

walk the talk
Zusammenfassung
**Produktentwicklung
für Tourismuserlebnisse
von morgen**

Projektpräsentationen

Matterhorn Regio AG

Die Matterhorn Regio AG (MRAG) ist entstanden aus dem Wunsch, die Kompetenzen der verschiedensten Akteure im Raum Wallis zu vereinen und eine überregionale Zusammenarbeit im Zusammenhang mit der Promotion der Region Wallis in den Fernmärkten zu erreichen. Dabei wurde bewusst darauf verzichtet, neue Strukturen zu schaffen. Stattdessen wurden im Rahmen eines Kompetenzzentrums die bestehenden Partner eingebunden. Auf der gesamten Wertschöpfungskette wurden Rollen verteilt, um vorhandene Ressourcen effizient zu nutzen und Doppelspurigkeiten zu vermeiden. So gibt es für jede Ebene entlang der Wertschöpfungskette (Analyse, Produktentwicklung, Promotion, Distribution) einen zuständigen Partner, welcher im Rahmen der MRAG für die gesamte Region mit der Marke Wallis auftritt.

Entwicklungsplattform Luzern-Vierwaldstättersee

Mit der Eröffnung des Bürgenstock-Resorts in Nidwalden wurde die Chance erkannt, die überregionale Ausstrahlung des Projekts für die gesamte Region zu nutzen. Die Kantone Luzern und Nidwalden, gemeinsam mit Luzern Tourismus AG (LTAG), gründeten die Entwicklungsplattform Luzern-Vierwaldstättersee mit dem Ziel, gemeinsame Interessen und Stärken, unabhängig von Kantonsgrenzen, zu bündeln und die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. In einem nächsten Schritt wurde das Kooperationsmodell mit drei weiteren Kantonen (Obwalden, Uri, Schwyz) erweitert. In Zukunft wird die LTAG, im Auftrag der Zentralschweizer Kantone, nicht nur die Stadt, sondern die gesamte Region vermarkten. So können auch die überregionale Produktentwicklung angestossen und grössere überkantonale Tourismusprojekte koordiniert werden.

STRATOS

STRATOS ist ein Netzwerk der Destinationen im Oberwallis, sowie weiterer Partner, für die destinationsübergreifende Tourismusentwicklung. Die erlebnisorientierte Produktinnovation steht dabei im Vordergrund. Die Idee ist, Themen zu bearbeiten, welche gemeinsam gelöst werden können. Ähnlich wie bei der MRAG, wurden die Rollen der Leistungsträger, Destinationen, des STRATOS-Netzwerks und der Valais Wallis Promotion an konkreten Produkten erprobt und definiert. Das Ziel von STRATOS ist es, die einzelnen Leistungsträger im strategischen Denk- sowie im Umsetzungsprozess zu beraten und aktiv einzubinden. Indem die Ressourcen und Kompetenzen im Netzwerk STRATOS gebündelt werden, können grössere Promotionsaktivitäten und Projekte umgesetzt werden.

Produktentwicklung für den Tourismus – Umdenken ist gefragt

Um überregionale Themen zu entwickeln, muss das Know-how in Sachen Produktentwicklung im Tourismus in den Destinationen gefördert werden. Dazu müssen Fachkräfte qualifiziert und so das entsprechende Know-how generiert werden. Die Destinationsverantwortlichen müssen auch auf strategischer Ebene umdenken: der Fokus sollte weniger auf der Promotion, sondern stärker auf die Produktentwicklung gelegt werden. Früher war dies ausschliesslich Sache der Leistungsträger – um aber eine gesamte Region oder Destination zu entwickeln, braucht es die Strategie auf einer höheren Ebene und das Bewusstsein, kommerziell arbeiten zu wollen. Dies schliesst auch die Leistungsträger mit ein: auch sie müssen den Mehrwert sehen, ihr Produkt in den Zusammenhang der gesamten Destination zu stellen.

Kompetenzzentren – Die Organisationsstruktur der Zukunft?

Auffallend ist, dass in all den vorgestellten Projekten die «Kompetenzzentrum-Logik» vorherrscht. Dabei werden alle Fachkompetenzen gebündelt und die verschiedenen Destinationen dazu bewegt, zusammenzuarbeiten und eine gemeinsame Stossrichtung zu verfolgen. Doch wie baut man ein Kompetenzzentrum auf? Gemäss der Podiumsteilnehmer sollten zuerst alle Partner miteinbezogen und die gemeinsame Vision und Strategie in Workshops erarbeitet werden. Die Partner müssen den Mehrwert sehen, damit sie gewillt sind, sowohl finanzielle als auch personelle Ressourcen in diese Kompetenzzentren zu stecken. In Sachen Organisation gibt es jedoch Unterschiede bei den verschiedenen Netzwerken: STRATOS basiert auf Freiwilligkeit und ist in einem relativ losen Gefüge organisiert – das Netzwerk gibt es nur solange, wie es für die Destinationen und Partner stimmt. Bei der MRAG ist die Zusammenarbeit vertraglich geregelt, um eine längerfristige Verpflichtung der Partner zu garantieren.

Finanzierung

Die Projekte finanzieren sich grösstenteils aus Beiträgen, welche die Destinationen und Partner beisteuern. Bei STRATOS erfolgt die Finanzierung projektbezogen: Die in ein Projekt involvierten Partner oder Destinationen beteiligen sich in der Regel an den Ausgaben. Die MRAG erhält auch Beiträge von den Destinationen, welche anhand der Anzahl kommerzieller Übernachtungen eruiert wird. Mit Hilfe von Leistungsvereinbarungen werden zudem die Aufgaben und Einnahmen mit den verschiedenen Partnern geregelt. Auch in der Region Luzern-Vierwaldstättersee arbeitet man mit Leistungsvereinbarungen: So hat die LTAG von den Kantonen den Auftrag erhalten, ab 2020 die überregionale Produktentwicklung aufzubauen und Projekte zu koordinieren.

Konkrete Produkte

Die Region Luzern-Vierwaldstättersee hat als überregionales Produkt den «Zentralschweizer Gutschein» entwickelt. Der Gutschein kann bei 80 Partnern in den fünf Zentralschweizer Kantonen eingelöst werden. Der Gutschein umfasst nebst Erlebnissen auch die Gastronomie, Unterkünfte, Transport, Kunst und Kultur oder Shopping. Die Produktentwicklung obliegt bei MRAG und STRATOS nach wie vor bei den Destinationen und bei den Leistungsträgern. Die Projekte bieten das nötige Netzwerk, Know-how und Unterstützung. Es gibt Destinationen, die das Prinzip der Produktentwicklung in Zusammenarbeit mit verschiedenen (auch überregionalen) Partnern verstanden haben: die Aletsch-Arena beispielsweise hat aus dem Eggishorn einen Erlebnisberg kreiert, wobei die Bergbahnen nun ganzjährig betrieben werden können.