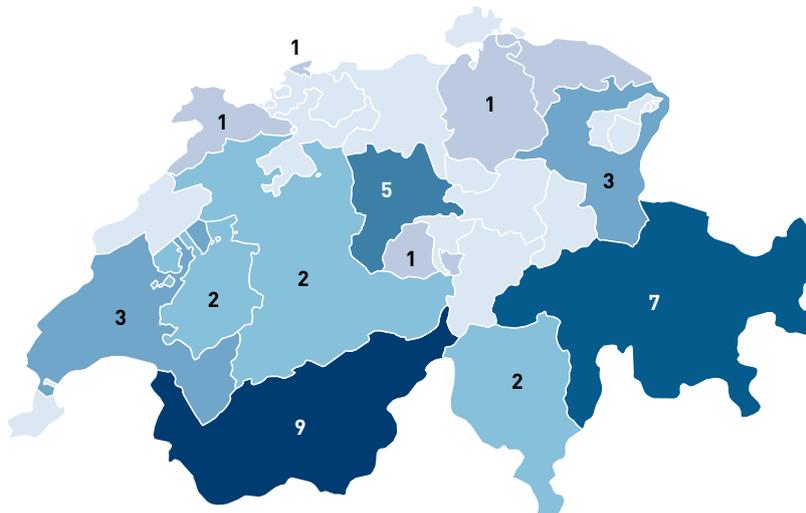
«MAN WOLLTE IN DER VORWIEGEND KLEINGEWERBLICHEN UND LANGE ZEIT VOM ERFOLG VERWÖHNTEN TOURISMUSWIRTSCHAFT DAS BEHARRUNGSVERMÖGEN VERMINDERN UND DIE INNOVATIONSBEREITSCHAFT ERHÖHEN.»

und dem touristischen Innovationsprozess. Die Industrie steht bekanntlich unter dem Druck, jährlich neue Produkte und Verfahren einzuführen. Die hohen Kosten der dazu notwendigen Forschung und Entwicklung kann sie bei erfolgreicher Markteinführung von Innovationen über den Patentschutz kompensieren.

In der touristischen Dienstleistungswirtschaft sind es – im Gegensatz zur Industrie – vor allem einzelne unternehmerische Persönlichkeiten, welche als unabhängige Innovatoren aufgrund eigener Ideen und Erfahrungen

INNOTOUR-PROJEKTE

Zwischen 2012 und 2017 konnten insgesamt 115 Projekte gefördert werden, davon 38 Modellvorhaben. Die meisten Modellvorhaben finden sich in den Kantonen Wallis, Graubünden und Luzern.



neue Dienstleistungen auf den Markt bringen. Sie stützen sich dabei auf bestehende Innovationen und holen fehlende Ressourcen über Kauf auf dem Markt oder Kooperationen ein. Da kein Patentschutz besteht, werden Innovationen im Tourismus von den Konkurrenten laufend kreativ nachgeahmt und verbessert.

«INNOVATIONEN KÖNNEN IN DER FRAGMENTIERTEN TOURISMUSWIRTSCHAFT OHNE ZUSAMMENARBEIT MIT DRITTEN NICHT AUF DEN MARKT GEBRACHT WERDEN.»

FOKUS AUF DIE KRITISCHEN PHASEN

Innotour trägt der Tatsache Rechnung, dass es in der tourismusabhängigen Wirtschaft nicht an Ideen fehlt und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit grösser als in anderen Wirtschaftsbereichen ist. Das Instrument fördert nicht auf dem Reissbrett bestehende Projektskizzen. Es ist ein umsetzungsorientiertes Instrument, das gezielt in die kritischen Phasen des touristischen Innovationsprozesses eingreift, indem es ausführungsfähige Projekte innovativer Unternehmer finanziell unterstützt, welche sonst nicht zustande kämen. Da viele dieser Projekte nur in enger Zusammenarbeit mit Dritten umgesetzt werden können, setzt Innotour dort finanzielle Anreize, wo die Umsetzung am schwierigsten ist, nämlich bei der partnerschaftlichen Leistungserstellung.



Grand Tour of Switzerland gehört zu den vielen erfolgreichen, von Innotour geförderten Projekten.

FIXER BESTANDTEIL DER TOURISMUSPOLITIK

Innotour war ursprünglich als befristetes Programm zur gezielten Beseitigung von strukturellen Schwächen konzipiert. Heute ist es eine gesetzlich verankerte Daueraufgabe, weil Tourismuspolitik in fortgeschrittenen Volkswirtschaften wie der Schweiz nicht auf Strukturhaltung ausgerichtet werden kann. Die tourismusabhängige Wirtschaft kann schwierigen Rahmenbedingungen trotzen, wenn sie in der Lage ist, mit einzigartigen Produkten und hervorragendem

«INNOTOUR SETZT DORT FINANZIELLE ANREIZE, WO DIE UMSETZUNG AM SCHWIERIGSTEN IST, NÄMLICH BEI DER PARTNERSCHAFTLICHEN LEISTUNGSERSTELLUNG.»

Vertrieb die Marktbedingungen so zu verändern und zu verbessern, dass sie damit Wettbewerbsvorteile erzielen kann. Dazu braucht es Innotour auch in Zukunft, wenn den Besonderheiten des touristischen Innovationsprozesses Rechnung getragen werden soll.

SCHWEIZER TOURISMUSPREIS MILESTONE

MEILENSTEINE FÜR INNOVATIVE PROJEKTE

Auch in der Tourismusbranche ist Innovation ein Schlüssel zum Erfolg.



«1518 INNOVATIVE PROJEKTE WURDEN BIS ANHIN EINGEREICHT.»

Milestone zeichnet innovative Projekte in der Tourismusbranche aus.

Gery Nievergelt, Chefredaktor htr hotel revue und Strategieverantwortlicher Milestone

Vor 19 Jahren lancierte die Fachzeitung htr hotel revue einen Preis für zukunftsfähige und erfolgreich umgesetzte innovative Projekte. Der Wettbewerb Milestone wurde rasch

zum Erfolg. Jahr für Jahr reichten mehr Bewerberinnen und Bewerber ihre Projekte ein, in der Hoffnung, die unabhängige Fachjury zu überzeugen und mit dem «Meilenstein» ausgezeichnet zu werden.

Nicht zuletzt durch die grosszügige Unterstützung durch Innotour avan-

cierte der Milestone zum Tourismuspreis der Schweiz. 1518 innovative Projekte wurden bis anhin eingereicht. Sie zeugen von der Innovationskraft einer sehr heterogenen Branche, die sich in den letzten Jahren grossen Herausforderungen stellen musste. Die jährlich im November stattfindende Preisverleihung im Berner Kursaal zählt zu den Top-Events im Tourismus. Rund 600 Leistungsträger besuchen jeweils den festlichen Anlass.

Doch der Milestone ist mehr als nur ein Wettbewerb. Mittels Wissenstransfer und im Rahmen von «Innovation Days» will Milestone zusammen mit Innotour und dem Schweizer Tourismusverband die Innovationskraft fördern und erfolgreiches Unternehmertum unterstützen.

INNOTOUR-SCHWERPUNKT: QUERSCHNITTSPROJEKTE

Innotour fördert Kreativität, Innovation und Qualität im Schweizer Tourismus – Themen, die gerade durch ein gutes Zusammenspiel mit anderen Sektoren Entfaltung finden. So spielen z.B. Sport oder Kultur im Tourismus eine zentrale Rolle. Entsprechend werden mit Innotour sektorübergreifende Projekte unterstützt, z.B. die Schneesportinitiative Schweiz oder die Stiftung Schweizer Museumspass.

Auch innerhalb des Tourismus gibt es zahlreiche Projekte mit Querschnittscharakter, welche von der ganzen Branche – und damit unterschiedlichen Akteursgruppen – getragen werden. Und von denen entsprechend die ganze Branche profitiert. In dieser Ausgabe werden zwei solcher Beispiele präsentiert: das Q-Programm und der Milestone-Tourismuspreis.

PANORAMA

Pluspunkt

Milestone prämiert zukunftsfähige und wegweisende Tourismus-Projekte.

Kontakt

Milestone
031 370 42 16
info@htr-milestone.ch
www.htr-milestone.ch

QUALITÄTS-PROGRAMM 3.0

TOURISTISCHES PIONIERLAND SCHWEIZ

Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus unterstützt seit über 20 Jahren touristische Leistungsträger in herausfordernden Zeiten.

Chantal Beck, Vize-Direktorin und Ressortleiterin Labels, Schweizer Tourismus-Verband

Vor 21 Jahren entstand das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus. Auslöser war ein drastischer Einbruch der Logiernächte in der Schweiz. Dazu geführt haben unter anderem hohe Preise, schlechte Werte in Zufriedenheitsumfragen und neue Gästebedürfnisse.

Die Tourismusbranche reagierte mit einer beispiellosen Zusammenarbeit und lancierte 1997 mit massgeblicher Unterstützung von Innotour ein Programm zur Verbesserung der Dienstleistungsqualität.

NEUE BEDINGUNGEN

2015 musste die Branche erneut wirtschaftliche Herausforderungen nach dem Frankenschock überwinden. Um die Tourismusbetriebe optimal unterstützen zu können, wurde das 20-jährige Qualitäts-Programm den neuen Bedingungen angepasst. Unter der Leitung des Schweizer Tourismus-Verbands und mit der Unterstützung von Innotour erarbeiteten die Branchenvertreter ein neues Konzept

und lancierten 2017 das sogenannte «Q-Programm 3.0». Mit rund 9000 Auszeichnungen und über 12'000 ausgebildeten Personen ist es europaweit das erfolgreichste derartige Programm.

FLEXIBEL UND INDIVIDUELL

Das «Q-Programm 3.0» ermöglicht einen unkomplizierten und kostengünstigen Zugang zum Thema Qualitätsmanagement. Es schärft den Blick für schlanke Abläufe, Gastfreundlichkeit und Mitarbeiterzufriedenheit. Ein weiterer Fokus liegt auf der Führungs- und Betriebsanalyse, dem Feedbackmanagement und der Umweltanalyse.

Das Qualitäts-Programm verleiht sein Gütesiegel auch Betrieben mit anerkanntem Qualitätsmanagement-System, wie zum Beispiel «ISO 9001». Zusätzlich kann aus einer Palette von Wahlmodulen mit Themen wie Erlebnisqualität, Kooperationen oder Gastfreundschaft ausgewählt werden. Eine Auswertung des Walliser Tourismus-Observatoriums hat gezeigt: Die mit einem «Q» ausgezeichneten Hotels erhalten durchschnittlich bessere Bewertungen von den Gästen.



Auch öffentliche Verkehrsmittel werden mit dem Qualitätslabel ausgezeichnet.



«SEIT DER LANCIERUNG VON INNOTOUR IST IM SCHWEIZER TOURISMUS DIE FREUDE AM INNOVIEREN DEUTLICH GESTIEGEN. DIE INNOVATIONSDYNAMIK LÄSST SICH NACHWEISEN.»

Prof. em. Dr. Hansruedi Müller

MIT QUALITÄT PUNKTEN

Da der Schweizer Tourismus nicht mit günstigen Preisen punkten kann, ist es unvermeidlich, den zahlungswilligen Gästen eine überzeugende Qualität zu bieten. Die enge Zusammenarbeit mit den Trägerorganisationen und mit Innotour stimmen zuversichtlich, dass mit solchen Initiativen die Schweiz auch in 20 Jahren noch als touristisches Pionierland wahrgenommen wird.

PANORAMA

Pluspunkt

Das Qualitäts-Programm ermöglicht touristischen Betrieben, die Dienstleistungsqualität zu prüfen, zu sichern und zielgerichtet zu optimieren.

Kontakt

Schweizer Tourismus-Verband
031 307 47 47
info@stv-fst.ch
www.stv-fst.ch

SCHWEIZER MUSEUMSPASS

ZUGANG ZU ÜBER 500 MUSEEN

Die Stiftung Schweizer Museumspass fördert die kulturelle Vielfalt, die Bildung und das Wissen in der Gesellschaft.



swiss-image.ch/Ivo Scholz

Der Schweizer Museumspass funktioniert als «Generalabonnement» für Kultur.

Nathalie Schliep, Geschäftsführerin
Schweizer Museumspass

Bereits 1993 planten Schweiz Tourismus und der Verband der Museen der Schweiz eine verbesserte Zusammenarbeit zwischen touristischen Anbietern und Museen. Nach mehreren gemeinsamen Diskussionsforen zu den Themen Museen und Tourismus gründeten Schweiz Tourismus und der Verband der Museen der Schweiz drei Jahre später zusammen mit dem Bundesamt für Kultur eine Stiftung zur Förderung der kulturellen Vielfalt, der Bildung und des Wissens in der Gesellschaft sowie deren Vermittlung und Verbreitung. Die Idee des Schweizer Museumspasses war geboren, ein

«Generalabonnement» für den freien Eintritt in Museen, der den Museumsbesuch attraktiver machen und die Besucherfrequenz erhöhen sollte.

STEIGENDE ZAHLEN

1996 beteiligten sich zu Beginn 150 Partnermuseen und die Stiftung verkaufte 3000 Museumspässe. Dank der Partnerschaft mit Raiffeisen ab dem Jahr 2000 stieg die Anzahl der Pässe schlagartig auf 400'000. Die 2006 eingegangene Partnerschaft mit Swiss Travel System ermöglichte die Integration des Museumspasses in deren Fahrkarten. Gäste, die mit einem solchen Fahrausweis unterwegs sind, haben nun ebenfalls freien Zutritt zu

beteiligten Museen. Hier bot Innotour beim Aufbau einer nachhaltigen Struktur willkommene Unterstützung. 2008 konnten rund 100'000 Museumseintritte über das Swiss Travel System verbucht werden.

Heute umfasst die Stiftung 515 Museen, Schlösser und Burgen. 2017 zückten über eine Million Besucherinnen und Besucher in Schweizer Museen den Museumspass oder eine der Partnerkarten. Besonders beliebt bei den Touristinnen und Touristen sind das Château de Chillon am Genfersee und das Matterhorn-Museum Zermatlantis in Zermatt.

«HEUTE UMFAST DIE STIFTUNG 515 MUSEEN, SCHLÖSSER UND BURGEN.»

EINZIGARTIGES ANGEBOT

Die weltweit einzigartige Kombination von öffentlichem Verkehr und Museen findet auch im Ausland viel Aufmerksamkeit. Das Angebot bringt den ausländischen Gästen neben Natur, Folklore, Schokolade und Uhren auch die vielfältigen Kulturschätze der Schweiz näher.

PANORAMA

Pluspunkt

Die Stiftung Schweizer Museumspass fördert die kulturelle Vielfalt, die Bildung und das Wissen in der Gesellschaft.

Kontakt

Schweizer Museumspass
044 271 41 41
info@museumspass.ch
www.museumspass.ch

SCHNEESPORTINITIATIVE SCHWEIZ

SCHNEESPORT LEICHT GEMACHT

Dank der Plattform GoSnow.ch können Schweizer Schulen einfach und kostengünstig eine Schneesportaktivität organisieren.

Tanja Frieden, Präsidentin Verein
Schneesportinitiative Schweiz

Schneesport ist Schweizer Kulturgut. «Alles fährt Ski» galt bis vor wenigen Jahren als typisch schweizerisch. Das soll auch in Zukunft so sein. Um vor allem Kinder und Jugendliche wieder vermehrt zum Schneesport zu animieren, gründeten nationale Verbände aus den Bereichen Sport, Sportartikel und Tourismus zusammen mit Kantonen und Bund im Mai 2014 den Verein Schneesportinitiative, eine öffentlich-private Partnerschaft zur Förderung des Schneesports.

EINFACHE ORGANISATION

Die Plattform GoSnow.ch erleichtert Lehrpersonen die Organisation von Schneesportaktivitäten. Neben Informationen und Lehrmitteln bietet sie vor allem fixfertig organisierte Schneesportlager und -tage zu attraktiven Preisen, die in jedes Schul- und Elternbudget passen. Alle Leistungen, wie zum Beispiel die Betreuungsperson vor Ort, sind inklusive.

Die Stärke des Programms liegt in der Einigkeit der verschiedenen Verbände und Akteure: vom Schweizer Tourismus-Verband und Seilbahnen Schweiz über die Sportartikel-Lieferanten und -Verkäufer, über Swiss Ski und Swiss Snowsports bis hin zu den Kantonen, den Lehrpersonen-Verbänden und dem Bund.

Die breite Abstützung des Non-Profit-Vereins in der Tourismusbranche und die Förderung durch Innotour haben sehr geholfen, aus einer Idee innerhalb kürzester Zeit eine funktionierende Vermittlungsplattform mit vielen attraktiven Angeboten zu gestalten.

ZIELGRUPPE FÖRDERN

Die Kinder und Jugendlichen von heute sind die Schneesport-Gäste von morgen. Durch eine gemeinsame Strategie lässt sich diese Zielgruppe gezielt fördern. Dank des Engagements der Dachverbände sind auch die Leistungsträger bereit, mit attraktiven Preisen mitzuziehen. Über 70 Schweizer Destinationen bieten spezielle Schneesportangebote für Schulen.



Schneesportinitiative Schweiz

Über 70 Schweizer Destinationen bieten spezielle Schneesportangebote für Schulen.



«INNOTOUR SETZT EIN DEUTLICHES ZEICHEN: KREATIVITÄT IST DER MOTOR FÜR EINEN QUALITATIV HOCHSTEHENDEN SCHWEIZER TOURISMUS.»

Dominique de Buman,
Präsident Schweizer Tourismus-Verband
und Präsident Seilbahnen Schweiz

40'000 Schweizer Schülerinnen und Schüler profitieren mittlerweile von den allumfassenden Angeboten oder modularen Leistungen von gosnow.ch. Die Anzahl der vermittelten und bewegten Kinder und Jugendlichen hat sich jährlich jeweils fast verdoppelt.

PANORAMA

Pluspunkt

Die Schneesportinitiative entstand aus einem vierjährigen Innotour-Projekt des Verbands Seilbahnen Schweiz. Heute bietet sie Schulen eine Buchungs- und Informationsplattform für Schneesportaktivitäten.

Kontakt

Schneesportinitiative Schweiz
031 307 47 52
info@schneesportinitiative.ch
www.gosnow.ch

HOTELKOOPERATIONEN

«GEMEINSAM SIND WIR STÄRKER»

Mehrere Hotelbetriebe in Grächen, im Lötschental und im Frutigland haben sich je zu einer Kooperation zusammengeschlossen. Olivier Andenmatten, Präsident der Matterhorn Valley Hotels, Lukas Kalbermatten, Mitglied der Kooperation Die Lötschentaler und Christopher Rosser, Präsident der Hotelkooperation Frutigland, teilen im Interview ihre Erfahrungen.

Interview: Silvia Wagner

Sie haben sich mit Ihrer Konkurrenz zusammengeschlossen. Ein ungewöhnlicher Schritt. Wie sind Sie auf die Idee gekommen?

Christopher Rosser: Für mich war immer klar: Wenn wir etwas ändern wollen, müssen wir gemeinsam aktiv werden. So lassen sich Volumen bündeln und Kosten sparen, auch bei Versicherungen, Kreditkartenkosten und Einkäufen. Gemeinsam können wir den Gästen einen Mehrwert bieten.

Lukas Kalbermatten: Bei uns waren die örtlichen Gegebenheiten ausschlaggebend. Es reicht heute nicht mehr, wenn jeder Hotelbetrieb seinen eigenen Mikrokosmos aufrechterhält. Keiner kommt wegen meinem Hotel ins Lötschental, er kommt wegen dem Lötschental.

Olivier Andenmatten: Wir arbeiten effizienter und können Kosten reduzieren. Gleichzeitig haben wir zu den gleichen Bedingungen das Angebot ausgebaut. Dank dem geteilten Marketingbudget konnten wir externe Profis beauftragen.

Kalbermatten: Mit der Zusammenarbeit erreichen wir auch mehr Sichtbarkeit gegenüber Behörden, Gemeinden und Lieferanten.



«KEINER KOMMT WEGEN MEINEM HOTEL INS LÖTSCHENTAL, ER KOMMT WEGEN DEM LÖTSCHENTAL.»

Lukas Kalbermatten

Gab es keine Widerstände?

Rosser: Vom Hotelierumfeld wurden wir anfangs belächelt. Kooperationen seien schon viele Male erfolglos ausprobiert worden.

Kalbermatten: Die einzigen negativen Stimmen kamen von den Hotels, die nicht mitgemacht haben. Aber die Gäste begrüßen es, wenn sie ein Hotel buchen und drei benutzen können.

Andenmatten: Das ist richtig. Die Gäste schätzen es, wenn sie in den verschiedenen Restaurants verschiedene Spezialitäten kennenlernen können.

War der Start leicht?

Andenmatten: Innotour hat das Ganze erst ins Rollen gebracht. Sobald wir Innotour als Partner gewonnen hatten, war es einfacher, auch andere zu gewinnen.

INNOTOUR-SCHWERPUNKT: BEHERBERGUNG UND GASTRONOMIE

Beherbergung und Gastronomie bilden die tragenden Säulen der Schweizer Tourismusbranche, und damit auch wichtige Themen für Innotour. Zu den klassischen Förderbereichen gehören insbesondere Kooperationen, die zu Effizienzsteigerungen führen, sowie Weiterbildungen, welche die Kompetenzen des Personals stärken. Wie der Lehrgang Progresso zur beruflichen Weiterentwicklung von Mitarbeitenden ohne Berufsabschluss oder die drei erfolgreichen Hotelkooperationen, die hier vorgestellt werden.

Für die Beherbergungsförderung des Bundes ist zudem die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) von zentraler Bedeutung. Sie gewährt subsidiär zu privaten Kapitalgebern Darlehen an Beherbergungsbetriebe, um die Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit der Beherbergungswirtschaft zu erhalten und zu verbessern. Auch die Neue Regionalpolitik (NRP) legt innerhalb der Tourismusförderung einen Schwerpunkt auf die Beherbergung. Sie finanziert vor allem Infrastrukturen, die öffentlich zugänglich sind und damit der Destination zugutekommen. Mit dem touristischen Impulsprogramm 2016–2019 hat der Bund die Förderung der Beherbergungswirtschaft durch die NRP und durch Innotour zusätzlich verstärkt.

Kalbermatten: Ohne Innotour wäre zwar der Zusammenschluss nicht gelungen. Aber nach drei Jahren kam der Wegfall der Unterstützung etwas abrupt. Wir standen noch nicht sicher auf eigenen Beinen. Es wäre besser gewesen schrittweise zurückzufahren.

Hat sich die Hotelkooperation gelohnt? Haben Sie einen Tipp für andere Hoteliers?

Rosser: Man merkt bereits, dass die Hotelbetriebe gesünder sind und darin investiert wurde. Wichtig ist, dass man Synergien gezielt nutzt und füreinander da ist. Den Unterschied sieht man vielleicht nicht immer in Franken oder Rappen, aber man kann sich als Gruppe viel Aufwand sparen.



«GEMEINSAM KÖNNEN WIR DEN GÄSTEN EINEN MEHRWERT BIETEN.»

Christopher Rosser

Die Partnerbetriebe gewähren einander den Blick in ihre Karten. Fällt Ihnen das leicht?

Rosser: Bei den reinen Zahlen fällt die Transparenz gewissen Kooperationsmitgliedern schon schwer. Eine Erfolgsrechnung oder eine Bilanz zu zeigen braucht bei der älteren Generation von Hoteliers noch etwas Überwindung.

Andenmatten: Wir hatten von Anfang an keine grossen Probleme damit. Wir haben keine Geheimnisse voreinander. Um miteinander vorwärts zu gehen, muss man einander kennen.

Ist es für Sie eine Option, mit weiteren Hotelbetrieben oder Hotelkooperationen zusammenzuarbeiten?

Kalbermatten: Bei uns macht die Kooperation nur lokal Sinn. Nach vier Jahren intensiver Zusammenarbeit stelle ich mir die Integration eines zusätzlichen Betriebes schwierig vor.

Und wie sieht es im Frutigland aus?

Rosser: Wir haben vor, an die Lenk zu erweitern. Und wir wollen mit verschiedensten Betrieben von der Jugendherberge bis hin zum Fünfsternehotel zusammenarbeiten. Das ist für mich der Schlüssel zum Erfolg. So funktionieren die Gäste heute, sie interessieren sich für Bikehotels und gleichzeitig für luxuriöse Wellnessaufenthalte.

Andenmatten: Wir sehen das auch so. Wir haben den Namen bewusst so gewählt, dass alle Interessierten aus dem «Matterhorn Valley» aufgenommen werden können.



«WIR HABEN KEINE GEHEIMNISSE VOREINANDER.»

Olivier Andenmatten

Hotelkooperation	Anzahl Hotelbetriebe	Region	Start der Kooperation	Website
Die Lötschentaler	4	Lötschental (VS)	2013	www.dieloetschentaler.ch
Matterhorn Valley Hotels	3	Grächen (VS)	2003	www.matterhornvalleyhotels.ch
Frutigland	11	Adelboden, Frutigen, Kandersteg, Faulensee (BE)	2014	Online ab Ende 2018

LEHRGANG PROGRESSO

NEUE CHANCEN FÜR VIELE MITARBEITENDE

Innotour unterstützt die Qualifizierung von Mitarbeitenden ohne Berufsabschluss in der Hotellerie und Gastronomie.

Max Züst, Direktor Hotel & Gastro formation Schweiz

Trotz des in den Neunzigerjahren lancierten Lehrgangs Progresso und weiteren Bildungsangeboten der sozialpartnerschaftlich getragenen Berufsbildungsorganisation «Hotel & Gastro formation Schweiz» geriet das Gastgewerbe früher oft in die Kritik, nichts für die Qualifizierung ungelerner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu unternehmen. Auch der umtriebige Berufsbildungs-Politiker Rudolf Strahm gehörte zu diesen kritischen Stimmen. In einem 2001 mit ihm geführten Gespräch zeigte er sich aber beeindruckt von der Breite des Bildungsangebotes. Und wurde so zum Türöffner für die Innotour-Gelder.

ANSTURM AUF KURSE

Der bereits seit 1994 existierende Lehrgang Progresso erfuhr dank der finanziellen Unterstützung durch Innotour einen neuen Aufschwung. Innotour finanzierte zwischen 2004 und 2007 die Hälfte des Lehrgangs. Die andere Hälfte wurde durch die Branche getragen. Das ermöglichte eine Erhöhung der



Die Mitarbeitenden lernen dank Progresso das Berufshandwerk.

Personalressourcen für die Projekte, eine umfassende Konzeptüberarbeitung und zusätzliche Marketingaktivitäten. Mit Erfolg: In den darauffolgenden Jahren erfolgte ein Ansturm auf die Kurse.

HANDWERK ERLERNEN

Progresso avancierte zu einem Beispiel für Anschlusslösungen in der beruflichen Ausbildung. Die fünfwöchige Basisbildung professionalisiert die Arbeitsschritte in den Fachbereichen Küche, Service, Hauswirtschaft oder der Systemgastronomie. Die Mitarbeitenden lernen das Berufshandwerk, werden produktiver und können so mehr Verantwortung übernehmen.

Das 2007 entwickelte Folgeprojekt Progresso plus bietet eine Passerelle. Das Weiterbildungsangebot ermöglicht Erwachsenen innerhalb eines Jahres ein Berufsattest als «Küchenangestellte/r EBA» oder «Restaurationsangestellte/r EBA» zu erwerben.

MEHR QUALITÄT

Die finanzielle Unterstützung durch Innotour bot nicht nur dem Gastgewerbe und vielen Mitarbeitenden berufliche Entwicklungschancen, sie erreichte damit auch eine höhere Qualität der Angebote in der Schweizer Hotellerie und Gastronomie.

PANORAMA

Pluspunkt

Die Basisbildung Progresso ermöglicht ungelerten Angestellten im Gastgewerbe eine berufliche Qualifizierung.

Kontakt

Hotel & Gastro formation Schweiz
041 392 77 77
info@hotelgastro.ch
www.mein-progresso.ch



«GUT AUSGEBILDETE MITARBEITENDE SIND DAS FUNDAMENT DER SCHWEIZER GASTFREUNDSCHAFT. ES LOHNT SICH, IN SIE ZU INVESTIEREN.»

Andreas Züllig
Präsident hotelleriesuisse

BERATUNGSSTELLE SICHERHEIT

MIT SICHERHEIT DIE FERIE GENIESSEN

Der Verband Seilbahnen Schweiz sorgt mit Unterstützung von Innotour für die Sicherheit von Winter- und Sommeranlagen.

Alexander Bernhard, Direktor Seilbahnen Schweiz SBS

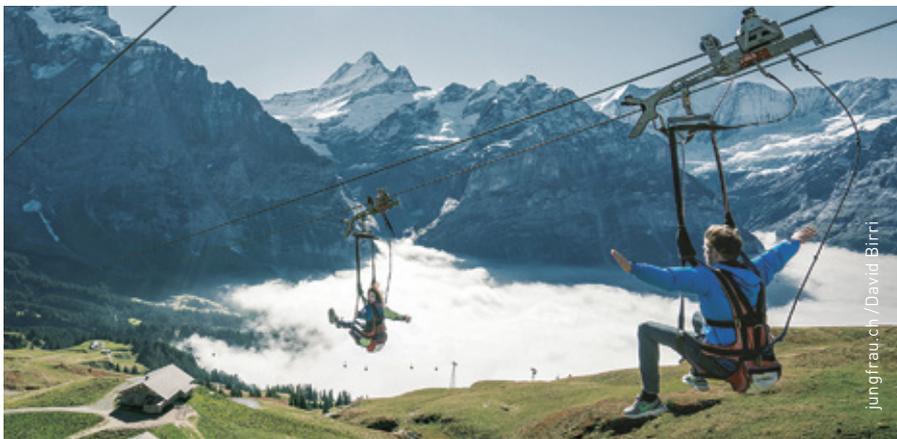
Ist das Fangnetz in der Kurve der Schlittelpiste hoch genug? Ist das Gefälle für einen Bike-Trail geeignet? Die Beratungsstelle Sicherheit des Verbands Seilbahnen Schweiz

beantwortet alle Sicherheitsfragen der Bergbahnen zu Skipisten und Sommeraktivitäten wie Rodelbahnen, Trottinett-Strecken oder Spielplätze. Dank den spezifischen Sicherheitsberatungen können die Tourismus-Destinationen die Qualität ihrer Angebote steigern.

HOHE ANFORDERUNGEN

Die Sicherheitsexpertinnen und -experten von SBS führen auch die Abnahmen der Pisten und Sommeranlagen durch, rund 100 im Winter und 90 im Sommer. Von ihnen erhalten die Bergbahnen die entsprechenden Gütesiegel. Die Anforderungen sind dabei für den Sommer wesentlich höher, da sie zahlreiche unterschiedliche Aktivitäten betreffen. So hat die Beratungsstelle Sicherheit beispielsweise einen speziellen «Trotti-Leitfaden» erstellt.

Die Beratungsstelle für den Bereich Schneesport wurde 2010 ins Leben gerufen. 2012 folgte der Aufbau der Beratungsstelle für Sommeraktivitäten. Innotour beteiligte sich massgeblich an beiden Projekten.



jungfrau.ch / David Birri

Spezifische Sicherheitsberatungen fördern eine hohe Qualität im Schweizer Tourismus.

«DANK DEN SPEZIFISCHEN SICHERHEITSBERATUNGEN KÖNNEN DIE TOURISMUS-DESTINATIONEN DIE QUALITÄT IHRER ANGEBOTE STEIGERN.»

PANORAMA

Pluspunkt

Der Verband Seilbahnen Schweiz führt eine Beratungsstelle Sicherheit für die Bereiche Schneesportabfahrten und Sommeraktivitäten.

Kontakt

Seilbahnen Schweiz
031 359 23 33
info@seilbahnen.ch
www.seilbahnen.org

INNOTOUR-SCHWERPUNKT: BERGBAHNEN UND MOBILITÄT

Die Mobilität ist ein zentrales Element des Tourismus. Sie ist Bindeglied zwischen Herkunftsort und Destination sowie zwischen den einzelnen Ausflugszielen einer Reise. Sie kann sogar selbst Element des touristischen Erlebnisses sein, wie beispielsweise eine Bahnreise entlang der neuen «Grand Train Tour of Switzerland». Qualität, Zuverlässigkeit und verlässliche Informationen sind entsprechend im Bereich Mobilität unabdingbar.

Mit Innotour können genau diese Attribute gefördert werden. Bisherige Projekte legen dabei häufig den Schwerpunkt auf Kooperation sowie Wissensaufbau und -verbreitung. Unterstützt wurden beispielsweise die Onlineplattform SchweizMobil sowie die Beratungsstellen des Verbandes Seilbahnen Schweiz für Sommeraktivitäten und zur Optimierung der Pistensicherheit, welche in dieser Ausgabe präsentiert werden. Ergänzend zu Innotour werden zudem touristische Mobilitätsinfrastrukturen wie insbesondere Bergbahnprojekte durch die neue Regionalpolitik (NRP) unterstützt.

SCHWEIZMOBIL

30'000 KILOMETER WEGWEISENDE ROUTEN

Der Langsamverkehr für Freizeit und Tourismus in der Schweiz vernetzt sich.



SchweizMobil

Die Routen von SchweizMobil erfreuen sich grosser Beliebtheit.

Lukas Stadtherr, Mitglied der Geschäftsleitung SchweizMobil

SchweizMobil startete im Frühling 2008. Es ist die Weiterentwicklung von Veloland Schweiz, das zehn Jahre zuvor eröffnet wurde. Das Netzwerk des Langsamverkehrs für Freizeit und Tourismus umfasst im Sommer ge-

genwärtig eine Gesamtlänge von über 30'000 Kilometern an Wander-, Velo-, Mountainbike-, Skating- und Kanurouten. Rund 200'000 Wegweiser und 500 Infotafeln weisen den Gästen den Weg. SchweizMobil koordiniert die Bereiche Infrastruktur, Dienstleistungen, Information und Vermarktung über administrative, mobilitätsspezifische oder branchenübliche Grenzen hinweg. Die Organisation arbeitet mit zahlreichen öffentlichen und privaten Partnern zusammen.

ERFOLGREICHES ANGEBOT

Der Erfolg darf sich sehen lassen: Jährlich nutzen 920'000 Personen die Wanderland- und 750'000 Personen die Veloland-Routen von SchweizMobil. Die Besuche der Website sind von 1,1 Millionen (2008) auf über 12 Millionen (2017) angestiegen. Gemäss Erhebungen erzielen Anbieterinnen und Anbieter von An- und Rückreise, Beherbergung und Verpflegung dank SchweizMobil jährlich einen Umsatz von über 700 Millionen Franken.

Die Förderung von SchweizMobil durch Innotour ist bedeutend. Entwicklungsprojekte im Velo- und Mountainbike-Land Schweiz, der Aufbau von SchweizMobil lokal, Innovationen im Bereich der Web-Kommunikation und das laufende Projekt «SchweizMobil 2020» (Ausbau Kommunikation, Aufbau Winterangebote und Kooperation mit dem Schweizer Alpen-Club SAC für Bergsportangebote) erhielten finanzielle Unterstützung.

DAS AUSLAND ZEIGT INTERESSE

Das Angebot ist weltweit einzigartig, was sich auch am grossen Interesse aus dem Ausland zeigt. SchweizMobil durfte bereits in mehr als 20 Ländern als «Best practice» präsentiert werden.

SchweizMobil engagiert sich auch in Zukunft für die Koordination und Standardisierung der Routen, der Signalisation und der Informationen. Das entspricht dem Bedürfnis der Gäste und nützt der Tourismusbranche. Die Angebote von SchweizMobil erfahren deshalb auch Unterstützung durch Schweiz Tourismus: Sie sind in den Kommunikationsmitteln und Kampagnen der Organisation integriert, für den nationalen und internationalen Markt.

PANORAMA

Pluspunkt

SchweizMobil umfasst die Sommerangebote Wandern, Velo, Mountainbike, Skating und Kanu sowie seit kurzem auch die Winterangebote Winterwandern, Schneesuhwandern, Langlaufen und Schlitteln.

Kontakt

Stiftung SchweizMobil
031 318 01 28
info@schweizmobil.ch
www.schweizmobil.ch



«TOURISMUS MUSS SICH
IMMER WIEDER MODERNISIEREN.
DAMIT WIR AM BALL BLEIBEN,
HILFT UNS INNOTOUR DAS ANGEBOT
À JOUR ZU HALTEN.»

Stefan Engler
Präsident Stiftung SchweizMobil

MUSIKDORF ERNEN

DAS FESTIVAL MIT HERZ

Das Festival Musikdorf Ernen ist für die lokale Wirtschaft eine unverzichtbare Grösse geworden.

Francesco Walter, Intendant
Festival Musikdorf Ernen

Seit 45 Jahren ist das Musikdorf Ernen ein erfolgreiches Kulturprojekt im Wallis. Es bietet jeden Sommer ein reiches Angebot an Kammermusik-, Klavier-, Jazz-, Orchester- und Barockkonzerten. Neben Lesungen und einer Biographie-Werkstatt steht jeweils auch ein Schreibseminar mit der berühmten Krimiautorin Donna Leon auf dem Programm. Es ist ein Festival mit Herz: Nach Ernen kommen Gäste und Musikschafter aus Leidenschaft für Musik, Natur und kulinarischen Genuss. Von Anfang an nahm die Förderung junger Musikerinnen und Musiker in Meisterkursen einen zentralen Platz ein.

WACHSENDER ERFOLG

In den vergangenen 15 Jahren hat sich die Organisation des Festivals professionalisiert. Das Budget stieg von 220'000 auf 760'000 Franken. Die Zahl der verkauften Eintrittskarten hat sich seit 2004 mehr als verdreifacht. Dank der grosszügigen Anschubfinanzierung von Inntour konnte sich Ernen erfolgreich als Musikdorf positionieren.

PANORAMA**Pluspunkt**

Mit dem Festival Musikdorf Ernen bietet das Bergdorf im Goms ein weltweit bekanntes musikalisches und literarisches Kulturangebot mit hoher Wertschöpfung für die Wirtschaft.

Kontakt

Musikdorf Ernen
027 971 10 00
mail@musikdorf.ch
www.musikdorf.ch



Das Musikdorf Ernen im Wallis strahlt über die Landesgrenzen hinaus.

Das Musikdorf Ernen ist eine Bereicherung für Dorfbewohnerinnen und -bewohner, Gäste, Musikschafter, für die lokale und regionale Wirtschaft. Die zusätzlichen Feriengäste besuchen Hotels, Ferienwohnungen, Restaurants und Geschäfte. Auch die Organisation gibt 50 Prozent der Aufwände im Wallis aus.

«DAS MUSIKDORF ERNEN IST EINE BEREICHERUNG FÜR DORF, GÄSTE, MUSIKSCHAFFENDE UND WIRTSCHAFT.»

INNOTOUR-SCHWERPUNKT: DESTINATIONEN UND REGIONEN

In erster Linie finanziert Innotour Projekte mit nationaler Ausrichtung. Innotour steht aber auch für regionale und lokale Vorhaben zur Verfügung, sofern diese für die ganze Schweiz Modellcharakter besitzen und die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz als Tourismusland stärken. Ziel ist es dabei, dass möglichst viele Akteurinnen und Akteure im Schweizer Tourismus von den Erfahrungen mit erfolgreichen Innovationen profitieren und von den Ideen inspiriert werden.

So hat beispielsweise das Destinationsmanagement der dritten Generation, ein von Innotour unterstütztes regionales Innovationsprojekt der Hochschule St. Gallen, auf nationaler Ebene neue Impulse für Wissenschaft und Praxis geliefert. Auch das durch Innotour unterstützte Musikdorf Ernen stellt ein Beispiel für eine für den Tourismus exemplarische, erfolgreiche regionale Produktentwicklung dar.

DESTINATIONSMANAGEMENT DER DRITTEN GENERATION

NEUE IMPULSE FÜR WISSENSCHAFT UND PRAXIS

Das von Innotour unterstützte Innovationsprojekt der Universität St. Gallen hat neue Wege für die marktorientierte Destinationsplanung und -entwicklung ermittelt.

Prof. Dr. Pietro Beritelli, Institut für Systemisches Management und Public Governance der Universität St. Gallen

Das Projekt «Destinationsmanagement der dritten Generation» erfolgte in zwei Schritten. Beide Teilprojekte wurden von Innotour gefördert. Das erste Teilprojekt beschäftigte sich mit einem neuen Rollenverständnis für Tourismusorganisationen. Die gewonnenen Resultate aus den Regionen Interlaken, St. Gallen-Bodensee und Nyon Région Tourisme zeigten auf: Das Verständnis einer Destination muss praxisbezogener sein und die Sicht der Reisenden miteinbeziehen.

Das zweite Teilprojekt identifizierte Gästeströme und zeigte deren Konsequenzen für die Tourismusorganisationen auf. Teilnehmende Regionen waren Fribourg Region, Jura & Drei-Seen-Land, Chur, Toggenburg, Hasli-berg und Schaffhauserland Tourismus.

NEUE IMPULSE

Die Resultate brachten neue Impulse in Wissenschaft und Praxis. Der daraus entstandene «Besucherstrom-Ansatz» hilft Akteurinnen und Akteuren der Destination, die Vielfalt der Nachfrage in einem bestimmten Gebiet zu verste-

hen und zielgerichtet zu entscheiden und zu handeln.

In der Praxis hat sich die Methode sehr gut bewährt, etwa für die Gestaltung der Arbeitsteilung zwischen Tourismusorganisationen und Akteuren, für die Entwicklung neuer Erlebnissräume, zur Potenzialschätzung von Investitionen oder für die Stadt- und Quartierentwicklung.

WELTWEITE ANWENDUNG DER RESULTATE

Seit 2013 unterstützt das St.Galler Institut für Systemisches Management und Public Governance für Destinationsmanagement Projekte in der Schweiz. Im nahen Ausland wendeten Regionen wie Bodensee-Vorarlberg, verschiedene Ortschaften in Trentino sowie Alpi Marittime und Valpolicella in Zusammenarbeit mit der Trentino School of Management die Methode an. Dank der Kooperation mit Swiss-contact setzen Destinationen die Methode mittlerweile weltweit ein, wie in Laos, Mazedonien, Kosovo, Indonesien, Tunesien, Kolumbien und Britisch-Guayana.



«WENN LEISTUNGSTRÄGER NÄHER ZUSAMMENRÜCKEN, KÖNNEN SIE MIT GEBÜNDELTER KOMPETENZ MIT DEN GLEICHEN MITTELN VIEL MEHR ERREICHEN.»

Damian Constantin
Direktor Valais/Wallis Promotion

PANORAMA

Pluspunkt

Das St.Galler Modell für Destinationsmanagement dient dem Verständnis der strategischen Besucherströme.

Kontakt

Prof. Dr. Pietro Beritelli, IMP-HSG
Research Center for Tourism and Transport
071 224 23 46
pietro.beritelli@unisg.ch
www.sgdm.ch

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