Nº 23 | HERBST 2019

INSIGHT

IMPULSE FÜR EINEN ERFOLGREICHEN SCHWEIZER TOURISMUS

IM FOKUS

NACHHALTIGE SYNERGIEN MIT DER LANDWIRTSCHAFT

VAUD ŒNOTOURISME

AUFWÄRTSSPIRALE RUND UM DEN WEINTOURISMUS

4

AGROTOURISMUS

ONLINE KNOW-HOW AUFBAUEN

5

SLOW FOOD TRAVEL

VOM FELD BIS ZUM TELLER

7

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Direktion für Standortförderung
Tourismuspolitik

innovation tourismus

WORKSHOP WALK THE TALK

TOURISMUS UND LANDWIRTSCHAFT HAND IN HAND

Dank der Tendenz zu mehr Nachhaltigkeit und Authentizität im Tourismus liegen Synergien zwischen Tourismus und Landwirtschaft im Trend. In Bern wurde diesem Thema ein origineller Anlass gewidmet.

Blandine Guignier, Journalistin für Insight

Wie lassen sich der Zeit- und Rentabilitätsdruck eines Landwirtschaftsbetriebs mit den Qualitätsstandards und den administrativen Anforderungen eines Tourismus-Labels vereinen? Welche logistischen Hindernisse müssen überwunden werden, um einem Hotelbetrieb frische Produkte zu liefern? Wie kann eine kantonale Behörde regionalen Spezialitäten zu mehr Sichtbarkeit verhelfen? Diese und viele weitere Fragen wurden am 22. August 2019 bei der Veranstaltung «Walk the Talk» thematisiert, bei der es um nachhaltige Synergien zwischen Landwirtschaft und Tourismus ging.

DISKUSSIONEN UND SPAZIERGÄNGE

Die zweite Ausgabe dieser Veranstaltung, die vom Ressort Tourismuspolitik des SECO organisiert wird, war alles andere als eine klassische Tagung. «Heute ist unser Ziel, neue Ideen und vor allem konkrete, umsetzbare Konzepte zu entwickeln», erklärte Christoph Schlumpf, Leiter von Innotour, in seiner Eröffnungsrede. Dank einer maximalen Teilnehmerzahl von 30 Personen war ein intensiver Austausch möglich. Nacheinander fanden an drei verschiedenen Orten (Theater Matte, Agentur Visu'l und Cinématte Restaurant Bar) Podiumsdiskussionen statt, aufgelockert von halbstündigen Spaziergängen durch die Berner Altstadt und am Ufer der Aare entlang. Die Diskussionen der Teilnehmenden – die u.a. aus Tourismusorganisationen, öffentlichen Verwaltungen oder landwirtschaftlichen Gewerkschaften und Genossenschaften kamen – drehten sich um zwei zentrale Fragen: Warum gibt es in der Schweiz nicht mehr Projekte, die sich auf eine enge Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus stützen? Was muss getan werden, um die Synergien zwischen Landwirtschaft und Tourismus in der Schweiz nachhaltig zu verankern?

Als Ausgangspunkt für diesen Austausch wurden einige von Innotour geförderte Projekte, darunter «Swiss Tavolata» (s. Kasten), von ihren jeweiligen Gründern vorgestellt. Drei dieser Initiativen – «Slow Food Travel» des Vereins Slow Food Schweiz, «Qualitätsstandards für B&B und Geschäftsmodelle des Schweizer Agrotourismus» von der Berner Fachhochschule (BFH) sowie «Vaud Œnotourisme» vom Tourismusbüro des Kantons Waadt – stellen wir in diesem Newsletter vor.

KONKRETE LEHREN

Neben der Philosophie hinter den verschiedenen Initiativen beschrieben die Projektträger auch, wie sie bei der Umsetzung vorgegangen sind, welche Probleme es gab und welche konkreten Lehren sie daraus gezogen haben. Christel Porchet von Vaud Œnotourisme unterstrich, wie wichtig es ist, lokale Persönlichkeiten einzubinden. «In den verschiedenen Regionen des Kantons Waadt haben wir Akteure gefunden, die bereits die nötige Motivation und das Know-how mitbrachten und so als Vorbilder dienen konnten», erklärte sie. «Dank ihrer Hilfe konnten wir andere Mitglieder des Netzwerks mobilisieren und unser Angebot im Bereich Weintourismus aufbauen.» Weitere Erkenntnisse lieferte Jean-Marc Imhof von Slow Food Travel: «Wir müssen unbedingt die Konkurrenz zwischen den verschiedenen Betrieben überwinden und die Akteure um ein innovatives Projekt herum vereinen.»

EINIGE AKTEURE BRACHTEN BEREITS DAS NÖTIGE KNOW-HOW MIT.

BEI SCHWEIZER BÄUERINNEN ZU TISCH

Das Projekt Swiss Tavolata wurde im September 2014 lanciert und ermöglicht Touristinnen und Touristen eine kulinarische Erkundung der Region. Sie reservieren ein Essen bei einer Landwirtin oder einer auf dem Land lebenden Frau und können direkt online bezahlen. «Die Frauen empfangen die Touristen wie Gäste», erklärt Mitgründerin Anna Barbara Eisl-Rothenhäusler. «Sie kochen traditionelle Gerichte oder neue Varianten davon, bei denen mindestens 80% der Zutaten vom Bauernhof oder aus der Region stammen. Die Initiative entspricht dem aktuellen Trend zu mehr Authentizität und dem Wunsch nach Begegnungen mit Einheimischen.»

Auf der Plattform sind derzeit 30 Frauen aktiv. Das Projekt wurde in seiner Anfangsphase 2014–2015 von Innotour unterstützt und kann dank Sponsorenbeiträgen von grossen Schweizer Unternehmen weiterlaufen. Ein neuer Verein, der direkt von den Gastgeberinnen geführt wird, trat inzwischen an die Stelle der ursprünglichen Organisation. «Diese Nebentätigkeit bringt den Frauen einen Stundenlohn von etwa CHF 35 bis 40 ein. Im Gegenzug erfüllen sie hohe Qualitätsanforderungen und natürlich die Hygienevorschriften.»

TITELBILD
Ein Beispiel für Agrotourismus: das B&B Le Vigny im Weinbaugebiet Lavaux.
Quelle: Schweiz Tourismus/Giglio Pasqua

DIE TEILNEHMENDEN TAUSCHTEN SICH ÜBER DIE BESTEN IDEEN FÜR NACHHALTIGE KOOPERATIONEN AUS.

Innotour

Die Veranstaltung Walk the Talk erwies sich als dynamisch und offen und ermöglichte konstruktive Diskussionen, sei es beim Spaziergang entlang der Aare, bei den Panels oder beim gemeinsamen Essen zum Abschluss.

Wichtig sei auch, darauf zu achten, dass entlang der gesamten Wertschöpfungskette Innovationen entstehen, machte Andreas Hochuli von der BFH deutlich. «Das Gastgewerbe braucht Produkte, die aus der Schweizer Landwirtschaft kommen. Wir müssen Geschäftsmodelle entwickeln, die den Marktanforderungen dieser beiden Branchen gerecht werden. Dabei geht es um ganz konkrete Themen, wie zum Beispiel den Ort der Schlachtung, die Milchlieferung oder die Vermarktung der lokalen Produkte durch die Tourismusbüros.»

AGROTOURISMUS ALS GEMEINSAMES UNTERRICHTSFACH

Zum Abschluss gab es ein gemeinsames Essen, natürlich mit lokalen Gerichten. Dabei tauschten sich die Teilnehmenden über die besten Ideen für nachhaltige Kooperationen aus, darunter etwa «Digital Detox»-Aufenthalte auf dem Bauernhof, eine von den verschiedenen Branchen gemeinsam betriebene Kommunikationsplattform zum Agrotourismus oder gemeinsame Ausbildungsmodule für Nachwuchskräfte in den Bereichen Tourismus und Landwirtschaft. Dieser letztgenannte Vorschlag wurde bei einer kurzen Abstimmung zum Favoriten gewählt.

INFORMATIONEN

Weitere Informationen zu den Workshops Walk the Talk finden Sie auf der Website von Innotour.
www.seco.admin.ch/innotour
Nächster Termin: 25.11.2019 «Produktentwicklung für Tourismuserlebnisse von morgen»

VAUD ŒNOTOURISME

AUFWÄRTSSPIRALE RUND UM DEN WEINTOURISMUS

Durch die koordinierte Entwicklung des Weintourismus im Kanton Waadt und in der Schweiz entstehen innovative Lösungen für Tourismus und Wirtschaft.

Beim Verkauf einer Flasche Wein oder eines regionalen Produkts wird automatisch auch die Destination vermarktet – und umgekehrt.

Yann Stucki, Projektleiter
Vaud Œnotourisme

Nach dem Vorbild von Erfolgsmodellen wie dem Elsass oder der Region Bordeaux will das Projekt Vaud Œnotourisme eine echte Weintourismus-Destination schaffen. Damit dies gelingt, werden den lokalen Akteuren Instrumente zur Verfügung gestellt, mit denen sie Angebote identifizieren, strukturieren, bündeln und optimieren sowie innerhalb der beteiligten Wirtschaftszweige (Tourismus, Weinbau, regionale Produkte, Hotellerie, Gastronomie und Kultur) ein funktionierendes Netzwerk aufbauen können.

Das Projekt, das vom Kanton Waadt lanciert und von 2013 bis 2018 durch Innotour gefördert wurde, hat zahlreiche Aktionen und Instrumente ins Leben gerufen, wie etwa ein Zertifizierungskonzept, Weiterbildungen, ein Handbuch zum Weintourismus oder auch eine Charta und eine Website für interessierte Berufsleute. Hinzu kommen acht weintouristische Spaziergänge, der Schweizer Weintourismuspreis und das Schweizer Weintourismustreffen (in diesem Jahr zum dritten Mal durchgeführt), mehr als 150 Produkte im Online-Vertrieb und die Aufnahme der Stadt Lausanne in das internationale Netzwerk «Great Wine Capitals».

DER WEINTOURISMUS ERMÖGLICHT ES, DIE AKTIVITÄTEN ZU DIVERSIFIZIEREN.

Wie diese Erfahrungen zeigen, ist Weintourismus kein Nischen-, sondern ein sich rasant entwickelnder Markt. Er bietet den beteiligten Wirtschaftszweigen die Möglichkeit, sich an Marktentwicklungen anzupassen und ihre Aktivitäten zu diversifizieren. Der Weintourismus entspricht einem aktuellen Trend und erfüllt die Erwartungen von Touristinnen und Touristen, die regionale Besonderheiten und neue Erlebnisse schätzen. Dank dieser Dynamik können sich auch die Akteure der Branche weiterentwickeln und vermehrt zusammenarbeiten.

EINE NEUE VISION

Der Weintourismus steht für eine neue Vision: Landwirtschaftliche Produkte und der Tourismus werden nicht mehr getrennt voneinander betrachtet. Beim Verkauf einer Flasche Wein oder eines regionalen Produkts wird automatisch auch die Destination vermarktet – und umgekehrt.

Rückblickend ist der Kanton Waadt froh, auf die koordinierte Entwicklung des Weintourismus gesetzt zu haben, denn dieser führe ganz klar zu mehr Wertschöpfung und Innovation. Vaud Œnotourisme möchte die begonnene Arbeit mit der Entwicklung eines landesweiten Angebots fortsetzen, an dem alle Weinbau-Kantone der Schweiz beteiligt sind. Das Ziel: Die Schweiz soll eine international anerkannte Weintourismus-Destination werden.

PANORAMA

Pluspunkt
Sieben Branchen haben zusammen mit dem Kanton Waadt daran gearbeitet, den Kanton als Weintourismus-Destination zu positionieren. In der Folge wurde der Verein «Vaud Œnotourisme» gegründet, um die Tätigkeiten des Ende 2018 ausgelaufenen Projekts weiterzuführen.

Kontakt
Vaud Œnotourisme
079 413 42 91
yann@swisscreative.ch
www.vaud-oenotourisme.ch

AGROTOURISMUS

ONLINE KNOW-HOW AUFBAUEN

Dank einer neuen E-Learning Plattform können sich Landwirtinnen und Landwirte im Bereich Tourismus fortbilden.

Andreas Hochuli, Projektinitiant,
Berner Fachhochschule

Diversifizierung wird für viele Landwirtschaftsbetriebe immer wichtiger. Mit qualitativ hochstehender Hofgastronomie und agrotouristischen Angeboten erwirtschaften zahlreiche Betriebe zusätzliches Einkommen. Hilfreich ist dabei, dass das Qualitätsbewusstsein im Schweizer Tourismus seit langem mit einem speziellen Q-Programm erfolgreich gefördert wird. Diese Erfahrungen lassen sich für den Agrotourismus bestens nutzen.

DER QUALITÄTSLEHRGANG KANN SOWOHL VON ZU HAUSE AUS ALS AUCH UNTERWEGS ABSOLVIERT WERDEN.

iStock

Die Gäste schätzen die bäuerliche Kulinarik mit hofeigenen Produkten in Verbindung mit komfortablen Übernachtungsmöglichkeiten und weiteren touristischen Zusatzleistungen.

In einer gemeinsamen Initiative haben vier kantonale Bauernverbände, der Schweizer Tourismus-Verband STV, Bed and Breakfast Switzerland, der Schweizerische Bäuerinnen- und Landfrauenverband sowie die Berner Fachhochschule BFH deshalb ein Projekt lanciert, mit dem die Qualität im Agrotourismus gefördert werden soll. Kernelement des Projekts war die Entwicklung einer neuen, webbasierten E-Learning Plattform für Landwirtinnen und Landwirte.

Die neue Website für den Schweizer Agrotourismus erlaubt den Landwirtinnen und Landwirten, einen Qualitätslehrgang bequem von Zuhause aus oder unterwegs mit Tablet oder Smartphone zu absolvieren. Bei Bedarf kann bei zahlreichen landwirtschaftlichen Bildungszentren in der ganzen Schweiz ein Unterrichtsmodul zum Thema Agrotourismus besucht werden, bei dem die Qualitätsinhalte nochmals vertieft werden. Der Ausbildungsnachweis wird zudem vom STV für die Erlangung des weit verbreiteten und im Tourismus gut verankerten Q1-Zertifikat akzeptiert. Für die Bäuerinnen und Bauern bedeutet dies also ein doppelter Nutzen. Die webbasierte E-Learning Plattform ist vorerst auf deutsch und italienisch verfügbar. Nächstes Jahr soll auch französisch hinzukommen.

WELLNESS UND KULINARIK

Agrotouristische Angebote stehen an der Schnittstelle zwischen Landwirtschaft und Tourismus. Während sich die Landwirtschaft auf Tierhaltung oder Getreideproduktion konzentriert, steht im Tourismus die Dienstleistung am Gast im Mittelpunkt. Im Idealfall vereint der Agrotourismus die landwirtschaftliche Produktion mit der touristischen Service-Qualität. Die Gäste schätzen denn auch die bäuerliche Kulinarik mit hofeigenen Produkten in Verbindung mit komfortablen Übernachtungsmöglichkeiten und weiteren touristischen Zusatzleistungen wie Mitarbeit auf dem Hof oder speziellen Wellnessangeboten. Diese Voraussetzungen verlangen nach einer engen Zusammenarbeit von Landwirtschaft und Tourismus.

PANORAMA

Pluspunkt
Das zwischen dem 1.September 2016 und dem 30.September 2018 von Innotour unterstützte Projekt hat zum Ziel, spezifische Qualitätsstandards für verschiedene agrotouristische Geschäftsmodelle zu entwickeln und diese den Landwirtschaftsbetrieben mittels einer neuen Internetplattform zugänglich zu machen.

Kontakt
AGROTourismusQ
agrotourismus.hafl@bfh.ch
www.agrotourismus-q.ch
031 910 21 66

GRANDS SITES DU GOÛT

DIE SCHWEIZ ALS GASTRONOMIE-DESTINATION

Im Netzwerk «Grands sites du goût» sind fünf Schweizer Regionen mit typischen regionalen Spezialitäten vereint. Etwa 15 weitere könnten in den nächsten drei Jahren hinzukommen.

Sylvain Gaildraud, Projektleiter «Grands sites du goût», Fondation pour la Promotion du Goût

Die «Grands sites du goût» sind Tourismusregionen mit einem starken Bezug zu einem typischen Landwirtschaftsprodukt oder einem bestimmten Wein, wobei die Beziehung zwischen den Menschen und ihrer Region im Vordergrund steht. Das Projekt, das von der Fondation pour la Promotion du Goût, dem Tourismusbüro des Kantons Waadt und GastroVaud getragen wird, hat zwei Hauptziele: ein Netzwerk der «Grands sites du goût» aufzubauen und die Schweiz im In- und Ausland als Wein- und Gastronomie-Destination zu positionieren.

Die Gastronomie ist eine der tragenden Säulen im Tourismusbereich. Sie ermöglicht den Gästen eine besondere Begegnung mit der Kultur einer Region und fällt auch wirtschaftlich stark ins Gewicht: 10 bis 30% der Reiseausgaben entfallen auf Essen und Trinken.

POSITIVE ERSTE BILANZ

Die erste Phase des Projekts, das von Oktober 2018 bis September 2021 von Innotour unterstützt wird, bestand darin, das Projekt potenziell interessierten Regionen vorzustellen. Von bisher zwölf besuchten Gegenden haben fünf bestätigt, dem Netzwerk beitreten zu wollen:

- das Val-de-Travers mit seinem Absinth
- die Region Grandson mit ihren Trüffeln
- der Chablais mit seinem Alpensalz (Sel des Alpes)
- das Grand Entremont mit seinem Raclette-Käse
- das Tessin mit seinem Merlot

Ausserdem wurde eine Website lanciert (sites-du-gout.ch). Finanzielle Unterstützung erhält das Projekt dank einer Partnerschaft mit dem Messerfabrikanten Swiza aus dem Jura, wodurch die Tragbarkeit des Projektes langfristig gesichert ist.

ERLEBNISAUFENTHALTE IN SICHT

In Kürze werden die lokalen Partner (Gastronomiebetriebe, Hotels, Tourismus-Dienstleister) in das Projekt integriert. Zudem wird eine Strategie erarbeitet, um alles, was die Region rund um ihr kulinarisches Vorzeigeprodukt zu bieten hat, zur Geltung zu bringen – von Kochkursen bis hin zu Events.

Parallel dazu soll das Angebot des «Slow Tourismus» auf die Erwartungen kulinarisch interessierter Gäste abgestimmt werden. Gefördert werden etwa ausgefallene Unterkünfte, Naturtourismus, geführte Wanderungen oder der Langsamverkehr. Dank der Partnerschaft mit Slow Food Travel (Artikel auf S. 7) werden zukünftig auch Erlebnisaufenthalte angeboten. Bis 2022 soll die Zahl der am Projekt beteiligten Gegenden auf schweizweit rund 20 ansteigen.

Die Region Grandson mit ihren Trüffeln gehört zu den fünf Gegenden, die dem neuen Netzwerk beitreten möchten.

EINE STRATEGIE, DIE ALLES, WAS DIE REGION RUND UM IHR KULINARISCHES VORZEIGEPRODUKT ZU BIETEN HAT, ZUR GELTUNG BRINGT.

PANORAMA

Pluspunkt
Das Ziel ist, eine Tourismusregion mithilfe eines oder mehrerer Produkte zu vermarkten, die etwas über die Geschichte, die Kultur, die Landschaft und die Geografie einer Gegend erzählen.

Kontakt
Grands sites du goût
021 601 58 03
info@sites-du-gout.ch
www.sites-du-gout.ch

SLOW FOOD TRAVEL

VOM FELD BIS ZUM TELLER

Im Tourismus steht für die Gäste immer mehr das Erleben mit allen fünf Sinnen im Vordergrund. Genau das bietet das Agrotourismus-Projekt von Slow Food Schweiz.

Slow Food Travel organisiert die Vernetzung der verschiedenen Akteure im Gastronomiebereich – vom Landwirtschaftsbetrieb bis zum Restaurant.

Alexandre Fricker, Geschäftsführer Slow Food Schweiz

Eine gute, saubere und fair produzierte Ernährung für alle – das hat sich die internationale Slow-Food-Bewegung zum Ziel gesetzt, die 1986 in Italien gegründet wurde und ab 1993 auch in der Schweiz Fuss fasste. Heute zählt sie rund eine Million Sympathisanten in 160 Ländern. Ihre drei Grundprinzipien lauten: Traditionen erhalten, Wissen vermitteln und Austausch schaffen.

Da die Industrialisierung zu einer weltweiten Vereinheitlichung der Ernährung führt, engagiert sich Slow Food mithilfe zahlreicher Projekte dafür, das kulinarische Erbe der verschiedenen Weltregionen zu fördern und sich für dessen Erhalt einzusetzen.

GÄSTE SENSIBILISIEREN

Gemeinsam mit lokalen Protagonisten organisiert Slow Food Travel die Vernetzung der verschiedenen Akteure im Gastronomiebereich – vom Feld bis zum Teller, vom Landwirtschaftsbetrieb bis zum Restaurant –, damit ihre Arbeit sichtbar wird und mehr Anerkennung erhält. So lädt das Projekt Reisende dazu ein, die Welt aus der Sicht der Einheimischen zu entdecken.

Ziel der Bewegung ist es, den Reisenden Wissen zu vermitteln und sie für den Erhalt der Biodiversität, des kulturellen Erbes, regionaler Identitäten und der lokalen Gastronomie zu sensibilisieren. Ausserdem sollen beispielhafte Unternehmen aus verschiedenen Regionen untereinander vernetzt werden, damit ein nachhaltigeres Tourismusmodell Verbreitung finden kann.

ERSTE ERFAHRUNGEN IM WALLIS

Dank der seit dem 1. Juni 2019 laufenden Förderung durch Innotour wird im Wallis ein Projekt aufgebaut, das nach drei Jahren selbsttragend sein soll. Konkret ermöglicht Innotour die notwendige Vorarbeit für die Erstellung von Pauschalangeboten in Form von Erlebnisaufenthalten rund um landwirtschaftliche Traditionen sowie den Aufbau einer Struktur für die regionalen Akteure.

Obwohl das Projekt erst in einer Destination – der Walliser Region Grand Entremont (Pays du Saint-Bernard und Bagnes) – allmählich Gestalt annimmt, ist die Nachfrage nach einem solchen Format auch in anderen Gegenden bereits sehr gross. Die Projekte in den ersten teilnehmenden Gebieten bilden einen reichen Erfahrungsschatz und Slow Food freut sich, seine Expertise zur Entwicklung eines Tourismus im Einklang mit den Einheimischen und ihren Traditionen bald in einem breiteren Rahmen anbieten zu können.

SLOW FOOD ENGAGIERT SICH DAFÜR, DAS KULINARISCHE ERBE DER VERSCHIEDENEN REGIONEN ZU FÖRDERN.

PANORAMA

Pluspunkt
Slow Food Travel, das von Mitte 2019 bis Ende 2021 von Innotour unterstützt wird, entwickelt touristische Reiserouten und Dienstleistungen zur Förderung der lokalen Biodiversität in den Bereichen Landwirtschaft, Gastronomie und Kultur.

Kontakt
Verein Slow Food Schweiz
043 928 72 22
info@slowfood.ch
www.slowfood.ch

PERIODE 2016-2019

«DIE BILANZ VON INNOTOUR IST SEHR ERFREULICH»

Die Akteure der Tourismusbranche suchen nach Lösungen, um die aktuellen Herausforderungen zu bewältigen. Eric Jakob, Leiter der Direktion für Standortförderung, erklärt, wie Innotour sie dabei unterstützt.

Interview mit Botschafter Eric Jakob, Leiter der Direktion für Standortförderung des SECO.

Die Förderperiode 2016–2019 von Innotour neigt sich dem Ende zu. Wie sieht Ihre Bilanz aus?

Eric Jakob: Die Bilanz für die Periode 2016–2019 ist sehr erfreulich. Insgesamt wurden 81 Projekte von Innotour unterstützt, wobei die Zahl der Gesuche höher war als in der Vorperiode. Knapp 70% der bewilligten Mittel gingen an nationale Vorhaben und dank dem Instrument der Modellvorhaben konnten auch 32 lokale und regionale Projekte gefördert werden.

Eric Jakob betont, dass die Förderperiode 2020-2023 eine gezielte Unterstützung für die Prozesse der digitalen Transformation der Tourismuswirtschaft ermöglicht.

Können die Projektträger noch Finanzhilfegesuche einreichen?

Eric Jakob: Die Mittel von Innotour für die Periode 2016-2019 sind bereits ausgeschöpft. Das ist vergleichbar mit der Vorperiode. Trotzdem können weiterhin Finanzhilfegesuche beim SECO zur Prüfung eingereicht werden, allerdings werden die Fördermittel bei einer positiven Entscheidung erst ab Januar 2020 ausgezahlt.

Wurden die Eckpfeiler für die nächste Förderperiode 2020–2023 schon festgelegt?

Eric Jakob: Die Bundesversammlung hat in ihrer Herbstsitzung einen Verpflichtungskredit von 30 Millionen Franken für die Finanzierung der Innotour-Projekte von 2020 bis 2023 gesprochen. Es fliessen also beachtliche Summen in die Tourismusförderung. Damit lassen sich insbesondere die Prozesse der digitalen Transformation der Tourismuswirtschaft, einer der Themenschwerpunkte der Tourismuspolitik 2020-2023, gezielt unterstützen. Die Innotour-Förderung soll Kooperationsprojekten zugutekommen, die auf einem soliden Geschäftsmodell aufbauen. Weitere Voraussetzungen sind die Skalierbarkeit und Interoperabilität (d.h. sie müssen leicht mit anderen Systemen oder Produkten vereinbar sein oder interagieren können).

INSGESAMT WURDEN ZWISCHEN 2016 UND 2019 81 PROJEKTE UNTERSTÜTZT.

Welche Prioritäten hat das SECO für diese nächste Phase gesetzt?

Eric Jakob: Das SECO wird den Erfahrungs- und Wissensaustausch zwischen den Projekten stärker fördern. Das Ziel ist, besser über die Ergebnisse der Modellvorhaben zu kommunizieren, damit diese von der Tourismusbranche berücksichtigt werden können. Hierfür hat das SECO 2019 die Workshopreihe «Walk the Talk» lanciert. Drei der für dieses Jahr geplanten vier Transfer-Workshops haben schon stattgefunden und erfreuliche Resultate hervorgebracht.

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
Holzikofenweg 36
3003 Bern

Herausgeber: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung, Tourismuspolitik, 3003 Bern; Koordination/Redaktion/Übersetzung/Layout: LargeNetwork, Genf; Druck: PCL Presses Centrales SA, Renens; Auflage: 1400 Exemplare