



INSIGHT⁺

IMPULSE FÜR EINEN ERFOLGREICHEN SCHWEIZER TOURISMUS

IM FOKUS

WORKATION – DIE ZUKUNFT DES TOURISMUS?

AUSBLICK SCHWEIZ

«WORKATION WIRD LOKALEN
TOURISMUS BEFLÜGELN»

4

COWORKING UND COLIVING

INNOVATIVE IDEEN INMITTEN
DER ALPEN

6

INNOVATIVE ZUKUNFT

NEUE KONZEPTE FÜR
BUSINESSHOTELS

7

Valais Wallis Promotion, Pascal Gertschen



Christoph Schlumpf

In Bellinzona profitierten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des «Walk the talk» von einem Spaziergang auf den Mauern des Schlosses Castelgrande, das im Jahr 2000 zum Unesco-Welterbe erklärt wurde.

«WALK THE TALK»

WORKATION – DIE ZUKUNFT DES TOURISMUS?

Die Schweizer Tourismusakteure sehen sich einem neuen Trend gegenüber, der die Branche verändern könnte: Workation. Innotour hat zwei Events veranstaltet, um ihnen die Vorteile näherzubringen.

Carole Berset, Journalistin Insight

«Sechs von zehn Beschäftigten können sich vorstellen, Arbeit und Freizeit bei einem Coworkation-Aufenthalt zu verbinden und zwei Drittel der Arbeitgebenden erklären sich bereit, ihnen dies zu ermöglichen.» Mit diesen Worten begann der Moderator Jürg Schmid den ersten «Walk the talk»-Event in diesem Jahr. Er bezog sich dabei auf eine Umfrage des Verbands Coworkation-Alps in der D-A-CH-Region aus dem Jahr 2021 und ergänzte: «Im selben

Jahr stellte remote.com jedoch fest, dass die Schweiz im Ranking der 100 attraktivsten Reiseziele für Telearbeit den 40. Platz belegt.» Was bedeuten diese Zahlen für den Schweizer Tourismus? Wie kann sich die Branche die neue Kombination aus Arbeit und Ferien zunutze machen?

Zu Gesprächen rund um diese Fragen trafen sich am 29. August und am 15. September rund hundert Fachleute aus dem Tourismussektor. Bei den beiden Anlässen, die im Memox in Zürich und erstmals im Tessin im Cas-

telgrande von Bellinzona stattfanden, wechselten sich Vorträge und inspirierende Diskussionen ab. Mit Blick auf dieses sehr konkurrenzfähige Angebot zur Verbindung von Arbeit und Freizeit, das in der Schweiz erst in den Kinderschuhen steckt, rief Innotour-Programmleiter Christoph Schlumpf in Erinnerung, wie wichtig der Erfahrungsaustausch ist. Getreu dem «Walk the talk»-Konzept fanden zwischen den Vorträgen Spaziergänge durch das Zürcher Quartier Europaallee und auf dem Gelände der historischen Festung von Bellinzona statt.

CHANCEN NUTZEN

Lorenz Ramseyer, Remote Work Consultant und Präsident des Vereins Digitale Nomaden Schweiz, hob am Beispiel Madeira das Potenzial von Workation für den Tourismus hervor. «Auf der portugiesischen Insel hat sich die Zahl der digitalen Nomaden dank neuer Coworking-Spaces innert einem Jahr verzehnfacht. Die Investitionen liessen ausserdem rund hundert neue Unternehmen entstehen.» Der neue Trend zieht zum einen ein Publikum an, das überwiegend in der Nebensaison und für einen längeren Zeitraum verreist, zum anderen bringt er eine andere Art von Tourismus hervor, die sich vom «Fast Tourism» unterscheidet. Obwohl einige Gäste auch Kontakte und Begegnungen suchen, wollen die meisten in erster Linie einige Tage oder Wochen Ruhe, um zum Beispiel ein Projekt fertigzustellen. Mit der Vorstellung von Angestellten, die am Strand arbeiten, hat Workation eher wenig zu tun; zum Konzept gehört stattdessen eine Mindestausstattung wie geeignete Möbel und schnelles Internet. Drei Schweizer Projekte, die diese verschiedenen Aspekte zur Geltung bringen, wurden bei dem Event vorgestellt: InnHub La Punt, PuraWorka (S. 6) und Workplayz. Etwas anders ist das Konzept von Alpine Sabbatical, das einen gesundheitsorientierten Ansatz verfolgt (S. 5).

MIT DER VORSTELLUNG VON ANGESTELLTEN, DIE AM STRAND ARBEITEN, HAT WORKATION EHER WENIG ZU TUN; ZUM KONZEPT GEHÖRT STATTDESSEN EINE MINDESTAUSSTATTUNG WIE GEEIGNETE MÖBEL UND SCHNELLES INTERNET.

Mitten im Engadin will der imposante Coworking-Space InnHub La Punt das Networking fördern. Für Geschäftsführerin Gioia Deucher geht es dabei um die Schaffung idealer Bedingungen, damit sich Menschen aus aller Welt begegnen und gegenseitig inspirieren können. Mit 70 Betten sowie Sport- und Bildungsangeboten können die Gäste im InnHub La Punt erleben, wie sich Körper und Geist im Einklang befinden.

Die Plattform Workplayz bietet ihrerseits Workation-Aufenthalte zwischen zwei und fünf Tagen in 20 Partnerhotels an, welche Unternehmen für ihre Beschäftigten reservieren können. «Workation ist für den Tourismus umso



Timo Magyar

Ein Spaziergang durch das sehr moderne Zürcher Viertel «Europaallee» bot Gelegenheit, sich im Freien zu treffen und auszutauschen.

relevanter, als die Millennials und die Generation Z, die viel Flexibilität bei der Arbeit wollen, bis 2025 rund 75 Prozent der Beschäftigten ausmachen werden», erläuterte Deborah Leutolf Van Zee, Mitgründerin des Projekts. «Es ist also im Interesse der Unternehmen, hier neue Standards zu setzen.»

ATTRAKTIVITÄT DES ARBEITGEBERS

Der zweite Teil des Events in Zürich war den Herausforderungen für Arbeitgeber gewidmet, die mit dieser neuen Arbeitsweise einhergehen. Beispielsweise gibt das IT-Unternehmen Redguard seinen 80 Beschäftigten die Möglichkeit, einmal pro Jahr für vier bis sechs Wochen Workation zu machen. Sven Vetsch, einer der Geschäftsführer, betonte jedoch die Notwendigkeit, für einen erfolgreichen Aufenthalt klare Regeln vorzugeben, insbesondere in Bezug auf den Personalbedarf und die vor Ort zu leistende Arbeit. «Unsere Mitarbeiter sind davon begeistert und so können wir uns auf einem immer angespannteren Arbeitsmarkt von anderen abheben.»

Laura Meyer, Direktorin von Hotelplan, freut sich über diese Entwicklung: «Ein Reiseveranstalter kann Workation nicht nur mit Blick auf die Kundinnen und Kunden, sondern auch für die eigenen Angestellten nutzen. Das Konzept sollte als Chance gesehen werden, die Attraktivität der Branche zu erhöhen und neue Talente für sich zu gewinnen.» So stellt die Gruppe ihren Teams seit Februar 2022 eine Villa auf Zypern zur Verfügung, in der sie Arbeit und Freizeit kombinieren können.

Allerdings sprach Laura Meyer auch über eine Herausforderung, die sich den Unternehmen und den Tourismusakteuren in den kommenden Jahren gleichermassen stellen wird: Workation für alle, die dies möchten, verfügbar zu machen. Einige berufliche Aufgaben eignen sich dafür weniger gut als andere. Es wird also darum gehen, innovative Lösungen zu finden, um die Angebote entsprechend anzupassen. Und auch Familien sollten als Zielgruppe mehr in den Fokus rücken.

«WORKATION WIRD LOKALEN TOURISMUS BEFLÜGELN»

Ortsflexibles Arbeiten bietet für den (Berg-)Tourismus neue Chancen. Jürg Schmid, Mitgründer der Schmid, Pelli & Partner AG und Moderator der «Walk the talk»-Events, spricht über diesen neuen Markt.

Interview mit Jürg Schmid, Mitgründer der Schmid, Pelli & Partner AG und Moderator der «Walk the talk»-Events.

Inwiefern sind die Workshops der «Walk the talk»-Events wegweisend?

Jürg Schmid: Das Konzept «Workation» ist nicht neu, aber im Zuge der Pandemie hat sich unser Verhältnis zur Arbeit verändert und die Idee fand immer mehr Anhängerinnen und Anhänger. Die Tourismusakteure haben bisher aber noch nicht erkannt, welche wirtschaftlichen Möglichkeiten dieser neue Trend für die kommenden Jahre bietet. Die Workshops sollten ihnen diese Tatsache bewusst machen und Gelegenheit zum Austausch bieten, damit sie den Erwartungen dieser neuen Zielgruppe gerecht werden.

Wer sind die typischen Workation-Gäste?

Jürg Schmid: Die Zahl der digitalen Nomadinnen und Nomaden aus dem Ausland, die sich mehrere Wochen in der Schweiz aufhalten, ist nach wie vor verschwindend klein; sie sind also nicht die Hauptzielgruppe. Die meisten Gäste suchen Ruhe ganz in der Nähe. Sie wollen sich einige Tage oder Wochen an einen ruhigen Ort zurückziehen – häufig in die Berge –, um zum Beispiel ein Projekt fertigzustellen. Insofern wird Workation den lokalen Tourismus beflügeln.

Inwieweit rentiert sich das für die Unternehmen?

Jürg Schmid: Das Marktpotenzial ist riesig, da diese Gäste in der Nebensaison kommen. Ein Betrieb, der eine passende Infrastruktur zur Verfügung stellt, also mindestens einen grossen Schreibtisch, einen ergonomischen Bürostuhl und eine stabile Internetverbindung, kann seine Auslastung damit in dieser Zeit



Timo Magyar

Laut Jürg Schmid suchen die meisten Workation-Kunden Ruhe ganz in der Nähe - oft in den Bergen -, um ein Projekt fertigzustellen.

deutlich erhöhen. Auch die Orte selbst können einen Beitrag leisten und ihre Angebote an den Rhythmus dieser Gäste anpassen, beispielsweise mit späteren Öffnungszeiten in den Museen oder Stundenkarten für das Skigebiet.

Gibt es Risiken?

Jürg Schmid: Mir fallen nur wenige ein. Gewisse Betriebe bringen allerdings nicht die nötigen Voraussetzungen mit, um ihre Infrastruktur an diese Nachfrage anpassen zu können. Für sie kann eine entsprechende Umstellung also riskant sein. Laut den von uns durchgeführten Umfragen sind Ferienhäuser – die mehr Platz bieten als ein einfaches Hotelzimmer – häufig besser für einen solchen Aufenthalt geeignet als andere Unterkünfte.

Wie sehen Sie allgemein die künftige Entwicklung des Schweizer Tourismus?

Jürg Schmid: Trotz der verschiedenen Krisen, die wir gerade durchmachen, bleibt der Sektor wettbewerbsfähig, umso mehr dank des «Workation»-Konzepts, das ich als eine zen-

trale gesellschaftliche Entwicklung betrachte, die von Dauer sein dürfte. Darüber hinaus wird der Klimawandel die Attraktivität der Bergregionen verändern und dafür sorgen, dass im Sommer mehr Gäste dort Abkühlung suchen werden.

INFORMATIONEN

Der ehemalige Direktor von Schweiz Tourismus, Jürg Schmid, begleitet heute mit seiner Marketing- und Kommunikationsagentur Tourismusakteure beim Gewinnen neuer Gäste. Seit 2020 ist er zudem Organisator und Moderator der «Walk the talk»-Events von Innotour.

Kontakt

Jürg Schmid, Mitgründer von Schmid, Pelli & Partner AG
schmid@schmidPELLIPARTNER.ch

MIT «TIMEOUTS» VORHANDENE POTENZIALE FÖRDERN

Alpine Sabbatical schafft in Bergregionen innovative Angebote für Gäste mit langer Aufenthaltsdauer. Die Plattform spannt den Bogen zwischen Gesundheitsförderung, Nebensaison und Leerstand.

Gerlinde Zuber, Initiantin Alpine Sabbatical

Eine Auszeit gefällig? Längst hat der Begriff «Sabbatical» in der Arbeitswelt Einkehr gehalten und immer mehr Menschen fassen den Entschluss, eine gesunde Auszeit einzulegen. Der Verein Alpine Sabbatical hat sich auf die Fahne geschrieben, sich dieser bislang wenig bedienten Zielgruppe anzunehmen. Er schuf dafür die innovative Vermittlungsplattform für massgeschneiderte TimeOuts in den Schweizer Bergregionen.

Das Konzept will der Nachhaltigkeit auf allen Ebenen gerecht werden und bezieht die vor Ort vorhandenen Potenziale auf sanfte Weise mit ein. In den beiden teilnehmenden Pilotregionen Prättigau und Surselva konnte die Plattform in dieser Hinsicht aus dem Vollen schöpfen: Zur Ausgestaltung eines TimeOuts können Gäste

ihr Augenmerk auf «Achtsamkeit», «Handwerk&Kunst», «Alp&Wald» oder «Spiritualität» legen. Die vier Sabbatical-Angebote mit ihren insgesamt 40 Unterkünften und 50 Aktivitäten stehen für die vielseitigen Talente der regionalen Partnerinnen und Partner und liefern Auszeitensuchenden weitreichend Inspiration.

NETZWERK IST A UND O

Das Modellvorhaben setzt seinen Fokus bewusst auf die Qualitäten der Nebensaison: Ferienwohnungen stehen leer und können zu günstigeren Konditionen für einen längeren Zeitraum gemietet werden. Die geringe Zahl von Touristinnen und Touristen erleichtert den Kontakt zu Einheimischen. Ein TimeOut-Gast ist mehr als ein «Tourist» und wird eingeladen, einen Blick hinter die Bergkulissen zu werfen, um bei Bergbauern, in der Dorfbäckerei oder der Besenbeiz selbst Hand anzulegen.

Eine Auszeit kann zwischen zwei Wochen und drei Monaten dauern. Sie stellt die Betreiber der Plattform auch vor ungewöhnliche Herausforderungen: Wie vermittelt man einen sinnstiftenden Auszeit-Alltag, «neue Freunde» oder das Gefühl, einheimisch zu sein? Das A und O stellt das Netzwerk vor Ort dar, das aus versierten Botschafterinnen und Botschaftern sowie offenen Einheimischen besteht und dann wirksam wird, wenn es darauf ankommt.

Die Projektidee der Initiantin Gerlinde Zuber entstand 2017 im Rahmen des von Innotour geförderten Ideenwettbewerbs «Innovationsgenerator», aus dem es als eines der Gewinnerprojekte hervorging. 2019 konnte das Pilotprojekt ebenfalls mit der Unterstützung von Innotour aufgegleist und im Sommer 2022 trotz der unerwarteten Einbussen durch die Pandemie erfolgreich abgeschlossen werden. Seither befindet sich das Projekt in der Startphase.



Marietta Kobald

Mit Themen, die Handwerk, Natur, Achtsamkeit und Spiritualität verbinden, will das Projekt Alpine Sabbatical den Kontakt zwischen Touristen und lokaler Bevölkerung fördern.

PANORAMA

Pluspunkt

Ziel des Projekts Alpine Sabbatical ist der Ausbau eines nachhaltig tragfähigen Betriebes, die Professionalisierung der Abläufe sowie ein Zusammenschluss in Partnerships und Allianzen. Zudem ist die Expansion in weitere Schweizer Bergregionen geplant.

Kontakt

Gerlinde Zuber, Initiantin Alpine Sabbatical
gerlinde.zuber@alpinesabbatical.ch

COWORKING UND COLIVING

INNOVATIVE IDEEN INMITTEN DER ALPEN

Dank PuraWorka haben das Hôtel des Vignes in Sion und das Zermama in Zermatt für Personen und Unternehmen, die ortsflexibel arbeiten können, Coworking-Spaces und somit ganz neue Angebote geschaffen.



Das Coworking-Space des Hotels Zermama in Zermatt verbindet Modernisierung und Wohlfühlatmosphäre. Es entspricht damit den Bedürfnissen der Angestellten.

Neil Beecroft, Gründer von PuraWorka, Sandrine Julen, Direktorin des Hotels Zermama in Zermatt, und Daniel Leuenberger, Direktor des Hôtel des Vignes in Sion

Mehr Angebote für digitale Nomadinnen und Nomaden zu schaffen, indem Arbeitsräume in den Schweizer Tourismusdestinationen entstehen – dieses Ziel verfolgt das von Innotour geförderte Projekt PuraWorka. Gemeinsam mit dem Hotel Zermama in Zermatt und dem Hôtel des Vignes in Sion setzt das Walliser Start-up auf die Schaffung von neuartigen Coworking- und Coliving-Spaces. Deren Standorte sind so gewählt und ausgestattet, dass die Gäste Arbeitsalltag und Entspannung inmitten der Natur verbinden können.

Ende 2019 hat das Familienhotel Zermama in Zermatt den ersten Coworking-Space in dem berühmten Skiort eröffnet. Entstanden ist er im Zuge eines grossen Modernisierungsprojekts, bei dem vor allem auf eine entspannte Wohlfühlatmosphäre geachtet wurde. In das Berghotel, das nur eine Gehminute von der Sunnegga-Bahn entfernt liegt, wurden 20 Arbeitsplätze mit WiFi-Verbindung sowie eine Kaffeeecke

integriert. Zudem kann der Weinkeller in einen Konferenz- oder Veranstaltungsraum umgewandelt werden. Laut Hoteldirektorin Sandrine Julen trägt dieser Ansatz zu einer Diversifizierung des Hotelangebots nicht nur in Zermatt, sondern in der ganzen Schweiz bei.

Das noch neue Konzept des «Coliving» besteht darin, dass die Gäste für eine Woche oder mehrere Monate in einer gemeinsam genutzten Unterkunft mit anderen zusammenleben. Daniel Leuenberger, Direktor des Hôtel des Vignes in Sion, bietet heute in seinem Betrieb Appartements an, die nach diesem Modell funktionieren und die in den Hotelbetrieb eingebunden sind. Um den Weintourismus zu fördern, hat sich der Wahl-Walliser zudem eine Coworking-Kombination inmitten der Weinberge ausgedacht, die sich an Start-ups aus dem Tourismussektor sowie an Selbstständige und Studierende richtet. Der Zugang zu diesem Bereich für flexibles Arbeiten ist für die Hotelgäste im Preis inbegriffen. Sie können ihn jederzeit nutzen.

GEMEINSAM ZU MEHR INNOVATION

Durch die Digitalisierung werden die Arbeitsgewohnheiten immer flexibler



PuraWorka

und die Hotelberufe werden neu definiert. Um innovative Ideen zu entwickeln und die digitalen Kompetenzen der lokalen Akteurinnen und Akteure zu stärken, haben die Partner «digitale Hubs» geschaffen, die dem Wissensaustausch und der Förderung von Synergien dienen sollen. Eine bisher einmalige Zusammenarbeit zwischen Ober- und Unterwallis.

PuraWorka will das Konzept nun auf weitere Destinationen in den Schweizer Bergen ausweiten und dabei insbesondere auf «Bleisure» – eine Wortschöpfung aus Business und Leisure – setzen, wobei es um die Kombination von Geschäftsreisen und Freizeit geht.

PANORAMA

Pluspunkt

Mit der Einführung attraktiver Angebote für Gäste, die in der Nebensaison reisen, trägt PuraWorka zu einer Weiterentwicklung des Ganzjahrestourismus bei.

Pluspunkt

Neil Beecroft, Gründer von PuraWorka
neil@puraworka.com

Sandrine Julen, Direktorin des Hotels Zermama Zermatt
sandrine@julengroup.ch

Daniel Leuenberger, Direktor des Hôtel des Vignes
daniel.leuenberger@hoteldesvignes.ch

INNOVATIVE ZUKUNFT

NEUE KONZEPTE FÜR BUSINESSHOTELS

Der Bericht «Die Zukunft der Businesshotellerie im urbanen Raum» bietet der Branche Innovationsstrategien, um die aktuellen Herausforderungen zu meistern.



der Hotellerie mit ganz unterschiedlichem Hintergrund zusammengebracht. Dabei kristallisierten sich vier Hauptthemen heraus: Aufnahme von Mieterinnen und Mietern, das Hotel als Arbeitsort, als «sozialer Kern» und als eigenes Reiseziel.

Das Hotel kann seine Angebote flexibler gestalten, indem es den Gästen beispielsweise Zimmer oder unabhängige Unterkünfte für Langzeitaufenthalte zur Verfügung stellt. Es kann auch Arbeitsräume mit der erforderlichen Infrastruktur ausrüsten und an Personen vermieten, die kein privates Büro haben oder im Homeoffice sind. Dafür können Hotelzimmer tagsüber in Büros oder Coworking-Spaces umgewandelt werden.

DIE STÄDTISCHE HOTELLERIE WURDE WÄHREND DER PANDEMIE AUF EINE HARTE PROBE GESTELLT. UM WETTBEWERBSFÄHIG ZU BLEIBEN, MUSS SIE INNOVATIVE GESCHÄFTSMODELLE ENTWICKELN.

Die Idee des Hotels als «sozialer Kern» besteht darin, es als Treffpunkt für die lokale Bevölkerung in das Quartierleben einzubetten. So wird das Hotel stärker wahrgenommen und durch die vielfältige Nutzung entstehen neue Einnahmequellen. Schliesslich kann es sich auch durch Wellness-Angebote, als Kurort für Patientinnen und Patienten, mit Freizeitbeschäftigungen oder massgeschneiderten Events von anderen abheben. Oder es kann sich auf eine bisher vernachlässigte Zielgruppe, nämlich Familien, spezialisieren, beispielsweise mit Familienzimmern, Kinderbetreuung oder Kindermenüs.

PANORAMA

Pluspunkt

Die Ergebnisse des Projekts werden als «Playbook» auf Deutsch, Französisch und Englisch veröffentlicht und können unter <https://www.futureofbusinesshotels.org/studiesnews> heruntergeladen werden.

Kontakt

Alain Becker, Direktor der Association Romande des Hôtelières (ARH)
becker@hotellerieromande.ch

Das Projekt «Die Zukunft der Businesshotellerie im urbanen Raum» hat vier entscheidende Punkte identifiziert, die den Hoteliers helfen können, sich neu auszurichten.

Alain Becker, Direktor der Association Romande des Hôtelières (ARH)

Früher wurde in Hotels einfach nur übernachtet, doch in den letzten Jahren erfolgte dank neuer Technologien eine Anpassung an die Lebensweise unserer Zeit. Viele Hotels bieten inzwischen standardmässig eine ganze Palette an Dienstleistungen an, die bisher als nebensächlich galten: vom Restaurant über Wellness bis hin zu organisierten Führungen.

Die städtische Hotellerie wurde während der Pandemie auf eine harte Probe gestellt. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, muss sie sich jedoch stets neu erfinden und innovative Geschäftsmodelle entwickeln. Dieser Sektor muss insbesondere das Ausbleiben der Geschäftsreisenden kompensieren, da

immer häufiger im Homeoffice gearbeitet wird und immer weniger Veranstaltungen und Dienstreisen stattfinden.

Das 2020 lancierte und von Innoutour geförderte Projekt «Die Zukunft der Businesshotellerie im urbanen Raum» erlaubte, vertiefte Überlegungen zu den in der Branche herrschenden Problemen anzustellen. In einem Ende Mai 2022 veröffentlichten Bericht haben die Projektträger, die Association Romande des Hôtelières (ARH), die Hotelfachschule Lausanne (EHL) und die HES-SO Valais-Wallis, konkrete Lösungen vorgestellt, wie sich die Hotellerie breiter aufstellen und neue Einnahmequellen generieren kann.

VIER HANDLUNGSFELDER

In mehreren Workshops hat das Projektteam Akteurinnen und Akteure aus

OPEN SPACE

NEUE ARBEITSFORMEN – WERTSCHÖPFUNG FÜR ALPENTÄLER

Das Mountain Lab in Adelboden will Arbeit und Freizeit in kreativer Form verbinden. Es wurde bereits zu einem Treff- und Angelpunkt des Dorfes.

Urs Pfenninger, ehemaliger Direktor der Destinationsorganisation Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg

Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg



Das Mountain Lab sieht sich als Arbeits- und Begegnungszentrum.

Wie viele andere Tourismusorte hat auch Adelboden unter sinkenden durchschnittlichen Aufenthaltsdauern, unbefriedigender Auslastung der Infrastrukturen und geringer Wertschöpfung gelitten. Viele junge Einheimische wanderten ab, zahlreiche Zweitwohnungen wurden wenig genutzt. Für die Verantwortlichen des Tourismus war klar, dass das traditionelle Tourist Center bei der Suche nach Lösungen mitbedacht werden sollte.

Mehr Gastgeber sein als reine Auskunfts- und Beratungsstelle war das Credo. Zusammen mit anderen Tourismusorganisationen arbeitete das Tourist Center im Rahmen des Inno-

tour-Projekts Tourist Office 3.0 an neuen Konzepten. Als glücklicher Umstand konnten in Adelboden im Kontext der Destinationsverdichtung zusätzlich nicht mehr genutzte Räume in die Überlegungen einbezogen werden.

ARBEIT UND FREIZEIT VERBINDEN: EIN MEGATREND

Zusammen mit dem Denk- und Umsetzungspartner, der Firma gutundgut, wurde die Idee des Mountain Lab entwickelt – eines Open Space mit gemeinsamer Nutzung durch das Tourismusbüro, die Skischule, selbstständig erwerbende Ein- und Zweihemische sowie digitale Nomaden. Ziel war die Verbindung von Arbeit und Freizeit in einer kreativen Form.

Dank der Hilfe lokaler und auswärtiger Partner wurde das Mountain Lab mehr als ein klassischer Coworking Space. Zusätzliche Dienstleistungen wie externe Tagungs- und Seminarräume wurden konzipiert und mit der Hotellerie und Parahotellerie Übernachtungsangebote - Coliving - zusammengestellt.

ERFAHRUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN

Seit der Eröffnung des Mountain Lab Adelboden 2019 hat sich der Trend zu

neuen Arbeitsmodellen noch verstärkt, was sich positiv auf das Angebot ausgewirkt hat. Vorteilhaft war im Zuge von Covid-19 auch die gesteigerte Nachfrage nach längeren Aufenthalten in den Bergen.

Mit dem Mountain Lab verfügt Adelboden heute über einen Ort mit nachgefragten Sitzungs- und Begegnungsräumen. Nicht zu unterschätzen ist jedoch die Bewirtschaftung des Mountain Lab. Der Aufbau einer Community und die Weiterentwicklung nachgefragter Angebote ist eine anspruchsvolle Aufgabe und verlangt viel Fingerspitzengefühl im Umgang mit den Zielgruppen.

PANORAMA

Pluspunkt

Eine spannende Community einheimischer und externer Nutzerinnen und Nutzer ist dank des Mountain Labs Adelboden entstanden.

Kontakt

Urs Pfenninger, ehemaliger Direktor der Destinationsorganisation Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg
urspfenninger@hotmail.com
www.upfenninger.ch

WEITERE IMPULSE:
ALLE INNOTOUR-PROJEKTE
UNTER

www.seco.admin.ch/innotour

Adresse

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Tourismuspolitik, Innotour
Holzkofenweg 36, 3003 Bern
tourismus@seco.admin.ch



Kontakt

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



Kontakt

Mireille Corger-Lattion
Stv. Programmleiterin Innotour
mireille.corger@seco.admin.ch
058 463 40 21



Kontakt

Lea Pirovino
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
lea.pirovino@seco.admin.ch
058 463 47 74