



Am jeweils Anfang Oktober stattfindenden Prättigauer Alp Spektakel in Seewis werden zwei Tage lang regionale Spezialitäten angeboten. Nun werden im Prättigau im Rahmen eines Innotourprojektes weitere Möglichkeiten für die ganzjährige Vermarktung von regionalen Produkten gesucht. Bild: Erwin Keller

Neue Wirtschaftsmodelle in alpinen Regionen

Der Schweizerische Gemeindeverband unterstützt ein touristisches Innovationsprojekt, das in den Regionen Prättigau-Davos, Saanen-Gstaad und in der Aletscharena touristische Kooperationen mittels digitalen Tools anstossen will.

«Der Tourismus ist keine Krüppelbranche», pflegte Franz Steingger, der langjährige Präsident des Schweizer Tourismusverbandes, zu sagen, wenn die Subventionen der Tourismusverbände ins Kraut schossen. Auch heute ist der Tourismus keine Krüppelbranche. Weltweit boomt vor allem der Städte- und Business-tourismus und beschert der Branche seit 20 Jahren Zuwachsraten von 4 Prozent jährlich. Ein Ende ist

nicht in Sicht. Auch in der Schweiz entwickelt sich dieser Tourismuszweig prächtig und kaschiert damit den touristischen Niedergang in vielen mittleren und kleineren alpinen Destinationen. Für diesen gibt es viele Gründe: Der zunehmende Schneemangel macht in vielen Destinationen technische Beschneigungen nötig. Oft subventionieren die Gemeinden ihre Bahnen deshalb, um den alpinen Tourismus aufrechtzuerhalten.

Grosser Koordinationsaufwand

Eine weitere Eigenheit der Branche ist, dass die touristische Leistung in der Regel von vielen selbstständigen Leistungsträgern erbracht wird, die sich die Dienste in Information, Buchung, Aufenthalt, Aktivitäten oder Nachbetreuung teilen. Der Koordinationsaufwand ist gross, und häufig sind diese Dienste inhaltlich und zunehmend auch technologisch zu wenig aufeinander abgestimmt.



Resorts wie die Weisse Arena in Laax, die alle Leistungen aus einer Hand anbieten, sind im Vorteil; in der Schweizer Wirtschaft dominieren aber nach wie vor klein strukturierte Unternehmen.

Gemeindeübergreifende Destinationen mit strategischen Projekten

Diese Ausgangslage führt dazu, dass sich alpine touristische Gemeinden zunehmend damit beschäftigen, wie sie den Tourismus strategisch in ihrer Region entwickeln wollen. Die Fusion zu einer gemeindeübergreifenden Destination, die sich gemeinsam in Zusammenarbeit mit den Tourismusunternehmen vermarktet, ist ein erster Schritt. Die Entwicklung von strategisch wichtigen Projekten, die Kooperationen fördern, ein zweiter. Dabei spielt es eine untergeordnete Rolle, ob es sich um privatwirtschaftliche Initiativen handelt oder um Public-private-Partnerships. Im Vordergrund steht, dass passend zu den

Rahmenbedingungen die richtigen Anreize für überbetriebliche Kooperationen gesetzt werden.

Innotour-Projekt von drei Regionen

Hier setzt das vorliegende Projekt an, das durch das touristische Innovationsprogramm des Bundes Innotour (vgl. Kasten) unterstützt wird. Das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) hat das Projekt im Umfang von 425 000 Franken bewilligt, 40 Prozent der Projektkosten werden von Innotour gedeckt. Wichtig ist, dass die Ideen für die Projekte von den Akteuren der drei Regionen Prättigau-Davos, Saanen-Gstaad und Aletscharena bottom-up entwickelt werden. Dabei werden an den Arbeitssitzungen sowohl Vertreter der Regionen und Gemeinden, der Tourismusvereine wie auch der Privatwirtschaft teilnehmen. In Zusammenarbeit mit den Tourismusspezialisten der Conim AG und der Universität Bern soll pro Region ein überbetriebliches Geschäftskonzept bis zum Startschuss entwickelt werden.

Chancen der Digitalisierung nutzen

Ein wichtiger Mehrwert des Projektes besteht darin, dass bei allen Projekten die neusten Technologien miteingeplant werden. Digitale Technologien können extern in der Kommunikation mit den Konsumenten zum Einsatz kommen oder intern zwischen den Partnern, um gemeinsame Arbeitsprozesse zu gestalten. Christoph Niederberger, Direktor des Schweizer Gemeindeverbandes (SGV), unterstützt das Projekt: «Der Schweizerische Gemeindeverband setzt sich für die Interessen und Anliegen der Gemeinden ein, auch im Bereich des Tourismus. Die Digitalisierung und ihre Instrumente eröffnen dabei für Tourismusregionen neue Möglichkeiten. Das vorliegende Innotour-Projekt fördert diesen strategischen Ansatz und hilft den Gemeinden bei der Bewältigung der anstehenden Herausforderungen.» Der SGV wird das Projekt mit Fachwissen und mit personellen Ressourcen unterstützen. Frühere Projekte haben gezeigt, dass mangelnde oder gar fehlende Kommunikation zwischen den Akteuren ein Hauptproblem ist. Nur eine gemeinsame Sprache schafft Vertrauen, das wiederum die Grundlage für gemeinsames Arbeiten ist. Ein Augenmerk des Projektes liegt deshalb darauf, regionale Plattformen für Begegnung und Austausch zu schaffen. Hier sollen die Projekte mit Interessierten diskutiert werden.

*Mila Trombitas
assoziierte Partnerin Conim AG*

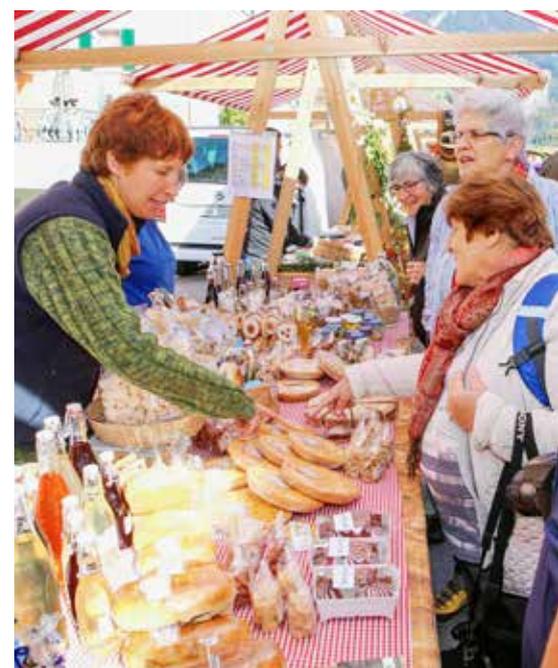
Was ist Innotour?

Die Gesetzesgrundlagen über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Innotour) sind seit dem 1. Februar 2012 in Kraft. Seither können beim Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) Finanzhilfesuche eingereicht werden. Das eidgenössische Parlament entscheidet jeweils über Verpflichtungskredite für einen Zeitraum von drei Jahren im Rahmen der Standortförderung; aktuell geht es um die Standortförderung für die Jahre 2020 bis 2023.

Innotour konzentriert die Förderung auf nationaler Ebene. Dies bedeutet, dass die Mehrheit der Mittel für Vorhaben mit nationaler Ausrichtung und für nationale Koordinationsaufgaben eingesetzt wird. Mit dem Instrument der Modellvorhaben werden jedoch auch regionale und lokale Vorhaben gefördert.

Innotour wurde geschaffen, um die Innovationsrate anzuheben und die gemeinsame Leistungserstellung zu erleichtern. Mit den drei Stossrichtungen Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau soll die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Schweiz gestärkt werden.

www.innotour.ch



Regionales in Hülle und Fülle: Markt am Prättigauer Alp Spektakel. Bild: Erwin Keller