

Die Tourismusstrategie des Bundes

Die Rahmenbedingungen im Tourismus verändern sich immer rascher. Mit der neuen Tourismusstrategie stellt der Bundesrat die Tourismuspolitik auf eine zeitgemässe Grundlage. Der Einbezug von Tourismusakteuren, Unternehmern, Verbandsvertretern, Wissenschaftlern, Kantonsvertretern und Politikern stellte bei der Erarbeitung sicher, dass die Tourismusstrategie auf die wichtigsten Herausforderungen des Tourismus ausgerichtet ist. Auch in der Umsetzung spielen diese Akteure eine zentrale Rolle.

Richard Kämpf, Leiter Tourismuspolitik SECO und Rebekka Rufer, Wissenschaftliche Mitarbeiterin SECO

Grundzüge der neuen Tourismusstrategie

Der Bundesrat strebt einen international wettbewerbsfähigen, attraktiven und leistungsfähigen Schweizer Tourismus an. Hierfür werden mit der neuen Tourismusstrategie vier Ziele gesetzt. Konkret geht es darum die Rahmenbedingungen zu verbessern, das Unternehmertum zu fördern, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen sowie die Attraktivität des Angebots und den Marktauftritt

zu stärken. Wie das gehen kann, wird nun anhand je eines Beispiels aufgezeigt.

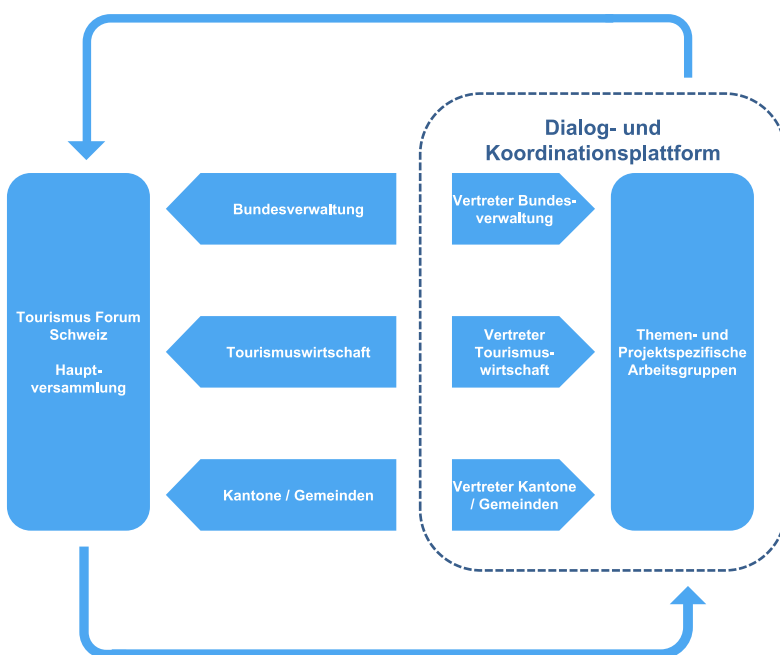
Rahmenbedingungen verbessern: Vorteilhafte Rahmenbedingungen und effiziente Regulierungen erhalten und steigern die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusunternehmen. Als Querschnittsbranche sind für den Tourismus zahlreiche Politikbereiche relevant. Daher ist eine Verstärkung der Koordination essentiell, sowohl innerhalb des Bun-

des wie auch zwischen Bund und Tourismusakteuren sowie über die verschiedenen Staatsebenen hinweg. Konkret wird das Tourismus Forum Schweiz TFS zu einer Dialog- und Koordinationsplattform weiterentwickelt (vgl. Abbildung). In themenspezifischen Arbeitsgruppen sollen Herausforderungen identifiziert und sodann Handlungsoptionen und Lösungsansätze entwickelt werden.

Unternehmertum fördern: Unternehmerisches Denken und Handeln ist entscheidend für den Erfolg im Tourismus. Start-ups leisten einen wichtigen Innovationsbeitrag und tragen zur Wettbewerbsfähigkeit und zum nötigen Strukturwandel bei. Mit der Umsetzung der Tourismusstrategie soll zu einem günstigen Milieu für Unternehmertum und insb. für Start-ups im Tourismus beigetragen werden. Dabei sollen die Fördermöglichkeiten von Innosuisse in den Bereichen Start-up und Coaching sowie das Know-How und die Netzwerke der Regionalen Innovationssysteme RIS genutzt werden. Zusammenarbeitsmöglichkeiten mit weiteren Akteuren wie der Ecole hôtelière de Lausanne EHL oder dem World Tourism Forum Lucerne WTFL sollen geprüft werden.

Chancen der Digitalisierung nutzen: Die Digitalisierung wird immer mehr zu einem Wettbewerbsfaktor. Sie ermöglicht neue touristische Pro-

Dialog- und Koordinationsplattform



dukte, Dienstleistungen, Geschäftsprozesse und -modelle. Dabei dürfte die Komplexität der Digitalisierung weiter zunehmen. Es gilt daher schnell genug zu sein, um die sich bietenden Chancen zu nutzen. Das SECO lancierte 2017 eine Digitalisierungsoffensive im Tourismus. Damit soll die notwendige digitale Transformation von Geschäftsprozessen und -modellen im Tourismus verstärkt unterstützt werden. Im Fokus stehen die gezielte Projektförderung und der Wissenstransfer, z.B. mit Workshops zu Kernthemen der digitalen Transformation. Die Offensive wird 2018 fortgeführt und weiterentwickelt.

Attraktivität des Angebots und den Marktauftritt stärken: Angebotsgestaltung und Vermarktung sind Kernelemente des Tourismus. Sie müssen zwingend Hand in Hand erfolgen und aufeinander abgestimmt sein. Daher führt auch die Tourismusstrategie des Bundes die Angebots- und Nachfrageperspektive in eine Zielsetzung zusammen. Konkret wird eine Fokussierung in der Förderung angestrebt, strategische Projekte sollen stärker begleitet werden und Synergien zwischen Angebotsförderung und Marktbearbeitung genutzt werden.

Gemeinsam zum Ziel

Die Tourismusstrategie des Bundes ist kein geduldiges Papier mit hochtrabenden Worten. Sie bringt wesentliche inhaltliche und methodische Neuerungen: Das Querschnittsthema Digitalisierung und das Unternehmertum bilden neue inhaltliche Schwerpunkte. Gleichzeitig werden mit der Fokussierung sowie der ausgeprägten Projekt- und Prozessorientierung neue methodische Ansätze gewählt. Bei der Fokussierung geht es insbesondere um die Koordinationsaktivitäten und einen gezielteren Fördermitteleinsatz. Projektorientierung bedeutet, dass die Tourismusstrategie operativ ausgerichtet ist und konkrete Umsetzungsaktivitäten enthält.

Die Umsetzungsaktivitäten beim Staatssekretariat für Wirtschaft SECO haben bereits begonnen. Der Bund will damit rasch und konsequent einen Beitrag zu einem attrak-

tiven und leistungsfähigen Tourismusstandort Schweiz leisten. Bei der Umsetzung sind die Tourismusakteure und Unternehmer selbst aber ebenso gefordert. Der Staat und die Privatwirtschaft sind Partner. Dies gilt im Tourismus ganz besonders!

RÉSUMÉ

La stratégie touristique de la Confédération

La nouvelle stratégie touristique de la Confédération a été approuvée au cours du mois de novembre 2017. Elle comporte quatre objectifs destinés à relancer le tourisme suisse, tout en comprenant des mesures concrètes. Sa mise en œuvre, qui a déjà débuté, est assurée par le SECO.

La première mesure consiste à améliorer les conditions-cadres pour les acteurs de ce secteur. Ainsi, une plateforme de dialogue et de coordination a été créée. Cette dernière, formée d'acteurs provenant des milieux étatiques et du secteur touristique, aborde des thèmes spécifiques, afin de développer des solutions en faveur du tourisme.

La seconde vise à promouvoir l'esprit d'entreprise. Cet objectif passe notamment par l'établissement de conditions favorables à l'éclosion de start-up. Dans ce contexte, le soutien apporté par des institutions comme Innosuisse est primordial.

La troisième vise à tirer parti de la digitalisation. Pour cela, le SECO a lancé un programme en faveur des milieux touristiques. Concrètement, il s'agit avant tout de favoriser les transferts de savoir, ainsi que de soutenir des projets ciblés.

La quatrième consiste à renforcer l'attractivité de l'offre et la présence sur le marché. Dans ce cas, il s'agit, en premier lieu, de favoriser des projets stratégiques et d'exploiter les synergies entre la promotion de l'offre et le développement des marchés.

A noter que si l'Etat fournit une aide précieuse, c'est finalement aux milieux concernés d'appliquer les mesures qui lui sont destinées.

RIASSUNTO

La strategia turistica della Confederazione

La nuova strategia turistica della Confederazione è stata approvata nel corso del mese di novembre 2017. Essa include quattro obiettivi destinati a rilanciare il turismo svizzero, comprendendo anche delle misure concrete. La sua attuazione, che è già cominciata, è assicurata dal SECO.

La prima misura consiste nel migliorare le condizioni-quadro per gli attori di questo settore. Così è stata creata, una piattaforma per il dialogo e il coordinamento. Quest'ultima, formata da attori provenienti dagli ambienti statali e dal settore turistico, affronta dei temi specifici, per sviluppare delle soluzioni a favore del turismo.

La seconda punta a promuovere lo spirito d'impresa. Quest'obiettivo passa soprattutto attraverso l'istituzione di condizioni favorevoli alla nascita di start-up. In questo contesto, il sostegno fornito da istituzioni come Innosuisse è fondamentale.

Il terzo mira a trarre dei vantaggi dalla digitalizzazione. Per fare ciò, il SECO ha lanciato un programma a favore dei settori turistici. Concretamente, si tratta innanzitutto di favorire il trasferimento di conoscenze, oltre al fatto di sostenere dei progetti mirati.

Il quarto consiste nel rafforzare l'attrattività dell'offerta e la presenza sul mercato. In questo caso, si tratta, in primo luogo, di sostenere dei progetti strategici e di sfruttare le sinergie tra la promozione dell'offerta e lo sviluppo dei mercati.

Da notare che se lo Stato fornisce un aiuto prezioso, sostanzialmente è compito dei settori interessati applicare le misure che sono a loro destinate.