

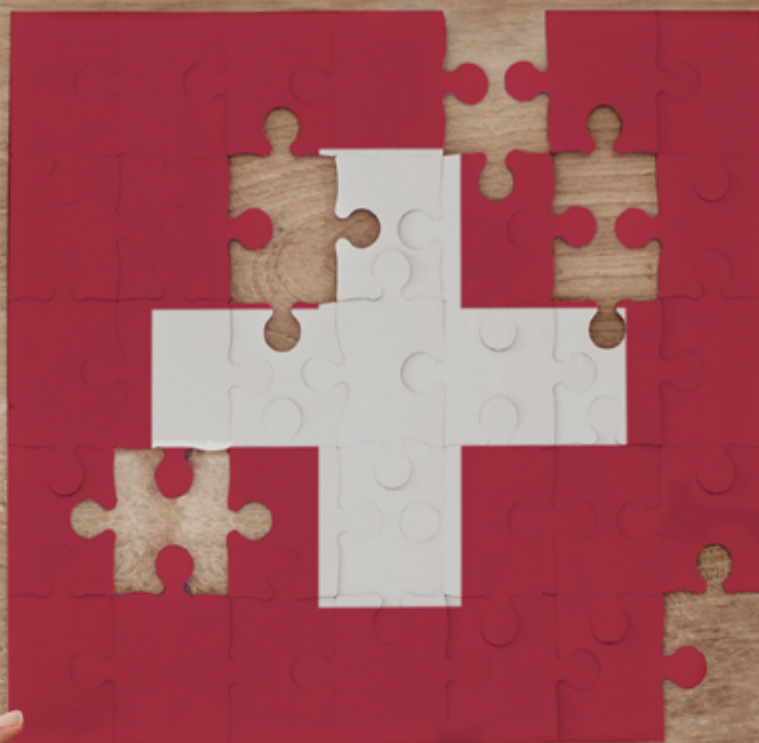


INSIGHT⁺

IMPULSE FÜR EINEN ERFOLGREICHEN SCHWEIZER TOURISMUS

IM FOKUS

**STARKER TOURISMUS
DANK QUALIFIZIERTEN
AKTEUREN**



HOTELGRUPPIERUNG
**DIE BESTEN
DREISTERNEHOTELS
DER SCHWEIZ**

4

MATTERHORN REGION AG
**EINE GEMEINSAME VISION
FÜR DIE VERMARKTUNG**

5

ENTWICKLUNGSPLATTFORM
**GEBÜNDELTE KRÄFTE AM
VIERWALDSTÄTTERSEE**

6

SCHWERPUNKT DIGITALE TRANSFORMATION

Für die Jahre 2020–2023 wird bei Innotour die Digitalisierung der Tourismusbranche im Vordergrund stehen.

Christoph Schlumpf, SECO

Der Bundesrat hat am 20. Februar 2019 die Botschaft Standortförderung 2020–2023 verabschiedet. Mit den Instrumenten der Standortförderung will er zur digitalen Transformation der Wirtschaft beitragen und damit die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wirtschaft weiter steigern.

Der Bundesrat beantragt für die Projektförderung über Innotour für die Jahre 2020–2023 22,8 Millionen Franken. Im Vergleich zu den ordentlichen Mitteln der Vorperiode entspricht dies einer Erhöhung um 6,5 Millionen Franken. Die beantragte Mittelaufstockung soll eine verstärkte Unterstützung des digitalen Transformationsprozesses im Tourismus ermöglichen.

INNOTOUR TRANSFER-WORKSHOPS 2019 – WALK THE TALK

Das SECO führt im 2019 vier themenspezifische Transfer-Workshops durch. Im Fokus stehen folgende vier Themen:

- Der Weg zur erfolgreichen Kooperation
- Synergien zur Landwirtschaft nachhaltig nutzen
- Entlastung der Beherbergungsbetriebe durch neues Gästedaten-Management
- Produktentwicklung für Tourismuserlebnisse von morgen

Alle Informationen zu den Workshops – inkl. den Erkenntnissen – werden fortlaufend auf der Innotour-Homepage veröffentlicht.

TITELBILD

Die Akteure des Schweizer Tourismus sollten sich gemeinsam den Herausforderungen der Zukunft stellen, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Zusätzlich sind für statistische Grundlagenarbeiten, für Informationstätigkeiten sowie für den Vollzug von Innotour 2,9 Millionen Franken vorgesehen. Damit stünden Innotour insgesamt 25,7 Millionen Franken zur Verfügung. Der endgültige Betrag wird voraussichtlich Ende September 2019 feststehen.

ERFOLGSFAKTOR KOOPERATION

Thematisch steht bei der Tourismuspolitik insgesamt und bei Innotour die digitale Transformation im Vordergrund. Mit einer fokussierten und auf die neuen Bedürfnisse angepassten Projektförderung soll die digitale Transformation der Tourismuswirtschaft unterstützt werden.

Möglichst verhindert werden sollen nicht nachhaltig finanzierbare Insellösungen. Kooperationen werden zu einem noch zentraleren Erfolgsfaktor. Es wäre für den Schweizer Tourismus kaum erfolgsversprechend, wenn sich jeder Akteur alleine mit den zahlreichen Herausforderungen der Digitalisierung auseinandersetzt. Zudem soll der Wissenstransfer gestärkt werden. In diesem Zusammenhang organisiert das SECO neu themenspezifische Workshops (siehe Kasten).

NICHT NACHHALTIG FINANZIERBARE INSELLÖSUNGEN SOLLEN VERHINDERT WERDEN.

GROSSE NACHFRAGE

Die Innotour-Periode 2016–2019 verläuft erfreulich. Die Nachfrage und die Qualität der Projekte sind hoch. Dies führt dazu, dass die Innotour-Mittel 2016–2019 demnächst ausgeschöpft sein werden, was vergleichbar mit früheren Perioden ist. Um einen fließenden Übergang zur Periode 2020–2023 sicherzustellen, hat das WBF beschlossen, dass Gesuche weiterhin eingereicht und vom SECO unterstützt werden können. Die zugesprochenen Beträge gelten aber unter dem Vorbehalt, dass neue Innotour-Mittel von der Bundesversammlung bewilligt werden und können erst ab Januar 2020 ausbewilligt werden. Daher können diese erst ab Januar 2020 ausbezahlt werden.



Die Unterstützung digitaler Projekte steht bei Innotour für die nächsten Jahre im Fokus.

UNTERSTÜTZUNG DURCH DEN BUND

STARKER TOURISMUS DANK QUALIFIZIERTEN AKTEUREN

Die Tourismusunternehmen und die Destinationen müssen sich mit den nötigen strategischen Kompetenzen ausrüsten, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Innotour bietet ihnen dabei aktive Unterstützung.

Mireille Lattion, SECO

Die Förderung des Unternehmertums ist eine der Prioritäten der im November 2017 beschlossenen Tourismusstrategie des Bundes. Neben der Stärkung des touristischen Arbeitsmarktes geht es auch darum, die Produktivität der Tourismusunternehmen zu verbessern. Dabei stehen die Kompetenzen und Qualifikationen der Akteure im Zentrum der Überlegungen.

Eine gute Strategie ist eine wichtige Voraussetzung für das Unternehmertum. Sie ermöglicht es, die richtigen Entscheidungen zu treffen, um mehr Wertschöpfung zu generieren. Besonders im Zeitalter der Digitalisierung verlangt die zunehmende Komplexität der Verfahren nach hohen strategischen Kompetenzen. Denn nur so kann es gelingen, mit der technologischen Entwicklung Schritt zu halten. Der Tourismussektor muss auf regionaler und nationaler Ebene innovative Ansätze nutzen und



Die Digitalisierung verlangt nach hohen strategischen Kompetenzen.

Kooperationen entwickeln, um international wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Destinationen spielen dabei eine zentrale Rolle, denn sie sind entschei-

dend für die Rahmenbedingungen auf lokaler und regionaler Ebene und damit auch für den wirtschaftlichen Erfolg der Tourismusunternehmen.

KOOPERATIONEN FÜR MEHR WETTBEWERBSFÄHIGKEIT.

INNOTOUR-FINANZIERUNGEN UND ENTWICKLUNGSPROJEKTE

Die Tourismuspolitik des Bundes will ihren Beitrag zur Verbesserung der strategischen Kompetenzen der Tourismusunternehmen und Destinationen erhöhen. Das wird insbesondere durch die von Innotour geleistete Förderung innovativer Projekte ermöglicht. Fünf Beispiele solcher Projekte werden in dieser Ausgabe von Insight vorgestellt.

Der Bund setzt verschiedene andere Instrumente, Politiken und Massnahmen ein, um die Erarbeitung von Strategien für die Regionalentwicklung zu unterstützen. Die im Kasten vorgestellten Modellvorhaben für eine nachhaltige Raumentwicklung sind ein Beispiel dafür. Ein digitales Tool, das seit November 2018 online zur Verfügung steht, bietet zudem eine detaillierte Übersicht über entsprechende Förderprogramme und Finanzhilfen.

MODELLVORHABEN UND FÖRDERUNG VON INTEGRALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIEN

Im Rahmen der im April lancierten öffentlichen Ausschreibung für Modellvorhaben 2020–2024 unterstützt der Bund Initiativen von lokalen, regionalen und kantonalen Akteuren, die neue Ansätze für die nachhaltige Raumentwicklung erarbeiten. Ziel ist, dass andere Akteure von diesen Erfahrungen profitieren können. Einer der Themenschwerpunkte ist die Förderung von integralen Entwicklungsstrategien. Diese zielen auf eine Entwicklung ab, die den Werten, Potenzialen und Prioritäten einer Region entspricht, und werden als „integral“ bezeichnet, da sie auf Synergien zwischen verschiedenen Themenbereichen, Verwaltungsebenen und Sektoralpolitiken beruhen. Die Regionen erhalten finanzielle Unterstützung, um den Prozess zur Erarbeitung dieser Strategien bestmöglich planen und umsetzen zu können.

Weitere Informationen: www.are.admin.ch

Link zum Tool: www.regiosuisse.ch

DIE BESTEN DREISTERNEHOTELS DER SCHWEIZ

Eine neue Hotelgruppierung bietet eine Dachmarke für die innovativsten und besten Dreisternehotels des Landes.



Der Teufelhof Basel gehört zu den besten Dreisternehotels der Schweiz.

Fiorenzo Fässler, Geschäftsführer Best 3 Star Hotels

Die Vereinigung „Best 3 Star Hotels of Switzerland“ wurde am 1. Oktober 2015 von der auf Tourismus spezialisierten Firma smarket AG mit damals 7 Hoteliers gegründet und vereint seither die besten Dreisternehotels der Schweiz. Mittlerweile sind es landesweit 30 Betriebe (Stand April 2019). Für preis- und qualitätsbewusste Gäste – sei es für Geschäfts- oder Ferienreisende – ist somit eine neue Marke mit Gütesiegel-Charakter entstanden.

Als Starthilfe war Innotour für den Verein von vitaler Bedeutung. Ohne die zugesprochenen Mittel und den damit abgedeckten Finanzbedarf wäre die Organisation anfänglich nicht tragbar gewesen. Mit dem Innotour-Projekt „Business development bei den Best

3 Star Hotels of Switzerland“ sollte die Umsetzbarkeit der Initiative auf professionellem Niveau ermöglicht, beschleunigt und sichergestellt werden. Das Ziel war und ist, die besten Dreisternehotels der Schweiz zu vereinigen und zu vermarkten. Alle Mitgliederbetriebe überzeugen durch zeitgemässe Infrastruktur und überdurchschnittlichen Service.

FÜNF AKTIONSFELDER

Basierend auf der Erfüllung der Grundvoraussetzungen (Dreisterne-Klassifikation, minimaler Trustyou-Score von 4.2 sowie Booking-Tool) werden mittels Aufnahmetests und regelmässig wiederkehrenden Kontrollen sichergestellt, dass alle Hotels qualitativ und digital fit für die Tourismuskärkte sind. Der Verein arbeitet sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite intensiv an der Verbesserung aller Betriebe.

Als grösste Herausforderungen haben sich bisher die organisatorische Abdeckung der hoch angesetzten Ziele und die Mittelbeschaffung zur Bekanntmachung der Marke erwiesen.

Um die Strategiefähigkeit der Mitgliederbetriebe und indirekt der Gruppe sicherzustellen und eine inhaltliche und strukturelle Weiterentwicklung zu garantieren, wurden fünf Aktionsfelder definiert:

- Qualitätsentwicklung (Kontrollen durch externe Qualitätsexperten, bzw. durch Stammgäste, Kooperation mit Trustyou).
- Wissenstransfer bzw. -austausch (Plattformen, Events).
- Systematische Verkaufsanstrengungen und damit Ausrichtung bzw. Bereitstellung des Angebots. Gerade hier ergeben sich aufgrund der nun grösseren Nähe zum Markt viele Erkenntnisse für die Mitgliederbetriebe, welche die Strategieorientierung markant erhöhen. Die Sales-Verantwortlichen arbeiten in den Bereichen Corporate, MICE und Leisure.
- Digitalisierung und Online-Ausrichtung (Strategische Partnerschaften, Vermittlung von Fachwissen und technischen Fertigkeiten).
- Kosteneinsparungen (z.B. gebündelter Gruppeneinkauf).

PANORAMA

Pluspunkt

Mittels einer starken Marke und spezifischen Aktivitäten wird die Wahrnehmung am Markt für die Mitgliederbetriebe erhöht, um Mehrgeschäfte zu generieren.

Kontakt

Best 3 Star Hotels
043 299 69 32
info@best3starhotels.ch
www.best3starhotels.ch

DIE MITGLIEDERBETRIEBE ÜBERZEUGEN DURCH MODERNE INFRASTRUKTUR UND ÜBERDURCHSCHNITT-LICHEN SERVICE.

EINE GEMEINSAME VISION FÜR DIE VERMARKTUNG

Im Kanton Wallis bündeln mehrere regionale Partner ihre Kompetenzen, um potentielle Touristen aus Asien und Nordamerika gezielter anzusprechen.

Damian Constantin, Direktor Valais/Wallis Promotion

Um nachhaltig Wertschöpfung zu generieren und so eine positive Entwicklung einer ganzen Region voranzutreiben, braucht es ein Systemverständnis. Alle Akteure – nicht nur aus dem touristischen Sektor –, die untereinander verbunden und voneinander abhängig sind, müssen eine gemeinsame Vision entwickeln und die daraus abgeleiteten Verantwortlichkeiten definieren. Denn die Gäste erwarten letztendlich ein ganzheitliches und über alle Dienstleistungen hinweg stimmiges Erlebnis.

Die Bündelung der Kompetenzen unterschiedlicher Partner innerhalb einer Organisation ist denn auch das zentrale Element der Matterhorn Region AG (MRAG). Die MRAG ist eine Marketing- und Verkaufsorganisation mit dem Ziel, gemeinsam die Fernmärkte Asien und Nordamerika zu bearbeiten. Am Anfang der Initiative stand eine Geschäftsreise nach Nordamerika, die zeigte, dass das bisherige, rein promotionelle Vorgehen in diesen Märkten nicht effizient genug der Wertschöpfung diene.

PANORAMA

Pluspunkt

Neben der Bündelung der Mittel verspricht die neue Organisation MRAG eine optimale Nutzung der Kernkompetenzen der Partner sowie der Synergien zwischen ihnen.

Kontakt

Matterhorn Region AG
027 327 35 65
damian.constantin@valais.ch
www.matterhornregion.ch



Die Matterhorn Region AG zielt vor allem auf die Fernmärkte Nordamerika und Asien.

Zusammen mit der Matterhorn Gotthard Bahn (MGBahn), die sowohl über ein Produkt als auch über eine bestehende Verkaufsstruktur in den Fernmärkten verfügte, wurde in der Folge ein Business Plan erarbeitet, der eine Zusammenführung der Promotionskompetenz von Valais/Wallis Promotion (VWP) mit der Verkaufskompetenz der MGBahn beabsichtigte. Bedingung für eine erfolgreiche Umsetzung des Business Plans war das Engagement von genügend Walliser Destinationen. Als zentrales Element müssen sie die Produktverfügbarkeit und die passenden Preise garantieren.

EIN VIELVERSPRECHENDER ANSATZ

Die MRAG wurde schliesslich im 2017 gegründet, ohne dabei eine zusätzliche Struktur aufzubauen. Die verschiedenen Kompetenzen der insgesamt acht Partner wurden im Rahmen von Leistungsvereinbarungen gebündelt und auf die Bearbeitung der Fernmärkte ausgerichtet. Die grösste Herausforderung während der Entstehungsphase lag darin, die potenziellen Partner für die Vision zu begeistern und vertraglich zu verpflichten. Während der Realisierungsphase stellte besonders die Produktverfügbarkeit eine Schwierigkeit dar. Das verkaufsorientierte Pro-

duktmanagement unterscheidet sich wesentlich vom klassischen promotionellen Ansatz, nach dem in vielen Destinationen gearbeitet wird.

Das vorläufige Resultat ist vielversprechend: Etwas mehr als 1,5 Jahre nach Aufnahme des Betriebs erzielte die MRAG einen Umsatz von 1,12 Millionen Franken. Nicht zuletzt dank der Einführung des digitalen Wallis-Marktplatzes für den B2B-Bereich, der von Innotour unterstützt wurde, dürfte die MRAG auch das Jahresziel 2019 von 2 Millionen Franken Umsatz problemlos erreichen.



DIE KOMPETENZEN VON ACHT PARTNERN WURDEN GEBÜNDELT UND AUF DIE BEARBEITUNG DER FERNMÄRKTE AUSGERICHTET.

Damian Constantin
Direktor Valais/Wallis Promotion

ENTWICKLUNGSPLATTFORM

GEBÜNDELTE KRÄFTE AM VIERWALDSTÄTTERSEE

Eine Plattform bringt die Tourismus-Akteure der Zentralschweiz zusammen und fördert somit das überkantonale Wachstum.



Beat Brechbühl

Der Hammetschwand-Lift am Bürgenstock Resort – ein Symbol für innovativen Tourismus am Vierwaldstättersee.

Marcel Perren, Direktor Luzern
Tourismus AG

Die Realisierung des „Leuchtturmprojekts“ Bürgenstock Resort hat die Kantone Luzern und Nidwalden sowie die Luzern Tourismus AG (LTAG) dazu bewogen, die Entwicklungsplattform „Luzern-Vierwaldstättersee“ zu gründen.

Die Entwicklungsplattform initiiert Projekte und entwickelt konzeptionelle Grundlagen für diejenigen Projekte, für die kein besser geeigneter Träger vorhanden ist. Daraus sollen konkrete Initiativen – z.B. für die Erschliessung neuer Kundensegmente – resultieren. Weiter sollen die touristischen Leistungsträger zur aktiven Mitwirkung animiert werden. Die Aktivitäten werden durch finanzielle und nicht-finanzielle Eigenleistungen der Partner, weiterer Projektbeteiligter sowie dank der Finanzhilfe von Innotour ermöglicht.

DESTINATIONSENTWICKLUNG VORANTREIBEN

Mit der Entwicklungsplattform ist es gelungen – in Ergänzung zu den Vermarktungsaktivitäten der LTAG – von

Kantonsgrenzen unabhängige Projekte für die Destinationsentwicklung zu realisieren. Unterstützt durch die Entwicklungsplattform wurden erstmals gemeinsame Zielsetzungen für die touristische Produktentwicklung in der Zentralschweiz bestimmt. Diese wurden unter Einbezug der Zentralschweizer Kantone und ihrer Leistungsträger erarbeitet. Sie bilden eine wichtige Grundlage für fokussierte und abgestimmte Massnahmen, um die Herausforderungen der Zukunft gemeinsam zu meistern.

Dies ist für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit wichtig, weil:

- der digitale Wandel Know-how und eine laufende Weiterentwicklung der Online-Präsenz fordert. Dieser kann nicht von einzelnen Organisationen im Alleingang bewältigt werden.
- das touristische Angebot entlang des Nutzens für den Gast weiterzuentwickeln ist. Die knappen personellen und finanziellen Ressourcen der Leistungsträger, öffentlichen Hand und Tourismusorganisationen sind zielgerichtet für Innovationen einzusetzen.

DANK DER ENTWICKLUNGSPLATTFORM WURDEN ERSTMALS GEMEINSAME ZIELSETZUNGEN FÜR DIE ENTWICKLUNG TOURISTISCHER PRODUKTE IN DER ZENTRAL-SCHWEIZ BESTIMMT.

- dem hohen Schweizer Preisniveau im Wettbewerb der Destination mit Qualität und einer attraktiven Angebotspalette begegnet werden muss. Denn Vermarktung alleine bringt keine neuen Gäste.

Die LTAG wird ab 2020 im Auftrag der Zentralschweizer Kantone eine stärkere Rolle für die Koordination überkantonaler Tourismusprojekte einnehmen. So sollen grössere, für die gesamte Region nutzenstiftende Projekte realisiert werden können. Gleichzeitig soll die Eintrittsschwelle für die Einbindung weiterer Leistungsträger in die potenzialreiche Angebotspalette der touristischen Zugpferde wie der Stadt Luzern, den Resorts in Andermatt und auf dem Bürgenstock oder der Destination Engelberg-Titlis wie auch weiteren Aushängeschildern der Erlebnisregion erleichtert werden.

PANORAMA

Pluspunkt

Kräfte werden gebündelt, um die erwarteten Potenziale zu erschliessen und die überkantonale touristische Entwicklung zu fördern.

Kontakt

Luzern Tourismus AG
041 227 17 17
entwicklungsplattform@luzern.com
www.luzern.com

PRODUKTENTWICKLUNG VON GRUND AUF GEMEINSAM DENKEN

Im Oberwallis arbeiten die touristischen Akteure gemeinsam an der Konzeption regionaler Produkte. Der Aufbau eines regionalen Kompetenzzentrums soll dabei helfen.

Christine Mühlemann & Esther Schlumpf,
Regions- und Wirtschaftszentrum
Oberwallis AG

Ob grenzenloses Bike-Abenteuer oder mehrtägiges Familienprogramm: Die Gäste suchen heute massgeschneiderte Gesamterlebnisse. Im Wallis stimmen die Gegebenheiten, um solch destinationsübergreifende Produkte auf den Markt zu bringen. In dem Projekt des Oberwalliser Destinationsnetzwerkes „STRATOS“ werden deshalb die Aufgaben und Zuständigkeiten der touristischen Akteure von der Strategie bis zum Verkauf von Grund auf gemeinsam geklärt und anhand von konkreten Produkten in der Praxis erprobt. Innotour unterstützt die touristischen Akteure im Wallis in diesem Prozess sowie bei der praktischen Umsetzung destinationsübergreifender Produktentwicklung.

Ein Schwerpunkt des 2017 gestarteten Projekts ist es, die Voraussetzungen, die für die gemeinsame Erarbeitung von regionalen Produkten notwendig sind, zu schaffen. Darunter fällt auch die Strategiefähigkeit der einzelnen Leistungsträger und Destinationen. Eine funktionierende Zusammenarbeit braucht ein gemeinsames Verständnis von Themen und Prioritäten, miteinander abgestimmte Ziele und eine klare Aufgaben- und Rollenteilung in der Umsetzung.

EFFIZIENZSTEIGERUNGEN

In der Realität zeigt sich, dass strategisches Denken und Handeln im „Alltagsgeschäft“ einzelner Organisationen häufig untergehen und wenig Priorität geniessen. Im STRATOS-Netzwerk werden die Akteure deshalb sowohl im strategischen Denk- wie auch im operativen Umsetzungsprozess aktiv eingebunden. Indem Produktstrategien erarbeitet und kantonal abgestützt werden, wird die Legitimation für regionale Produkte geschaffen.



Valais Wallis Promotion / David Carlier

Gästen ist es heute immer wichtiger, massgeschneiderte Gesamterlebnisse zu buchen.

STRATEGISCHES DENKEN UND HANDELN GEHEN IM ALLTAG EINZELNER ORGANISATIONEN OFT UNTER.

Um die Effizienz in den Prozessen zu verbessern, werden wo notwendig verbindliche Strukturen geschaffen, beispielsweise im Aufbau eines regionalen Kompetenzzentrums „Business Development“. Ziel dieses Kompetenzzentrums ist es, die Destinationen in den Bereichen Strategie und Planung sowie bei der Produktentwicklung zu unterstützen. Schlussendlich sollen Abläufe professionalisiert, Verbindlichkeit erzeugt und Entscheidungsprozesse vereinfacht werden.

PANORAMA

Pluspunkt

Das Tourismussystem im Wallis wird ganzheitlich optimiert und die Positionierung des (Ober-)wallis im nationalen und internationalen Wettbewerb gestärkt, indem ein destinationsübergreifendes Zusammenarbeitsmodell aufgebaut wird.

Kontakt

Regions- und Wirtschaftszentrum
Oberwallis AG
027 921 18 88
info@rw-oberwallis.ch
www.rw-oberwallis.ch

WIE DER FREIBURGER TOURISMUS SICH NEU ERFINDET

Die im Kanton Freiburg laufende Umstrukturierung setzt auf eine innovative Methode und verfolgt zwei Ziele: ein optimales Ressourcen-Management und die Förderung zukünftiger Tourismuserlebnisse.

Pierre-Alain Morard, Direktor des Freiburger Tourismusverbands
Tania Gerbex, Projektleiterin

Angesichts des sich ständig wandelnden touristischen Umfelds ist das 2016 im Kanton Freiburg lancierte Projekt „DMO X – Lean Destination Management“ von grosser Bedeutung. Denn durch den zunehmenden Wettbewerb im Tourismus, der durch die Digitalisierung teilweise noch verschärft wird, sind die Destinationen gezwungen, sich neu zu erfinden. Die Tourismusinstitutionen im Kanton Freiburg haben sich deshalb zu einer Umstrukturierung entschlossen, mit der sie die verfügbaren Ressourcen nun optimal nutzen können. Im Mittelpunkt stehen eine Neudefinition der Produktentwicklung

WEG VON EINEM GEOGRAFISCH-POLITISCH ORGANISIERTEN TOURISMUS HIN ZU EINER NETZWERKSTRUKTUR.

und des Content-Managements sowie die Förderung der Tourismuserlebnisse von morgen.

VIELFÄLTIGE ZIELE

Das von Innotour unterstützte Projekt soll die Kompetenzen der einzelnen Destinationen aufzeigen, um in einem zweiten Schritt die Verfahren zu vereinfachen und die Effizienz zu steigern. Ziel ist ein Umdenken: weg von einem geografisch-politisch organisierten Tourismus hin zu einer Netzwerkstruktur, die auf die Schaffung von Mehrwert für die Gäste ausgerichtet ist.

Mit der neuen Organisationsstruktur lässt sich die Qualität der Produkte und Dienstleistungen verbessern. Es geht darum, das Kultur- und Naturerbe des Kantons Freiburg sowie die jeweiligen Besonderheiten der einzelnen Regionen hervorzuheben, indem die Qualität und die Wertschöpfung der

Tourismus-Dienstleistungen im Kanton modernisiert und gestärkt werden.

Auch wenn andere Destinationen ebenfalls auf Umstrukturierungen oder auf die Vernetzung oder Zentralisierung ihrer Aktivitäten setzen, versteht sich die Initiative DMO X als innovativ in Bezug auf die verwendete Methode. Es wurden Empfehlungen zur optimalen Organisation des Freiburger Tourismus erarbeitet und das neue Organisationsdesign beruht nicht mehr auf bestehenden Strukturen, sondern auf einer Analyse der Aktivitäten, so dass sich ein passendes Modell entwickeln lässt. Würde das Projekt auf die gesamte Schweiz ausgedehnt, könnte es zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und gleichzeitig zur nachhaltigen Entwicklung des Schweizer Tourismus beitragen.

PANORAMA

Pluspunkt

Ziel des Projektes DMO X ist die ständige Verbesserung der Destination Fribourg Region, damit der Gesamtwert für die Gäste steigt. Im Zentrum steht das, was einen Mehrwert für die Touristinnen und Touristen generiert.

Kontakt

Freiburger Tourismusverband
026 407 70 20
information@fribourgregion.ch
www.fribourgregion.ch



Mit der neuen Organisationsstruktur DMO X wird das Kultur- und Naturerbe des Kantons Freiburg hervorgehoben.

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
Tourismuspoltik, Innotour
Holzkofenweg 36
3003 Bern