

Projekt Innovationsgenerator

Erfahrungen und Resultate



Quelle: www.google.ch/search?q=co-creation

Projektträger: CIPRA Schweiz, www.cipra.org

Projektleitungsteam

- CIPRA Schweiz, Hans Weber
- solerworks.ch, Reto Solèr
- Kampagnenforum, Martin Diethelm

Partner

- Schweizer Tourismus-Verband, STV, Robert Zenhäusern, Barbara Gisi
- Schweiz Tourismus, Michael Leibacher
- Regionale Tourismusorganisationen im Schweizer Berggebiet
 - Office du Tourisme du Canton de Vaud, Nathalie Stumm
 - Graubünden Ferien, Mik Häfliger
- Hochschule HES-SO Valais/Wallis, Vincent Grèzes
- Hochschule Luzern, Institut für Tourismuswirtschaft, ITW, Fabian Weber

Unterstützt von Innotour, dem Förderinstrument vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Erfahrungen und Resultate

Inhalt

Zusammenfassung.....	3
Résumé	4
Teil 1: Projektbeschrieb Vorgehen/Methodik	5
Teil 2: Projektevaluation / Umfrageergebnisse	8
Teil 3: Case Studies / Vier Projektbeispiele	12
Alpine Sabbatical.....	13
Revolutionäres Skischulmodell	16
HeuStallBett	19
Ferme Bio de la Lizerne.....	22
Teil 4: Fazit und Vorschlag für die Weiterführung	24

Annex

Anforderungen Nachhaltige Tourismusangebote
Critères offres touristiques durables

Bericht der Jury, 10. Oktober 2017
Rapport Jury, 10 octobre 2017

Bericht Jury, 19. Juni 2018
Rapport Jury, 19 juin 2018

21. Januar 2019

Zusammenfassung

Innovationsgenerator – Innovative Projekte für einen nachhaltigen Tourismus

Der *Innovationsgenerator* motivierte mit dem Instrument der Co-Creation innovative Kräfte zur Weiterentwicklung von Projektideen, ermöglichte neue Partnerschaften, und bot Entwicklungsräume. Die Initianten wurden beratend begleitet und die erfolgsversprechenden Projekte in der Weiterentwicklung der Idee auch finanziell unterstützt. Die Projekte sollten allen drei Zieldimensionen der Nachhaltigkeit bestmöglich gerecht werden: Wirtschaft, Ökologie, Gesellschaft.

Projekttablauf *Innovationsgenerator*

In der ersten Projektphase wurde mit einer breiten Ausschreibung möglichst viele Ideen für neue, nachhaltige touristische Produkte gesucht und zwei Workshops in Zürich und Lausanne angeboten. Im September 2017 hat die von den Projektpartnern gebildete Fachjury, aus einer Fülle von insgesamt 48 Projekteingaben aus allen Bergregionen der Schweiz, die besten acht Ideen ausgewählt. Die Projektinitianten erhielten einen finanziellen Beitrag von je CHF 1'500.- für die Ausarbeitung eines Businessplans. In der zweiten Projektphase wurden die Initianten nach Bedarf fachlich unterstützt und begleitet. Dazu wurde wieder je ein Workshop in beiden Landesteilen durchgeführt. Aus den sieben eingereichten Businessplänen hat die Fachjury schlussendlich vier ausgezeichnet. Die Projektträger profitieren von einem Startbeitrag von CHF 8'000.- für die Weiterentwicklung und Umsetzung ihres Vorhabens. In der dritten Projektphase wurde das Pilotprojekt mit Hilfe einer Umfrage evaluiert, um die Wirkungen des Projektes bewerten zu können und daraus Folgerungen für eine Weiterführung des Projektes abzuleiten.

Resultat der Umfrage: Grosses Interesse am *Innovationsgenerator*

Der *Innovationsgenerator* stiess auf starkes Interesse. Mit 48 Projekteingaben wurde das gesteckte Ziel von 20 Bewerbungen weit übertroffen. Der *Innovationsgenerator* hat laut den Ergebnissen der Umfrage einen entscheidenden Anstoss gegeben, die Ideen zu Papier zu bringen, Projektpartner zu suchen, die Finanzierung zu sichern und das Vorhaben weiter zu konkretisieren. Die angebotenen Workshops wurden gut besucht und der Beratungspool rege in Anspruch genommen. Viele der eingereichten Projekte waren sehr innovativ und nachhaltig, einige entstanden in Co-Creation. Es kann festgestellt werden: Der *Innovationsgenerator* hat sein Ziel erreicht!

Weiterführung *Innovationsgenerator*

Aufgrund der positiven Rückmeldungen empfehlen die Projektpartner, den *Innovationsgenerator* weiterzuführen. Die Empfehlungen enthalten einen Vorschlag, wie auf Grund der Erfahrungen am meisten Wirkung erzielt werden kann. Damit soll gewährleistet werden, dass langfristig Innovationen im Bereich nachhaltiger touristischer Produkte aufgespürt und die Methode der Co-Creation weiterentwickelt werden.

Organisationsstruktur *Innovationsgenerator*

Projektträger: CIPRA Schweiz: www.cipra.org

Projektpartner: Schweizer Tourismus-Verband | Schweiz Tourismus | Graubünden Ferien | Office du Tourisme du Canton de Vaud | Hochschule Luzern, Institut für Tourismuswirtschaft | Hochschule für Wirtschaft und Tourismus, Sierre

Projektleitung: Hans Weber, CIPRA Schweiz, Reto Solèr, solerworks.ch, Martin Diethelm, Kampagnenforum

www.innovationsgenerator.ch www.generateur-innovation.ch

Résumé

Générateur d'innovation – des idées innovantes pour un tourisme durable

En s'appuyant sur la co-création, le *Générateur d'innovation* a stimulé des forces nouvelles pour développer des idées de projets innovants, initier de nouveaux partenariats et offrir des espaces de création. Les initiateurs de ces projets ont été conseillés et accompagnés, et les projets prometteurs ont bénéficié d'un soutien financier pour permettre le développement de l'idée initiale. Les projets devaient respecter au mieux les trois dimensions de la durabilité: l'économie, l'écologie et la société.

Processus du *Générateur d'innovation*

Lançant un large appel d'offres, la première étape du *Générateur d'innovation* avait pour objectif de collecter un nombre aussi important que possible d'idées de produits touristiques novateurs. Deux ateliers ont été organisés, l'un à Lausanne, l'autre à Zurich. En septembre 2017, se recrutant parmi les partenaires associés au *Générateur d'innovation*, un jury professionnel a sélectionné les huit meilleures sur un total impressionnant de 48 idées soumises au concours, parvenues de toutes les régions de montagne de Suisse. Afin de les aider à élaborer des business plans, les initiateurs de ces projets se sont vu attribuer chacun une contribution financière de CHF 1500.-. Au cours de la deuxième phase, les initiateurs de projets ont bénéficié de conseils et d'un accompagnement par des professionnels, en fonction de leurs besoins. Encore une fois, des ateliers ont été organisés dans deux régions linguistiques. Enfin, parmi les sept business plans soumis, le jury en a primé quatre. Les porteurs de ces projets sélectionnés ont chacun reçu une contribution financière de CHF 8000.- afin de les aider à développer et à mettre en œuvre leur projet. Au cours de la troisième phase, le projet pilote a été évalué au moyen d'une enquête en ligne afin de connaître les effets du *Générateur d'innovation* et de tirer les conclusions en vue de sa continuation.

Résultat de l'enquête: un grand intérêt pour le *Générateur d'innovation*

Le *Générateur d'innovation* a suscité un grand intérêt. 48 idées de projets ont été soumises au concours. L'objectif fixé, soit 20 idées, a donc été largement surpassé. Selon les résultats de l'enquête en ligne, le *Générateur d'innovation* a donné des impulsions décisives pour que des idées soient couchées sur papier, que des partenaires soient recherchés, que le financement soit assuré et que les projets soient concrétisés. Les ateliers proposés étaient bien suivis et le recours au pool de conseillers a été fréquent. Bon nombre des projets soumis étaient très innovants et durables; certains étaient le fruit de la co-création. D'où notre constat général: Le *Générateur d'innovation* a atteint son objectif!

Suite du *Générateur d'innovation*

En raison des retours positifs, les partenaires associés recommandent de donner une suite au *Générateur d'innovation*. Ces recommandations comprennent également une proposition découlant des expériences du projet pilote et qui permettra de maximiser les retombées positives. Il s'agit d'assurer sur le long terme la détection de produits touristiques innovants et le développement de la méthode de co-création.

Structure organisationnelle du *Générateur d'innovation*

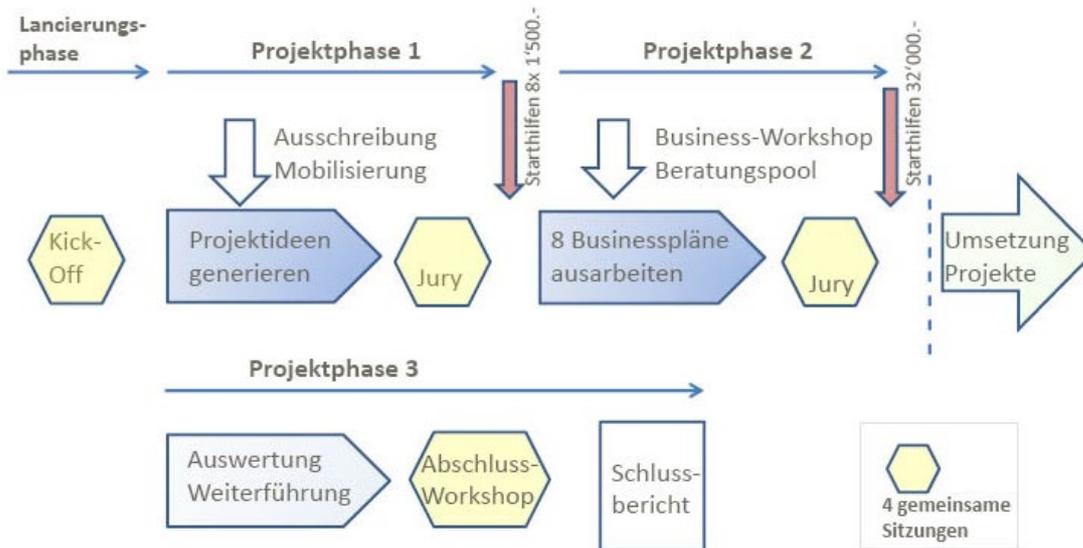
Porteur du projet: CIPRA Suisse: www.cipra.org

Partenaires associés au projet: Fédération suisse du tourisme | Suisse Tourisme | Graubünden Ferien | Office du Tourisme du Canton de Vaud | Haute école de Lucerne, Institut für Tourismuswirtschaft | Haute école de gestion et tourisme, Sierre

Direction du projet: Hans Weber, CIPRA Suisse; Reto Solèr, solerworks.ch; Martin Diethelm, Kampagnenforum

www.innovationsgenerator.ch www.generateur-innovation.ch

Teil 1: Projektbeschreibung: Vorgehen/Methodik



Lancierungsphase (Kick-off)

An der Kick-off Veranstaltung vom 22. Februar 2017 in Bern wurde der Projektablauf den Projektpartnern detailliert vorgestellt, die Projektorganisation genehmigt, erste Entwürfe für die Projektausschreibung zur Diskussion gestellt und eine Einigung auf ein gemeinsames Verständnis betreffend Nachhaltigkeit im Tourismus erzielt. Dabei stützten wir uns auf Vorarbeiten der Hochschule Luzern, welche in Zusammenarbeit mit Tourismusdestinationen den Leitfaden „Nachhaltige Tourismusangebote“ erarbeitet hat.

Projektphase 1

Ziel der **ersten Phase** war möglichst viele, verschiedene Ideen für neue nachhaltige touristische Produkte zu generieren. Die Hauptaufgabe der Projektleitung bestand in der intensiven Bewerbung des *Innovationsgenerators*, damit dieser möglichst vielen Individuen und Organisationen sowie Unternehmen, auch aus branchenfremden Sektoren, bekannt wurde. Folgende Massnahmen wurden dabei ergriffen:

- Intensive **Bewerbung** des Innovationsgenerators durch alle Projektpartner, insbesondere durch die nationalen (ST, STV) und kantonalen Tourismuspartner (Graubünden Ferien, Office de Tourisme du Canton de Vaud), durch die beteiligten Hochschulen sowie ergänzend durch die Organisationen CIPRA Schweiz und Kampagnenforum Schweiz sowie solerworks.ch.
- Erstellung des **Webportals** www.innovationsgenerator.ch, www.generateur-innovation.ch.
- Erarbeitung des **Eingabeformulars für Projektideen** deutsch und französisch.
- Bereitstellung der **Kriterien für „Nachhaltigen Tourismus“** deutsch und französisch. (siehe Anhang Kriterien Nachhaltiger Tourismus).
- Durchführung von **zwei Kreativ-Workshops** in Zürich und Lausanne am 31. Mai 2017 für potentielle Projektinitianten unter Federführung der Hochschulen Luzern und Sierre. (Beilage Workshop-Programme).

Diese Massnahmen führten bis zum Eingabetermin vom 13. August 2017 zu bei CIPRA Schweiz eingereichten **48 Projektideen**. Ein sehr erfreuliches Ergebnis, rechneten wir in der Planung doch mit etwa 20 Projekteingaben.

Die **Jurierung der Projekteingaben** erfolgte in einem zwei-stufigen Verfahren durch die Projektpartner:

5. September 2017:

Vorstellung aller 48 Projektideen mit Hilfe eines einheitlichen Beurteilungsblatts inklusive kurzer Diskussion mit allen Projektpartnern. Festhalten von übergeordneten Beurteilungskriterien zu Händen der Jury.

25. September 2017

Jurysitzung unter Leitung von Barbara Gisi, Direktorin STV. Weitere Jurymitglieder: Michael Leibacher (Schweiz Tourismus), Mik Häfliger (Graubünden Ferien), Nathalie Stumm (Office du Tourisme du Canton de Vaud), Hans Weber (CIPRA Schweiz).

Wahl der prämierten Projekte auf Grund einer Bewertung mit einem standardisierten Voting-Tool (Beilage). Entwurf einer Medienmitteilung. (siehe Anhang)

Die Jury hat acht Projekte ausgewählt, welche sie zur Weiterentwicklung speziell empfiehlt und für die Weiterbearbeitung zu einem Businessplan je einen Beitrag von CHF 1'500.- spricht:

- Revolutionäres Skischulmodell
- Duraival Bonus Card
- A l'abri de l'Hêtre
- Publicfruits
- Glamping à la Ferme
- Alpine Sabbatical
- Auf den Spuren unseres Erbes mit 3D Brillen
- HeuStallBett

Auf der Webseite finden sich Kurzbeschreibungen der eingereichten Projekte, welche einer Veröffentlichung zugestimmt haben: <http://www.innovationsgenerator.ch/index.php/aktuelles.html>

Das Resultat der Jurierung wurde in einem **Jurybericht** festgehalten. Dieser wurde zusammen mit einer **Medienmitteilung am 10. Oktober 2017** veröffentlicht (Anhang). Die Jurierung der Projektideen wurde als Meilenstein und als Abschluss der Projektphase 1 definiert.

Projektphase 2

Ziel der Projektphase 2 war die berücksichtigten Projektideen von ihren Initianten in einen standardisierten **Businessplan** zu überführen. Als Eingabefrist wurde der 30. April 2018 festgelegt. Die Anforderungen an die Businesspläne wurden festgelegt und den Projektinitianten zugestellt, ebenso wie eine Zusammenstellung der Leitfäden für die Angebotsentwicklung im Tourismus.

Der Businessplan beschreibt die Planung und Realisierung der Idee, weist den Beitrag für die Nachhaltigkeit bei allen drei Zieldimensionen im Tourismus aus, zeigt wo nötig einen konkreten Ort zur Projektrealisierung auf, beziffert die Kosten und zeigt Finanzierungsmöglichkeiten für die Umsetzung auf.

Die Fachhochschulen HSLU Luzern und HES-SO Sierre haben mit Unterstützung der Projektleitung auch in dieser Projektphase **je einen Workshop** durchgeführt, um die Projektträger dabei zu unterstützen und den **Beratungspool** vorzustellen. Dieser Pool von Fachleuten stand den Projektinitianten nach Bedarf bei der weiteren Projektkonzipierung beratend zur Seite. (Beilage Angebot Beratungspool).

Sieben Projektinitianten haben den Businessplan termingerecht eingereicht. Das Angebot des Beratungspools wurde von den meisten Projektträgern in Anspruch genommen. Das Projekt „Duraival Bonus Card“ verzichtete auf eine Projekteingabe. Dieses Projekt wird auf nationaler Ebene in einem holistischen Ansatz durch Discover.swiss weiterverfolgt.

Am 31. Mai 2018 hat die gleiche Jury wie in der ersten Projektphase die Siegerprojekte der zweiten Bewerbungsrunde erkoren. Der Jury standen dabei CHF 32'000.- für Startbeiträge an ausgewählte Projekte zur Verfügung. Die Jury entschied sich dafür, an die untenstehenden vier Projekte je CHF 8'000.- auszurichten. Im Jurybericht im Anhang findet sich die Begründung der Jury für diese Wahl.

- Revolutionäres Skischulmodell
- A l'abri de l'Hêtre
- Glamping à la Ferme
- Alpine Sabbatical

Projektphase 3

Sämtliche Ideen und Businesspläne, deren Initiantinnen und Initianten damit einverstanden waren, wurden auf dem Webportal www.innovationsgenerator.ch veröffentlicht. Mit einer **Umfrage bei den Beteiligten** wurde eruiert, wie der Innovationsgenerator aufgenommen wurde und welche Wirkungen er erzielt hat. Die Resultate wurden in der hier vorliegenden Publikation aufgearbeitet.

Vier unterschiedliche Projektideen wurden beispielhaft aufbereitet. Es wurde dargestellt, wie der Innovationsgenerator jeweils gewirkt hat und wie insbesondere Methoden zur Co-Creation zur Anwendung kamen.

Zudem wurde geprüft, wie der *Innovationsgenerator* weitergeführt werden könnte und ob es sinnvoll wäre, in der Schweiz ein niederschwelliges, ständiges „Innovationslabor“ für die Entwicklung nachhaltiger, touristischer Produkte einzurichten.

Das Ergebnis wird in Teil 4 der hier vorliegenden Publikation beschrieben.

Teil 2: Projektevaluation / Umfrageergebnisse

Umfrage Juni 2018

Der *Innovationsgenerator* hat zum Ziel, **innovative Ideen für den nachhaltigen Tourismus mit Hilfe von Co-Creation** zu fördern. Das Projekt wurde in den Jahren 2017/18 durchgeführt.

Zur **Evaluierung und Weiterentwicklung** des *Innovationsgenerators* wurde im Juni 2018 eine Umfrage bei Personen und Körperschaften durchgeführt, welche 2017 und 2018 zum Mitmachen beim *Innovationsgenerator* eingeladen wurden.

Die Umfrage wurde von 19 Personen, welche ein Projekt eingereicht haben, vollständig ausgefüllt. Weitere 41 haben diese teilweise beantwortet. Meist haben diese nicht selber am Projekt teilgenommen oder sie haben die Umfrage aus nicht bekannten Gründen abgebrochen. Alle sieben Projektinitianten, die einen Businessplan eingereicht haben, haben an der Umfrage mitgemacht.

Auswertung der Antworten

Erfolgreiche Kanäle zur Anwerbung von Teilnehmenden am *Innovationsgenerator*

Ganz unterschiedliche Kommunikationskanäle haben dazu beigetragen, dass schlussendlich 48 Bewerberinnen und Bewerber ihre Projektideen in der ersten Projektphase eingereicht haben. Dank einer sehr breiten Mobilisierung wurde das Ziel von 20 Projekteingaben weit übertroffen. Als wichtigste Kanäle wurden „Hinweise von Bekannten“ oder „Zufall“ angegeben (9 von 27).

Antworten im Einzelnen:

Hinweis von Freunden/Bekanntem/Geschäftspartnern (5)

Zufall (4), *Persönliche Benachrichtigung* (1)

Newsletter Office du Tourisme du Canton de Vaud (1) *Newsletter Graubünden Ferien* (2)

Newsletter Institut für Tourismuswirtschaft ITW Hochschule Luzern - Wirtschaft (1)

Newsletter des Kampagnenforums (3), *Flyer von MW/CIPRA* (1), *Alpine Pearls* (1)

Newsletter Schweiz Tourismus (2), *Newsletter Schweizer Tourismus-Verband* (1)

Website Innovationsgenerator (3)

moneta - Zeitschrift der Alternativen Bank (1), *Zeitschrift «Beobachter»* (1)

Weiterentwicklung der Projekte - Einfluss *Innovationsgenerator*, Co-Creation

Rund die Hälfte der Projektinitianten hatten ihre Projektidee bereits vor der Kommunikation des *Innovationsgenerators* zumindest angedacht. Die andere Hälfte wurde durch den *Innovationsgenerator* angeregt, diese zu entwickeln. Ein Drittel der konkretisierten Projektideen entstand in Co-Creation mit verschiedenen Akteuren.

Die meisten Projektinitianten gaben an, die Ideen weiterzuverfolgen, auch wenn sie vom *Innovationsgenerator* keine finanzielle Unterstützung erhielten. Nur drei Initianten haben ihre Idee nicht weiterverfolgt, nachdem sie nicht unterstützt wurden.

Es kann festgehalten werden, dass der *Innovationsgenerator* als Katalysator sowohl für die Ideengenerierung, wie auch für deren Weiterbearbeitung und deren Konkretisierung gewirkt hat. Die meisten Projektinitianten haben festgehalten, dass sie ihre Ideen in jedem Fall weiterverfolgen werden. Es wäre deshalb wünschbar, auch diesen eine Beratung anzubieten, was der *Innovationsgenerator* mit den vorhandenen Ressourcen nicht leisten konnte.

Antworten im Einzelnen

12 Personen gaben an, dass ihre Idee bei der Eingabe bereits existierte, 4 Personen haben ihre Idee am Workshop vom Mai 2017 entwickelt, 4 Personen wurden durch den Innovationsgenerator generell zur Idee angeregt.

8 Personen gaben an, dass der Projektwettbewerb ausschlaggebend für die Konkretisierung ihrer Idee war; 8 Personen verfügten bereits über konkrete Ideen.

5 der neuen Ideen entstanden in Co-Creation, 11 Initianten verneinten eine solche.

2 Personen gaben an, bei der Entwicklung ihrer Idee von der Plattform «iBrain» angeregt worden zu sein.

7 Personen haben angegeben, dass ihre Idee in die zweite Phase mitgenommen wurde, 13 werden die Realisierung ihrer Idee auch ohne Berücksichtigung für die zweite Phase weiterverfolgen. 3 Personen gaben an, ihre Projekte für diesen Fall nicht weiterzuverfolgen

Qualität der Informationen zum Innovationsgenerator

Die durch den *Innovationsgenerator* angebotenen Informationen wurden insgesamt mit je etwa 40% der Antworten als sehr gut oder gut bewertet. Die Informationen zu Co-Creation wurden etwas weniger gut bewertet. Hierzu besteht Nachholbedarf und es braucht eine klarere Definition.

Die Informationen zur Jurierung wurden mehrheitlich als ausreichend bezeichnet. Es ist nachvollziehbar, dass einige Teilnehmende mehr Infos zum Entscheid gewünscht hätten.

Antworten im Einzelnen

Die Allgemeinen Informationen zum Projektablauf des *Innovationsgenerators* wurden überwiegend als sehr gut (7) oder als ausreichend (7) bewertet, nur 1 Person empfand die Informationen als ungenügend.

Die Informationen zum Ansatz der Co-Creation empfanden 4 Personen als sehr gut, 6 als ausreichend, 3 als genügend, 2 als ungenügend und 1 Person gab keine Antwort.

Die Informationen spezifisch zu Innovation wurden überwiegend als sehr gut (5) oder ausreichend (7) bewertet, 2 empfanden sie als genügend, 1 Person fand die Informationen nicht ausreichend und 1 gab keine Antwort.

Keiner der Teilnehmenden empfand die Informationen in Bezug auf Nachhaltigkeit als ungenügend. Diese wurden entweder als sehr gut (5), als ausreichend (6) oder als genügend (4) bewertet. 1 Person gab keine Antwort.

Die Mehrheit der Teilnehmenden war zufrieden mit den Informationen bezüglich Jurierung und Kriterien. 3 empfanden diese als sehr gut, 8 als ausreichend, 2 als genügend und 2 als ungenügend.

Qualität der konkreten Angebote

Die konkreten Beratungsangebote des *Innovationsgenerators* waren ausreichend bekannt und wurden, abgesehen von iBrain, in Anspruch genommen. Insbesondere wurde die Möglichkeit zum persönlichen Kontakt an den Workshops und bei der Beanspruchung des Beratungspools genutzt und geschätzt.

Antworten zu den einzelnen Gefässen Plattform iBrain

Die Plattform wurde von 1 Person als hilfreich empfunden bei der Entwicklung eines Projekts.

Beispiele auf der Webseite

Die Positiv-Beispiele auf der Website waren einer Mehrheit bereits bekannt, trotzdem wurden sie von der Hälfte als anregend empfunden.

Workshops

Zwei Drittel der Personen haben vom Angebot der Workshops gewusst und die Hälfte hat auch daran teilgenommen. 5 der 7, die am Workshop teilnahmen, empfanden den Workshops als sehr hilfreich.

Eingabeformular

Fast alle an der Umfrage Teilnehmenden kannten das Eingabeformular. Dieses wurde mehrheitlich als hilfreich (9) oder sehr hilfreich (3) bezeichnet. 2 Personen enthielten sich der Antwort.

Beratung

11 Personen gaben an, die Unterstützung via E-Mail gesucht zu haben. 5 Personen nutzten die Möglichkeit zu persönlichen Gesprächen. Die Mehrheit (7) gab an, dass sie die Unterstützungsangebote als sehr gut empfanden, 2 hielten diese für gut, 3 für ausreichend. Niemand empfand das Angebot als ungenügend.

Ansprüche an Innovation - Nachhaltigkeit - Co-Creation

Das Konzept der Nachhaltigkeit wurde von den Umfrage-Teilnehmenden als sehr anspruchsvoll angesehen und es wurde auch kritisch hinterfragt. Die Umwelt-Dimension soll nicht vernachlässigt werden, so der Tenor. Die Co-Creation als Chance bei der Projektentwicklung wurde unterschiedlich beurteilt und genutzt.

Antworten im Einzelnen

Die Frage, ob der Anspruch an Innovation erfüllt wurde, wird wie folgt gesehen:

2 Personen sahen den Anspruch als sehr gut erfüllt, 4 sahen ihn als gut erfüllt. 4 Personen sahen diesen lediglich als knapp erfüllt und gemäss 1 Person war er ungenügend erfüllt.

Den Anspruch an die Nachhaltigkeit des Innovationsgenerators wurde positiver bewertet: 1 Person war der Meinung, der Anspruch wurde sehr erfüllt, 8 sahen den Anspruch als erfüllt. Nur 1 Person sah den Anspruch ungenügend erfüllt und 1 als nur knapp erfüllt.

6 Personen waren der Meinung, dass der Anspruch bezüglich Co-Creation erfüllt wurde, wovon 3 sehr dafür waren. Eine Person sah den Anspruch nur knapp erfüllt, 1 gar nicht. 6 Personen gaben keine Antwort.

Aufschlussreich sind zusätzlich eingebrachte, individuelle Anregungen:

- «Nachhaltig ist ein sehr breites Konzept, Umwelt geht tendenziell eher unter neben der Wirtschaft.»
- «Ich finde die Idee der Plattform zum Vorstellen einer innovativen Idee im Bereich Tourismus super.»
- «"Drumherum" war zu aufgeblasen. Form des Innovationsgenerators schien wichtiger als Inhalt. Fristen viel zu lange.»
- «Viele Vorhaben waren keine wirklichen Innovationen im eigentlichen Sinn. Die Definition "Nachhaltigkeit" müsste ebenfalls geschärft werden. Was heisst "nachhaltig" genau? (wirtschaftlich, ökologisch, soziologisch, politisch?).»
- «Ich bin mir nicht sicher, ob die Nachhaltigkeit in letzter Instanz wirklich eine sehr grosse Rolle gespielt hat...»

Weiterführung Innovationsgenerator

Eine Weiterführung in ähnlicher Form wurde praktisch von allen Teilnehmenden begrüsst, die Hälfte wünscht sich eine jährliche Wiederholung, die andere Hälfte zieht einen 2-Jahres-Rhythmus vor.

Antworten im Einzelnen

Die Frage, ob der Innovationsgenerator regelmässig durchgeführt werden sollte, wurde überwiegend mit Ja beantwortet (10). 1 Person fand nicht, dass das Projekt regelmässig durchgeführt werden sollte. 2 Personen wussten es nicht und 1 gab keine Antwort.

7 Personen waren der Ansicht, dass alle zwei Jahre ein sinnvoller Rhythmus für die Fortsetzung des Innovationsgenerators wäre, 6 Personen sprachen sich für einen jährliche Durchführung aus. Jemand gab an, «jährlich wäre eine gute Pace, um Fortschritte älterer Vorhaben zu tracken und neue Ideen / Vorhaben aufzunehmen und weiter zu triggern.»

Was müsste bei der Weiterführung geändert werden, damit eine regelmässige Durchführung einen Mehrwert bringt?

- Breites Bekanntmachen und Sammeln von Ideen.

- *Am Workshop zum „Canvas-Modell“ hatte ich den Eindruck, dass viele Projekte ziemlich weit weg von der touristischen Realität und Machbarkeit liegen. Vielleicht täusche ich mich ja?*
- *Ideen / Vorhaben aus einer früheren Innovationsgenerator-Phase nicht untergehen / versanden lassen. Ggf. frühere und neuere Ideen verknüpfen, Co-Creation instrumentalisieren / professionalisieren. Wahrscheinlich braucht es einen Innovationsprozess, der Transparenz über den Verbleib der diversen Ideen / Vorhaben in den verschiedenen Phasen der Umsetzung widerspiegelt (so dass nichts vergessen / ausgelassen wird und eine Historie geführt werden kann über Ideen, die ähnlich schon mal da waren und was damit geschehen ist.).*
- *Innovationen kommen oft von Quereinsteigern, von Start-ups ohne Finanzierung. Klarer machen, wie das abläuft, wo und dass man Beratung bekommt. Echte finanzielle Unterstützung geben. Aber nicht zu anspruchsvolles Formular für Erstanmeldung ... die kosten sonst zu viel Zeit, die dann im Operativen fehlt. Kriterien besser kommunizieren - spart auch Zeit, weil man sich gleich gar nicht bewirbt, wenn man sieht, dass man diese nicht erfüllt.*
- *Plus de contacts avec les initiateurs de projets, car il est difficile de transmettre des idées innovantes. Le changement ce n'est pas dans notre culture. Personnellement j'ai participé à 32 brevets et on m'a souvent pris pour un utopiste. Justement, le rôle de l'utopiste est de faire passer de l'utopie à la réalité. Cela demande une force de caractère et y croire, souvent contre l'avis de la majorité, mais comme dit précédemment le changement est difficilement accepté par le citoyen. Il faut persévérer et surtout y croire, "Yes, we can" Il faut sortir des chemins battus et essayer de comprendre les utopistes qui ont souvent une longueur d'avance sur nos technocrates.*
- *Peut-être un premier accompagnement pour la réalisation concrète du projet ainsi qu'un soutien financier un peu plus important selon le type de projet.*

Weitere Rückmeldungen und Empfehlungen

- *Ich fände es grundsätzlich weiterhin interessant, Studenten aus dem Bereich Tourismus/Wirtschaft in mein Projekt einzubinden. Im Rahmen einer Master- oder Bachelorarbeit würde sich eine Zusammenarbeit sinnvoll ergeben. Dies wäre für mein Projekt ein Gewinn und für die studentische Arbeit ein spannendes Lernfeld.*
- *Tolles Team an Experten, die sehr motiviert waren und gute Hilfestellung geleistet haben!*

Teil 3: Case Studies – Vier Projektbeispiele

Einleitung

Im Rahmen des Projekts *Innovationsgenerator* wurden 48 Projektideen eingereicht und viele davon auch weiterentwickelt. Der *Innovationsgenerator* hat einen strukturierten Prozess ermöglicht und bot Unterstützung in den Phasen der Ideengenerierung, -sammlung und bei der Weiterentwicklung der Projekte. Um die Vielfalt der Projekte und den Beitrag des *Innovationsgenerators* bei deren Entwicklung aufzuzeigen, werden im Folgenden vier Projekte als **Fallbeispiele** aufgearbeitet. Gespräche mit dem jeweiligen Projektverantwortlichen geben Aufschluss über den Stand des Projekts sowie darüber, welche Unterstützungsleistungen des *Innovationsgenerators* bezogen und wie diese beurteilt wurden. Abschliessend werden die gemachten Erfahrungen reflektiert und „Lessons learnt“ abgeleitet.

Auswahl der Projekte

Bei der Auswahl der analysierten Projekte wurde unter anderem die inhaltliche Vielfalt, aber auch die unterschiedlich starke Begleitung durch den *Innovationsgenerator* berücksichtigt.

1. Das Projekt «Alpine Sabbatical» ist unter anderem darum interessant, weil die Initiantinnen nicht aus dem Tourismusbereich kommen. Dieses durch den *Innovationsgenerator* prämierte Projekt hat in grossem Masse Unterstützungsleistungen beansprucht. Die Initiantinnen waren bei allen Workshops dabei und entwickelten ihr Projekt von der Idee, über den Businessplan inklusive konkreten Partnern bis zur Konzipierung des Pilotprojekts im Rahmen des *Innovationsgenerators*.
2. Das Projekt «Skischulmodell» wurde unter anderem aufgrund seines disruptiven Charakters ausgewählt. Auch dieses Projekt nutzte die Workshops und Beratungen für die Konkretisierung. Zudem wurde die Idee in einem Pilotversuch getestet, welcher zu wertvollen Erkenntnissen führte.
3. Das Projekt «HeuStallBett» hatte als Projektidee bereits existiert und wurde im Rahmen des *Innovationsgenerators* weiterentwickelt. Es konnte von der Startfinanzierung in der ersten Phase profitieren. Die Initiantin hat zudem am Businessplan-Workshop der zweiten Phase teilgenommen.
4. Das Projekt «Ferme Bio de la Lizerne» aus der Romandie wurde zwar nicht für die 2. Runde berücksichtigt, die Initianten haben aber trotzdem am Businessplan-Workshop der zweiten Phase teilgenommen.

Projekte

Alpine Sabbatical

Projektleiterin: Gerlinde Zuber, Open Collaborative, Architektin, Stadtplanerin. Gerlinde Zuber ist Mit-Gründerin des Vereins „Wandellust“, einem Zentrum für Engagement im zivilgesellschaftlichen Wandel.

Projektbeschreibung mit Projektzielen und Projektinhalt

Das Konzept folgt der Überlegung, grundsätzlich einen achtsamen und überlegteren Zugang in die Alpen zu schaffen. Wie kann unser 'touristisches' Dasein in den Alpen als Besucher und Beobachter, der Seele des Ortes förderlich sein? Wie kann der herrschenden konsumorientierten, sensationsgetriebenen Vorstellung von Alpentourismus mit sanften Gegenbewegungen das Make-up getrübt werden? Auf der generellen Suche nach einem Game-Changer, der nicht wieder ein trojanisches Pferd in die Region holt, sondern Samenkörner sät, soll dieses Konzept eine mögliche Ausprägung davon sein. Zusammenbringen von Bedürfnissen zweier Parteien für eine Win-win-Situation: Die eine Seite hegt das Bedürfnis nach einer längeren Auszeit und Peripherie. Die andere Seite wünscht Reduktion von Leerständen und Belegung eines Ortes in schlecht frequentierten Jahreszeiten. Hier gilt es, Synergien herzustellen und die Parteien auf fruchtbare Art zu verknüpfen.

Ziele

- SLOW TOURISM: Geschwindigkeit des Daseins und Verweilens in den Bergen verlangsamen (gegen anhaltenden Trend von energieintensiven Kurztrips in die Alpen). Langzeitaufenthalte zur nachhaltigen Verknüpfung mit dem Ort. Entschleunigung des Ortes durch das Tempo der Besucher und der Besucher durch das Tempo des Ortes.
- PURPOSE TOURISM: Nicht nur nehmen/konsumieren, sondern dem Ort/der Region auch etwas zurückgeben. Jeder darf/soll/muss selbstbestimmt entscheiden, welcher Aufgabe er sich stellt. Die Aufgaben sollen dem spezifischen Wirkungs-Ort entweder in gesellschaftlicher, ökologischer oder wirtschaftlicher Hinsicht Früchte tragen.
- LEERSTAND NUTZEN: Aussersaisonale, abgelegene, ausgediente brachliegende Räumlichkeiten beleben und sinnstiftend nutzen.
- LOKALE VERNETZUNG: Austausch der Teilnehmenden mit Umgebung und Nachbarn.

Inhalte

Offizielle Ausschreibung von 'Alpine Sabbaticals': Je nach Fündigkeit und Verfügbarkeit werden in Form eines kleinen "Erasmus-Programmes" spezifische Orte und Zeiträume ausgeschrieben um Personen zu mobilisieren, die Interesse hegen, ein berufliches Sabbatical einzulegen und einen längeren Zeitraum (1-7 Monate) an einem Ort im Alpenraum zu verbringen. Als Orts-Destinationen werden (bescheidene, zu jeder Jahreszeit komfortable) Alm- und Berghütten, wie auch alpine Ferienwohnungen in Betracht gezogen. Das Angebot der Raumnutzung wird immer jene Zeiten umfassen, an denen der Ort und seine eigentümliche Funktion 'brach liegt'. Mit den Eigentümerinnen und Eigentümern werden bereits für die Ausschreibung möglichst günstige Raummieten oder sogar Mietfreiheit (Nebenkosten) vereinbart, von denen der/die Teilnehmer/in dann profitieren wird.

Entstehung der Projektidee

Die Initiatorin ist in vielen Projekten engagiert, die bisher keinen expliziten Tourismusbezug hatten. Allerdings organisierte die Plattform „Open Collaborative“ im November 2015 einen Impulsworkshop zum Thema 'Zukunftsfähiger Alpentourismus'. In einem Brainstorming mit verschiedenen Partnern wurden Ideen generiert, die aber im Anschluss nicht weiterverfolgt wurden.

Die Initiantin hat zufällig über den Newsletter des Kampagnenforums vom Innovationsgenerator erfahren und dahingehend am Ideen-Workshop in Zürich vom 31. Mai 2017 teilgenommen. Durch die Gespräche am Workshop über Herausforderungen im Tourismus des Alpenraums ist die Grundidee für das Projekt entstanden, die dann im Anschluss von Gerlinde Zuber in Eigeninitiative aufgenommen und weiterentwickelt wurde.

Unterstützungsleistungen

Gerlinde Zuber war sowohl am Ideen-Workshop als auch am Workshop zum Businessplan dabei und hat auch die Beratungsleistungen in Anspruch genommen. Die Begleitung von der Ideengenerierung bis zum konkreten Projekt bewertet sie sehr positiv.

Ideen-Workshop

Am Ideen-Workshop entstanden erste Ansätze der Projektidee im Austausch mit anderen Teilnehmenden. Insbesondere die spannenden Methoden, die im dicht gestaffelten Ideen-Workshop eingesetzt wurden, werden von der Initiantin positiv beurteilt. So wurde der ganze Prozess vom Brainstorming zu konkreten, kleinen Projekten durchlaufen, was zu einem sehr ergiebigen Resultat geführt habe, auch wenn mehr Zeit hilfreich gewesen wäre. Durch die klare Struktur mit unterschiedlichen Methoden seien die Teilnehmenden relativ «schnell in die Gänge gekommen». Des Weiteren wurde der Austausch mit Personen mit ganz unterschiedlichen Hintergründen geschätzt. Mit einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die ähnliche Ideen hatten, blieb die Initiantin auch im Anschluss in Kontakt und im Austausch.

Businessplan-Workshop

Der Workshop war für die Initiantin nützlich, um die Anforderungen an einen Businessplan kennenzulernen. Die Informationen dazu sowie die Literaturvorschläge und die zur Verfügung gestellte Zusammenstellung von Leitfäden wurden als besonders hilfreich beurteilt. Zudem wurde die Möglichkeit geschätzt, andere Projekte kennenzulernen und das persönliche Netzwerk zu erweitern.

Beratungsleistungen

In der Phase zur Erarbeitung des Businessplans fand ein reger Austausch mit mehreren Beratern aus dem Expertenpool statt. Dabei war insbesondere hilfreich, dass die Berater unterschiedliche Hintergründe und Schwerpunkte hatten und somit verschiedene Perspektiven einbringen konnten. Diese Breite habe dem Projekt viel gebracht und massgeblich zur Qualität des Businessplans beigetragen. Die Experten aus dem Beraterpool haben das Projekt alle sehr ernst genommen und ihr Know-how bereitwillig zur Verfügung gestellt. Des Weiteren waren die Verknüpfungen der Experten zur Tourismusbranche förderlich, insbesondere die vermittelten Kontakte zu den Pilotregionen Prättigau und Surselva.

Nachhaltigkeit und Co-Creation

Das Konzept der Nachhaltigkeit war der Initiantin schon vorher bekannt. Da sie damit bereits Erfahrung hatte, war die Integration ins Projekt kein Problem. Das Projekt berücksichtigt alle Dimensionen der Nachhaltigkeit.

Auch der Aspekt der Co-Creation war in den verschiedenen Phasen der Projektentwicklung präsent. Die Grundidee des Projekts ist in Co-Creation mit mehreren Personen am Workshop entstanden. Aber auch in späteren Phasen wurde stets der Austausch gepflegt und das Projekt dadurch inhaltlich weiterentwickelt.

Während der Erarbeitung des Businessplans war es der Austausch mit den Beratern, der das Projekt inhaltlich mitgeprägt hat. In der Umsetzungsphase ist eine intensive Abstimmung mit den verschiedenen Praxispartnern (Regionalplaner, Tourismusorganisationen und andere) vorgesehen.

Förderung und Finanzierung

Nachdem der Businessplan erarbeitet wurde und Regionen für einen Pilotversuch gewonnen werden konnten, soll für die Umsetzung Innotour als Hauptgeldgeber angefragt werden. Weitere mögliche Partner sind unter anderem das Amt für Wirtschaft und Tourismus des Kanton Graubündens, die zuständigen Regionalstellen und Tourismusorganisationen sowie die Gemeinden. Das Projekt hat nicht nur innovativen Charakter und fördert die Zusammenarbeit, sondern kann bei Erfolg auch auf weitere Regionen übertragen werden. Mit dem Businessplan besteht bereits eine sehr gute Grundlage. Das Zustandekommen der Finanzierung wird für den weiteren Verlauf und den Projekterfolg entscheidend sein.

Hauptnutzen des *Innovationsgenerators*

Der *Innovationsgenerator* war von der ersten Stunde an massgeblich ausschlaggebend für die Entwicklung des Projekts. Nach der Ideenentwicklung am Workshop war die Startfinanzierung entscheidend, dass das Projekt auch weiterentwickelt werden konnte. In allen Schritten vom Brainstorming zur Idee über die Konzeptentwicklung bis hin zum Businessplan und zur Zusammenarbeit mit Partnern und Pilotregionen hat der *Innovationsgenerator* einen relevanten Beitrag geleistet.

Verbesserungsvorschläge

Aus Sicht der Initiatorin wird der Prozess und die Administration insgesamt positiv beurteilt. Optimierungsmöglichkeiten sieht sie bei der Kommunikation der Auszahlungsmodalitäten und Fristen, die teilweise während des Projekts geändert wurden, was für Verwirrung sorgte. Zudem hätte der Austausch zwischen ähnlichen Projekten gegebenenfalls noch stärker forciert werden können. Während der Jurybericht mit Interesse gelesen wurde, wäre ein inhaltliches Feedback zu nicht berücksichtigten Projekten ebenfalls interessant und hilfreich gewesen.

Stand des Projekts, nächste Schritte

Als nächster und zentralster Schritt geht es um die Sicherstellung der Finanzierung. Einige Partner sind dazu bereits mit an Bord. Mit beiden Pilotregionen ist die Initiatorin im regen Austausch zur Vorbereitung der Umsetzung. In Davos können gewisse Abhängigkeiten (z.B. Gesundheitsplattform Davos) allenfalls zu Verzögerungen führen. Spannend wird sein, die beiden unterschiedlichen Pilotregionen zu vergleichen und zu sehen, welche Strategie besser geeignet ist. Im Idealfall soll die Plattform mit ersten buchbaren Angeboten im Sommer 2019 stehen, wobei viele weitere Schritte (z.B. Akquisitionsgespräche Krankenkassen, HR Firmen, Universitäten, etc.) parallel weiterlaufen werden. Das Projekt wurde zudem am 29.11.2018 im Rahmen des Tourism Trend Forum der HTW Chur auch am Inno-Circle des Bündner Tourismus vorgestellt.

Fazit

Zusammenfassend zeigt das Beispiel des Projekts „Alpine Sabbatical“, dass der *Innovationsgenerator* auf verschiedenen Ebenen zum Erfolg des Projekts beitragen konnte:

- Entstehung neuer Ideen (Ausschreibung, Workshop)
- Startfinanzierung als Anreiz zur Weiterentwicklung
- Ermöglichen von Kontakten (Netzwerk) zu Experten und zum Tourismus
- Tiefe Hürden durch schrittweises Vorgehen und niederschwellige unkomplizierte Administration
- Expertenwissen zur Konkretisierung der Projektidee und zum Erstellen eines Businessplans
- Vermittlung von Partnern für die Umsetzung
- Anregungen für das Fundraising

(basierend auf Gespräch mit Gerlinde Zuber vom 18. September 2018)

Revolutionäres Skischulmodell

Projektinitiant: Ernst Flütsch, Berghaus Sulzfluh, St. Antönien (www.sulzfluh.ch) Projektleiter: Mik Häfliger, Head of Innovation Management Graubünden Ferien

Projektbeschreibung – das Konzept

Das heutige Skischulwesen konzentriert sich auf Gruppen und individuellen Gäste, die über ein Skischulbüro einzelne Lektionen oder Schneesportlehrer für ganze Tage oder Wochen zum Voraus buchen. Dies ist schwerfällig und hindert manchen Gast spontan eine Skischule zu besuchen. Das heutige Skischulmodell kann durch das neue Modell «on the spot» ergänzt, wenn nicht gar langfristig abgelöst werden. So erhalten wir eine Skischule «anytime – everywhere»!

Ansatz

Wenn der Gast auf der Piste das Bedürfnis hat, sich Tipps und Tricks zeigen zu lassen oder gezielt ein Coaching wünscht, ist der Schneesportlehrer da und unterstützt ihn – ganz einfach und ohne vorherige Anmeldung. Ein Coaching umfasst mindestens eine Abfahrt. Der Schneesportcoach kann an der Talstation, bei der Bergbahn oder auf der Piste angehalten werden. Bezahlt wird zukünftig über das entsprechende App, allenfalls beim Kauf der Tageskarte oder auch direkt auf der Piste in bar oder per Debit- / Kreditkarte. Im Skigebiet coacht dann ein Skilehrer Gäste, welche die entsprechende Tageskarte mit dem Zusatzticket für «Schneesportcoaching» gekauft haben oder spontan einen Skilehrer anheuern.

Der Schneesportcoach zeigt einerseits dem Gast das Skigebiet, bringt bei dessen Fahrstil Korrekturen an und gibt dem Gast fachmännische Tipps. Er gibt Informationen ab über den Ort, über Dienstleistungen, Ausrüstung, usw. Der Coach ist entweder Teil der örtlichen Skischule oder arbeitet mit dieser eng zusammen und vermittelt Gäste für deren Skikurse. So gesehen kann in einer ersten Phase der Schneesportcoach auch als Möglichkeit zum Schnuppern für spätere Skischulkurse verstanden werden. Sämtliche Leistungen werden gegen Bezahlung angeboten.

Alleinstellungsmerkmal (USP)

«Schneesportcoaching on the spot» funktioniert **ohne Buchung** und **ohne fix vereinbarte Antrittszeit**. Man zielt so auf die spontane Gefühlslage von Schneesportgästen ab, die wohl sonst nie einen Kurs auf konventionelle Art buchen würden.

Entstehung der Projektidee

Ernst Flütsch hat 20 Jahre in der Skischule Davos-Klosters als Skilehrer gearbeitet. Dabei wurde er oft von Skifahrenden nach Tipps gefragt. Dabei ist die Idee aufgekommen, Leistungen direkt an der Piste anzubieten. Ein erstes Konzept wurde Ende der 90er Jahre erstellt und verschiedene Gespräche dazu geführt. Die Partnersuche gestaltete sich schwierig, so dass das Projekt nicht mehr aktiv weiterverfolgt wurde. Auf dem Weg zum Workshop des *Innovationsgenerators* in Zürich hat Ernst Flütsch, Mik Häfliger von der Idee erzählt, was der Auslöser war, dass die Idee wiederaufgenommen und schliesslich beim *Innovationsgenerator* eingereicht wurde.

Unterstützungsleistungen

Ernst Flütsch hat an sowohl am Ideen-Workshop als auch am Businessplan-Workshop teilgenommen und wurde in der Businessplanphase von Mik Häfliger beratend unterstützt. In dieser Phase fand auch ein erster Pilotversuch statt, bei dem das Konzept ausführlich getestet wurde.

Ideen-Workshop

Am Ideen-Workshop hat Ernst Flütsch aus reinem Interesse teilgenommen. Er hat den Workshop als sehr spannend und bereichernd empfunden. Die eingebrachten Ideen seien inspirierend und der Austausch mit verschiedenen Teilnehmenden sowie die daraus entstehenden, neuen Konstellationen hätten ermöglicht, dass Ideen aufgenommen und weiterentwickelt worden seien. So können neue Muster und anregende Partnerschaften entstehen. Ernst Flütsch nimmt auch regelmässig an den Inno-Circles von Graubünden Ferien teil, wo zudem die lokale Verankerung ein Plus darstellt.

Businessplan-Workshop

Auch der Businessplan-Workshop wird sehr positiv beurteilt. Er sei « fast noch intensiver » gewesen als der erste. Neben den inhaltlichen Inputs war vor allem der Austausch förderlich. Die inspirierenden Ideen führten sogar dazu, dass einige Ideen im eigenen Betrieb umgesetzt wurden. So entstand – inspiriert vom Projekt HeuStallBett – ein attraktives Schlafangebot unter freiem Himmel, das «Zeitbett».

Beratungsleistungen

Neben dem finanziellen Anreiz durch den *Innovationsgenerator* war vor allem die persönliche Unterstützung wertvoll. Die Entwicklung des Businessplans und die Testphase wurden sehr gut unterstützt und durch Mik Häfliger aus dem Beraterpool aktiv mitgeprägt. Es sei wichtig, dass die Person, die das Projekt vorantreibt, Herzblut und Professionalität vereine. Es brauche zwingend beides, damit ein Projekt erfolgreich sein kann. Und im Wissen, dass die meisten Innovationsprojekte scheitern, brauche es zudem auch Mut und vor allem Geduld.

Nachhaltigkeit und Co-Creation

Der Begriff der Nachhaltigkeit werde teilweise etwas überstrapaziert und vor allem auch unterschiedlich interpretiert. Das Projekt „Revolutionäres Skischulmodell“ war in diesem Kontext nur schwierig einzuordnen. Die aufgeführten Kriterien scheinen nicht für alle Themen und Projekte gleich relevant und naheliegend zu sein, so dass dieser Aspekt für das Projekt nur schwierig zu beurteilen war. Mit dem Potential, eine ganze Sub-Branche möglicherweise in eine erfolgreiche Zukunft zu bringen, ist das Projekt sicher wirtschaftlich nachhaltig.

Co-Creation allerdings habe ausgiebig stattgefunden. Erst mit dem Austausch mit anderen Akteuren hat die Idee Fahrt aufgenommen. Da dem Einzelnen oft Wissen oder Erfahrungen fehlen, sei der Austausch sehr wichtig, könne ansteckend wirken und Projektideen vorantreiben. Neben dem Austausch an den Workshops sei dabei insbesondere auch die beratende Begleitung sowie die Testphase zu nennen, wo Rückmeldungen auch von Gästeseite gesammelt wurden und zur weiteren Optimierung einfliessen konnten. Des Weiteren sei es wichtig, Markt-Tests zu machen und diese nach dessen Scheitern unter entsprechenden Korrekturmassnahmen so lange zu iterieren, bis das Produkt stimmig ist und von der Kundenschaft akzeptiert werde.

Förderung und Finanzierung

Die finanzielle Förderung eines Vorhabens soll von Vorteil immer erst nach einem erfolgreichen Markt-Test (Minimum Viable Product oder abgekürzt MVP) beantragt werden. Hat man nämlich diese Phase durchschritten, lassen sich die Erfolgsaussichten besser abschätzen, und meistens gibt es bereits ernsthafte Interessenten (Partner), die mitziehen. Das senkt das Risiko und löst beim Investor Zuversicht aus. Quellen für die Finanzierung können Innovationsprogramme des Kantons, des Bundes, private Firmen oder auch Crowdfunding-Plattformen sein.

Hauptnutzen des *Innovationsgenerators*

Der finanzielle Anreiz macht Freude, war aber nicht der Hauptantrieb im spezifischen Fall. Vielmehr sei das Teilen von Ideen im Vordergrund gestanden. Wertvoll war der Austausch,

um zu prüfen, wie Ideen ankommen und um das „Feuer weiterzugeben“. Das Projekt wächst durch den Austausch und wird so laufend optimiert.

Prozess und Administration

Viele Formulare würden bei solchen Prozessen oft abschreckend wirken. Beim Innovationsgenerator sei der Prozess übersichtlich, schlank und nicht überfordernd gewesen.

Stand des Projekts, nächste Schritte

Im kommenden Winter wird der MVP, unter Berücksichtigung der Learnings aus dem ersten Versuch, wiederholt. Das Konzept soll zuerst als Zusatzangebot figurieren und schliesslich fixer Teil zum herkömmlichen Skischulangebot werden.

Fazit

Zusammenfassend können aus den Erfahrungen des Projekts «Revolutionäres Skischulmodell» folgende Aspekte hervorgehoben werden, bei denen der *Innovationsgenerator* unterstützend beigetragen hat:

- Inspiration für neue Ideen (Workshops)
- Förderung des Austausches von Ideen und Netzwerk
- Persönliche Unterstützung durch Know-how der Berater
- Herzblut und Professionalität (Kompetenzen) als wichtige Zutaten für die erfolgreiche Entwicklung neuer Projekte
- Live Experimentieren, Probieren Testen (statt Umfragen!)
- Fail fast – fail cheap! Und nicht aufgeben!
- Finanzielle Unterstützung erst nach ersten Erfolgen nachsuchen
- Klarer schlanker Prozess in der Administration und Kommunikation

(basierend auf Gespräch mit Ernst Flütsch vom 27. September 2018 mit Ergänzungen durch Mik Häfliger)

HeuStallBett

Projektleiterin: Jolanda Rechsteiner, Geschäftsführerin Safiental Tourismus

Projektbeschreibung

Das HeuStallBett greift das Modell des Null-Stern-Hotels auf, welches im Sommer 2016 Teil der «Art Safiental» war. Der Betrieb des Null-Stern-Hotels hat gezeigt, dass spezielle und ungewöhnliche Unterkünfte auf grosses Interesse stossen. Insbesondere dann, wenn diese ein echtes und naturnahes Erlebnis bieten. Die Erfahrungen aus dem Betrieb des Null-Stern-Hotels haben aber auch gezeigt, dass das Angebot wetterunabhängig sein muss. Aus diesen Überlegungen und der Tatsache, dass für die ungenutzten landschaftsprägenden Bauten eine neue Funktion gesucht wird, entstand die Idee, einen Stall so mit einem Bett auszustatten, welches in einer Schublade oder auf einer Drehscheibe je nach Wetter einfach vom Innern des Stalls nach draussen bewegt werden kann.

Ziele & Massnahmen

Das HeuStallBett verfolgt das Ziel, ausgewählte brachliegende Heuställe im Safiental im Sommer temporär zu nutzen und ihnen eine neue Funktion zu geben. Damit verfolgt man das Ziel, dem Zerfall der Gebäude entgegenwirken zu können. Mit dem HeuStallBett bekommen Gäste neben den speziellen Übernachtungsorten ein authentisches Erlebnis mit direktem Kontakt zur lokalen Bevölkerung. Das HeuStallBett ermöglicht insbesondere agrotouristischen Betrieben den Ausbau ihrer Leistungen mit einem einmaligen, ortsverbundenen und hochwertigen Angebot.

Ziele	Massnahmen
Ungenutzten Ställe eine neue Funktion geben	Einfache, aber hochwertige und einzigartige Umnutzung des Stalles
Aufbau von neuer innovativer und authentischer Unterkunft	Durch gestalterische und technische Innovation ein neues nachhaltiges Schlaferlebnis schaffen Neues Labelprodukt für den Regionalen Naturpark Beverin
Umsatzmöglichkeiten für agrotouristische Betriebe steigern	Zusätzliches, den bestehenden Agrotourismusbetrieb ergänzendes Betriebsmodell führen Betrieb einer professionellen Buchungsplattform Gemeinsame Marketingmassnahmen umsetzen
Einbindung von regionalen Hof- und Alpprodukten	Willkommensapéro und Frühstück aus regionalen und selbstgemachten Produkten
Zusätzliche Übernachtungsgäste für das Safiental generieren	Einzigartiges und auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Produkt aufbauen Qualitätskriterien festlegen
Attraktives Zusatzangebot für die bestehenden touristischen Leistungsträger aufbauen und betreiben	Enge Verknüpfung von Tourismus und Landwirtschaft

Entstehung der Projektidee

Die Idee für das HeuStallBett ist im Anschluss an die erste «Art Safiental» im Sommer 2016 entstanden. Damals war das «Nullstern Hotel im Freien» Teil der Ausstellung. Allerdings konnte es nur bei schönem Wetter angeboten werden und wurde danach nicht weiter betrieben. Mit den Involvierten (z.B. den Personen, welche als Butler mitwirkten) wurde danach überlegt, wie das Angebot einfacher betrieben werden könnte. So ist die Idee entstanden, das Bett einem Stall anzugliedern und wetterunabhängig zu machen. In der Folge sind die Schubladenidee und die Drehfunktion ins Spiel gekommen. Das Bedürfnis der Gäste für spezielle Übernachtungsmöglichkeiten sei gross.

Vom Innovationsgenerator hat die Initiantin über die Newsletter der CIPRA sowie von Graubünden Ferien erfahren. Das hat sie auf die Idee gebracht, einfach mal eine Eingabe zu probieren.

Unterstützungsleistungen

Der positive Juryentscheid war der Auslöser, das Projekt weiter zu konkretisieren. Die Initiantin hat am Workshop zum Businessplan in Luzern teilgenommen. Dieser sei insbesondere wertvoll gewesen, um die Anforderungen an den Businessplan und die Erwartungen kennenzulernen. So zeigte sich, wo das Projekt noch konkreter sein oder stärker durchdacht werden müsse. Des Weiteren sei insbesondere der Austausch mit anderen Projektvertretern interessant gewesen.

In der Folge gab es einen Austausch mit der Initiantin eines anderen Projekts. Zudem wurde intern auf das Know-how und die Erfahrungen des Naturparks Beverin zugegriffen, der bei der Entwicklung des Businessplans unterstützte und die Gegebenheiten im Tal gut kennt.

Da die Entwicklung in die Vorbereitungsphase für die «Art Safiental» fiel, hatte das kleine Team vor Ort nicht genügend Kapazitäten für weiteren Austausch mit dem Beratungsteam des *Innovationsgenerators*.

Nachhaltigkeit und Co-Creation

Bezüglich des Einbezugs der Nachhaltigkeit seien die Anforderungen und Kriterien klar gewesen. Anspruchsvoll werde es, wenn alle Bereiche gleichermassen berücksichtigt werden müssen. Im konkreten Fall war insbesondere der Einbezug der sozialen Komponente schwierig respektive der Anspruch, dass ganz viele Leute profitieren können. Die Co-Creation stand im speziellen Fall nicht im Vordergrund. Nichtsdestotrotz wurden verschiedene Interessensgruppen einbezogen. So wurden u.a. Gespräche mit möglichen Eigentümern geführt: Wie realistisch ist das Projekt? Gibt es einen Stall, wo es umsetzbar wäre? Wer könnte es betreiben? Auch mit lokalen Handwerkern war man bzgl. der Umsetzung im Gespräch. Dabei ging es jeweils um Vorabklärungen, ohne schon wirklich ins Detail zu gehen.

Auch mit dem Naturpark wurde der Austausch gesucht. Unter anderem wurde die Frage diskutiert, ob es eine Art Auszeichnung resp. Anforderungen braucht, damit ein Anbieter dann als offizielles HeuStallBett anerkannt wird. Zudem wurde die Gemeinde miteinbezogen.

Förderung und Finanzierung

Bisher wurden noch keine weiteren Finanzierungsmöglichkeiten aktiv geprüft, da zuerst raumplanerische Fragen geklärt sein müssen. Momentan läuft eine inoffizielle Abklärung/Vorprüfung beim Kanton. Es gibt zurzeit auch ein Projekt zur Regionalentwicklung (PRE) im Safiental mit dem Ziel der Verknüpfung der Landwirtschaft mit dem Tourismus. Da ist das HeuStallBett als Teilprojekt drin.

Hauptnutzen des *Innovationsgenerators*

Der *Innovationsgenerator* sei eine coole Sache, der Projektideen Aufschwung geben kann. So war er auch der primäre Auslöser für die Weiterentwicklung des HeuStallBetts und motivierte, das Projekt schnell anzugehen und konkreter zu werden. Mit dem Businessplan hat man nun eine konkrete Grundlage für die weiteren Schritte. Ohne den *Innovationsgenerator*

wäre man sonst noch nicht so weit. Insofern war neben dem finanziellen Beitrag auch die zeitliche Perspektive entscheidend, dass man am Projekt dranblieb. Insofern war es gut, dabei gewesen zu sein.

Verbesserungsvorschläge

Der Prozess wurde von der Initiantin insgesamt positiv erlebt. Zum Entscheid der Jury wäre ein etwas konkreteres Feedback wünschbar gewesen, auch um das Projekt weiter optimieren zu können. Es wäre hilfreich und wertvoll gewesen, die Gründe für die Nichtberücksichtigung im finalen Durchgang zu erfahren.

Des Weiteren sei die Mischung des Infrastrukturteils und Fragen der Angebotsgestaltung im vorliegenden Projekt – insbesondere für die Berechnung - eine Herausforderung gewesen. Insofern könnte es allenfalls sinnvoll sein, die Projekte in Kategorien (z.B. Infrastruktur, Dienstleistung, etc.) einzuteilen, so dass die Erwartungen pro Kategorie klarer und die Vergleichbarkeit und Bewertung vereinfacht würde.

Stand des Projekts, nächste Schritte

Ein ausführlicher Businessplan liegt vor. Doch bevor das Projekt weiterverfolgt und gezieltere Berechnungen vorgenommen werden können, müssen zentrale raumplanerische Fragen geklärt werden. Diese stellen zurzeit die grosse Hürde für die Weiterentwicklung dar. Auf eine erste Antwort seitens des Kantons wird zurzeit gewartet.

Fazit

Die Vorteile des *Innovationsgenerators* und dessen Beitrag zur Weiterentwicklung des Projekts «HeuStallBett» kann primär mit folgenden Aspekten zusammengefasst werden:

- Anstoss zur Wiederaufnahme des Projekts
- Startfinanzierung zur Unterstützung der Weiterentwicklung
- Motivation zur Erarbeitung eines Businessplans
- Unterstützung zur Erarbeitung des Businessplans (Workshop)
- Austausch mit anderen Projektinitianten
- Vorliegen eines konkreten Businessplans als Grundlage für die weiteren Schritte

(basierend auf Gespräch vom 25. Oktober 2018 mit Jolanda Rechsteiner, Geschäftsführerin Safiental Tourismus)

Ferme Bio de la Lizerne

Responsabilité/Porteur du projet: Devenoge François, Giclat Alice

Ferme Bio de la Lizerne: espace pédagogique de production agricole biologique et de permaculture.

Description du projet

Notre père a construit une ferme pilote il y a 40 ans en vue de produire BIO. Le but de cette construction a été de donner de l'espace aux animaux, de limiter les consommations énergétiques, de simplifier le travail des collaborateurs (-trices), de l'orienter et l'organiser de façon à pouvoir produire des énergies douces (solaire, gaz, chauffage bois à distance etc...) d'y prévoir des espaces de stockage et transformation des denrées produites et transformées sur la ferme, des espaces d'accueil afin de pouvoir recevoir des personnes intéressées à découvrir la magie de l'agriculture en étant en immersion totale dans notre espace de production.

La première phase du projet initial commencée par notre père a été réalisée. A l'heure actuelle, nous produisons en BIO et en permaculture, l'énergie solaire est installée, le chauffage à bois à distance est en cours. Nous accueillons déjà des cavaliers et avons la possibilité de dormir sur la paille. Nous avons également un troupeau de race brune pour le lait ainsi qu'un troupeau de vaches de la race Highland pour la viande et un troupeau de chèvres aussi pour le lait. Nous produisons du fromage de chèvre, du blé pour les semences, de l'huile de colza, tournesol, caméline et chanvre. Un large espace est consacré à la culture des légumes que nous vendons en vente directe et nous gérons la compostière régionale. Nous transformons déjà une bonne partie de notre production à la ferme et nous espérons pouvoir tout y transformer.

Aujourd'hui, il s'agit de franchir l'étape suivante du projet, en réalisant un espace de transformation moderne, d'accueil et de logements ; l'ensemble immergé dans l'espace de production et d'élevage. Les nouveaux logements donneront une vision directe et complète des travaux effectués à l'intérieur ainsi qu'à l'extérieur du bâtiment de production de la ferme. Suspendus à 10 mètres de haut, ces logements offriront une vision unique à la fois sur l'intérieur de la ferme et sur tout le domaine, tout en jouissant du magnifique paysage ouvert sur toutes les alpes. Cette rare situation facilitera l'intégration rapide des personnes et familles souhaitant partager les préoccupations paysannes. En parallèle, un espace d'accueil sera aménagé en liaison directe avec les logements afin de pouvoir exposer et présenter toutes les productions de la ferme ainsi que pouvoir recevoir dignement toutes les personnes intéressées à la production des produits fermiers. (groupe scolaire, séminaires etc..)

Le concept général des espaces permettra aux visiteurs de pouvoir participer aux travaux qu'ils découvriront dans l'espace de transformation attendant aux logements et aux espaces de production du reste de la ferme. Le potentiel de cette idée est de faciliter le partage des connaissances entre les acteurs de la ferme et les visiteurs.

Naissance de l'idée de projet

Notre idée est née de la démarche de base de notre ferme qui est bio depuis 40 ans et offre depuis toujours la possibilité de partager notre espace de vie et de production. En même temps, nous avons toujours cherché à développer le compostage, les énergies douces et éviter les gaspillages.

Le chef de projet a appris du générateur d'innovation grâce à ses contacts avec l'ARCAM, association de développement régional.

Services de soutien

Nous avons participé à l'atelier d'innovation et présenté notre projet, il n'a pas été sélectionné donc pas d'avantages particuliers.

Durabilité & co-crédation

Nous avons depuis le départ des choix de gestion de notre ferme qui lui assurent la meilleure durabilité possible...

Co-crédation veut dire interactivitéd, jusqu' ici nous sommes disponibles avec l'indicible sentiment que nous n'avons rien à vous apporter...

Instruments de financement du tourisme suisse

Nous n'avons rien utiliséd, certainement par ignorance ou par manque ou incompréhension de l'information.

L'avantage principal du gédnrateur d'innovation

Participer à une bonne idée ... (sans avoir eu de résultat intéréssant...à part ce nouveau questionnaire qui nous fait penser que nous n'avons pas été complétémént oubliés).

Suggestions d'amélioration

Continuation des contacts, meilleures compréhension (explication, accès) de la démarche globale.

L'état actuel du projet

La suite de notre projet dépend beaucoup de notre situation en zone agricole. C'est un obstacle difficilement franchissable qui nous crée des difficultés en prolongeant indéfiniment les délais et les espoirs de réalisation....

(Sur la base d'un questionnaire écrit)

Teil 4: Fazit und Vorschlag für Weiterführung

Fazit

Die positive Resonanz und der Erfolg des *Innovationsgenerators* deuten darauf hin, dass es neben „Innotour“ und „Innosuisse“ ein Gefäss braucht, welches vorgelagert ist, und die vielen brachliegenden Ideen für einen nachhaltigen Tourismus aufnimmt, selektioniert und bei der weiteren Konkretisierung begleitet.

Diese Einschätzung teilen die Beteiligten in der Projektgruppe, nicht zuletzt die direkt beteiligten Tourismus-ExpertInnen aus den kantonalen Tourismusorganisationen von Graubünden und Waadt. Diese werden oft mit Projektideen konfrontiert, haben aber keine Ressourcen die Ideen aufzunehmen, zu prüfen und weiterzuentwickeln.

In den letzten zwei Jahren konnten sehr wertvolle Erfahrungen gemacht werden, welche in die Überlegungen zur Weiterführung einfließen. Der Vorschlag orientiert sich am *Innovationsgenerator*, so dass die in der Pilotphase aufgebauten Instrumente wie die Website, die Workshops, der Beratungspool oder die Jurierung in angepasster Form weiterverwendet werden können.

Vorschlag für die Weiterführung

Aufgrund der Erfahrungen mit dem *Innovationsgenerators* haben sich zwei Projekt-Phasen mit unterschiedlichen Anforderungen herauskristallisiert:

In der ersten Phase steht die innovative Projektidee im Vordergrund, ohne die Realisierbarkeit schon zu stark vor Augen zu haben. Potentielle Akteure sollen motiviert, vernetzt und bei der Projekteingabe begleitet werden. Schlummernde Ideen werden ans Licht geholt, bzw. oft ein erstes Mal zu Papier gebracht und zur Diskussion gestellt. Für den *Innovationsgenerator* stehen hier die Bekanntmachung der Instrumente und die Mobilisierung möglicher Initianten im Vordergrund. Die Aussicht, die Projektidee einer erfahrenen Jury präsentieren zu können und im Erfolgsfall einen finanziellen Beitrag zu erhalten, sind wichtige Motivationsfaktoren.

In der zweiten Phase steht erst die Realisierbarkeit im Vordergrund. Es gilt konkrete Partnerschaften aufzubauen, Marktchancen zu prüfen und Finanzierungsmöglichkeiten zu finden. Da braucht es viel Sachverstand, es gilt die richtigen Partner zu finden, realistische Budgets aufzustellen und die Finanzierung zu klären. In einem Businessplan können alle diese Fragen bearbeitet und die Realisierbarkeit näher geprüft werden. Der Businessplan bildet eine gute Grundlage für einen Entscheid, ob das Projekt umgesetzt oder vorab in eine Testphase treten kann.

Im folgenden wird ein mögliches Vorgehen für eine Weiterführung grob skizziert:

Insgesamt steht die Kombination von finanziellen Anreizen und motivierender sowie beratender Unterstützung im Vordergrund, wie dies in der Pilotphase des *Innovationsgenerators* angewendet worden ist und nun optimiert werden kann.

Phase 1: Ideen generieren

Ziel: Möglichst viele Ideen zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus werden aufgespürt, weiterentwickelt und bewertet.

Ideen generieren: Es werden regelmässig Workshops in Form von Marktplätzen zur Konkretisierung und Weiterentwicklung von innovativen Ideen für einen nachhaltigen Tourismus angeboten. Diese sind sowohl für Akteure von Destinationen wie gleichermassen für branchenfremde Projektinitianten, z.B. innovative Gäste offen. Der Ansatz der Co-Creation kann in dieser Phase zu neuartigen innovativen Ideenskizzen und Kooperationen führen. Die Workshop-Leitung unterstützt dabei die Initianten bei der Weiterentwicklung der Ideen, vermittelt Kontakte und motiviert zur Eingabe der Ideen im *Innovationsgenerator*. Zudem wird

eine geeignete digitale Plattform zur Animation und zum freien Austausch von Ideen entwickelt und bereitgestellt.

Über das ganze Jahr besteht für interessierte Akteure die Möglichkeit ihre Ideenskizze mit Hilfe der Website www.innovationsgenerator.ch anonym oder öffentlich sichtbar einzugeben.

Projektideen bewerten: Voraussichtlich im Jahresrhythmus bewertet eine Jury die Ideen und zeichnet die besten aus. Die Initianten werden eingeladen, ihre Ideen kurz zu präsentieren (klassischer Pitch), was eine bessere Beurteilung der Realisierungschancen ermöglicht. Die ausgewählten Projektinitianten werden eingeladen, ihre Projekte zu konkretisieren und einen Businessplan zu erstellen. Dafür werden sie mit einem finanziellen Beitrag unterstützt.

Phase 2: Projekte konkretisieren, Marktfähigkeit prüfen

Ziel: Interessante Ideen werden konkretisiert und eventuell im Vorfeld bei Test begleitet. Die Marktchancen, die Finanzierung und ein Betriebskonzept werden in einem Businessplan aufgezeigt.

Businessplan erstellen: Es hat sich bewährt, den Inhalt über einen standardisierten Businessplan vorzugeben. Für etliche Projektinitianten ist das eine sehr anspruchsvolle Aufgabe. Deshalb wird ein Workshop angeboten, um die Projektinitianten bei der Erarbeitung des Businessplans zu unterstützen. Ebenso werden Destinationen eingeladen, daran teilzunehmen um Kontakte zu den Projektinitianten herzustellen und bei der Erarbeitung des Businessplans wo sinnvoll mitwirken zu können. Ein Pool von Fachleuten unterstützt die Projektinitianten bei Bedarf.

Partner finden: Ein zentraler Erfolgsfaktor für eine erfolgreiche Realisierung innovativer Projektideen ist es, die richtigen Akteure zusammen zu bringen. Hierzu gilt es zu klären, wo das Projekt verortet und mit welchen Partnern umgesetzt werden soll, oft ein Knackpunkt auf dem Weg von der Idee zur Realisierung.

Businesspläne bewerten und umsetzen: Die Businesspläne werden von einer Fach-Jury beurteilt. Die besten Projekte sollen in erhalten einen Startbeitrag. Der Umfang des Beitrags lassen wir hier noch bewusst offen. Es kommen finanzielle Beiträge in Frage oder weitere Beratungsleistungen, allenfalls auch nach Wunsch der Projektträger. Die Realisierbarkeit der Projekte hängt nach der Erfahrung weniger von den Beiträgen ab als von der Qualität des Businessplans, bzw. der Partnerschaften. Es hat sich aber gezeigt, dass ein finanzieller Beitrag einen wichtigen Anreiz bieten kann, um die Idee vertieft und umfassend weiterzuentwickeln.

Projektträgerschaft und Projektstart

Es wird eine breite Projektpartnerschaft analog der Pilotphase beim *Innovationsgenerator* angestrebt. Die CIPRA Schweiz stellt sich als Projektträger zur Verfügung. Alle regionalen oder kantonalen Tourismusorganisationen der Schweiz sollen eingeladen werden, sich am *Innovationsgenerator* zu beteiligen. Die Hochschulen Luzern und Sierre wären interessiert weiter mitzumachen und insbesondere die Workshops in beiden Projektphasen weiterzuentwickeln, bedarfsgerecht zu optimieren und federführend durchzuführen. Schweiz Tourismus und der Schweizer Tourismus-Verband wären bereit in der Jury mitzuwirken.

Die Projektleitung plant im ersten Halbjahr 2019 die langfristige Etablierung des *Innovationsgenerators* mit allen bestehenden Partnern zu prüfen und verschiedene Finanzierungsmodelle zu entwickeln.

14.1.2019

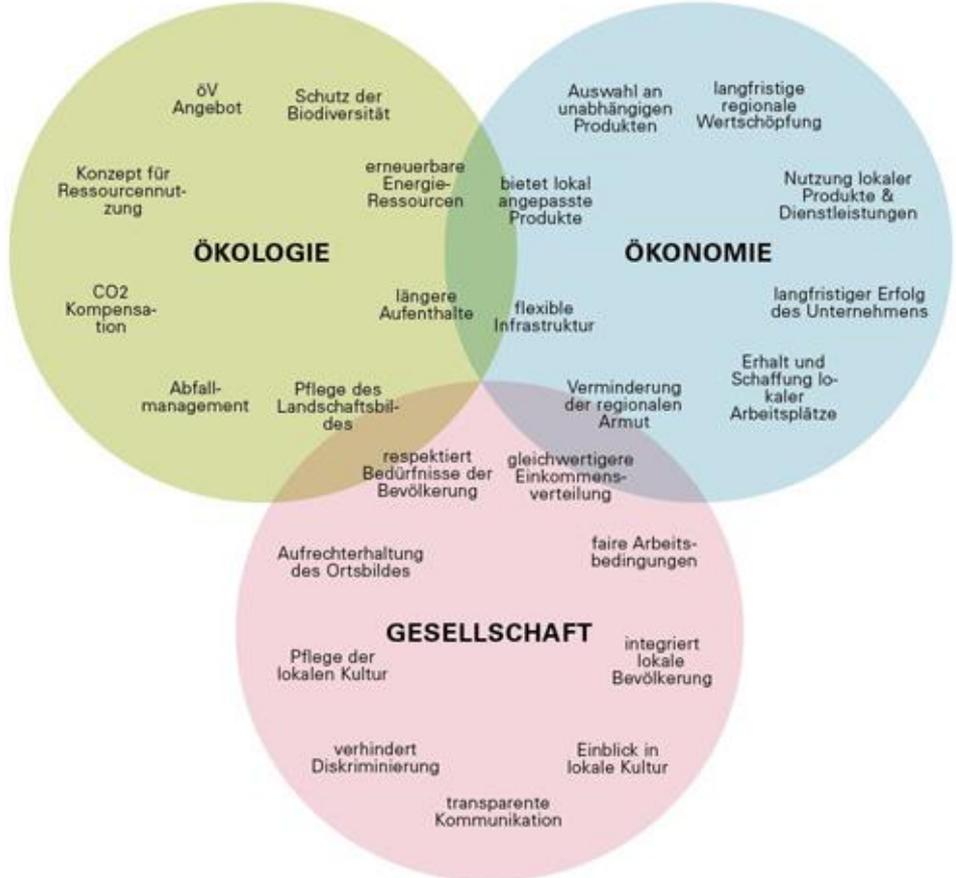
Annex:

Anforderungen Nachhaltige Tourismusangebote
Critères offres touristiques durables

Bericht der Jury, 10. Oktober 2017
Rapport Jury, 10 octobre 2017

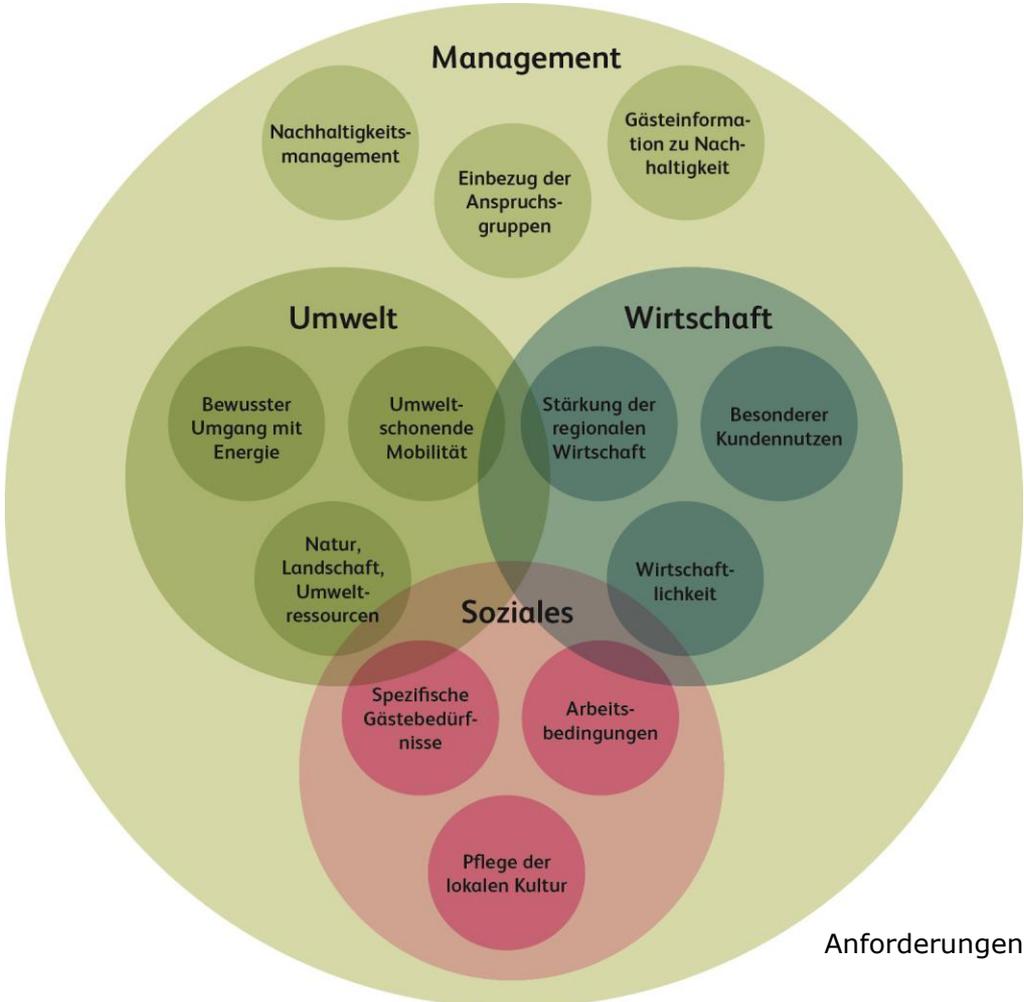
Bericht Jury, 19. Juni 2018
Rapport Jury, 19 juin 2018

Tourismus und Nachhaltigkeit



Verständnis einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus der Hochschule Luzern (Barth & Wehri, 2015).

Anforderungen an ein nachhaltiges Angebot



Anforderungen an ein nachhaltiges Angebot (Weber & Taufer, 2016).

Kriterien – Management

Nachhaltigkeitsmanagement

- Der Nachhaltigkeitsgedanke ist im Angebot verankert. Nachhaltigkeitsaspekte werden systematisch berücksichtigt. Das Angebot wird regelmässig evaluiert, die Wirkungen werden gemessen und Verbesserungen abgeleitet.

Einbezug der Anspruchsgruppen

- Mit allen direkt Beteiligten (Angebotspartner/-innen, Gäste) und indirekt Beteiligten (Bauern, Einheimische, Anwohner/-innen, Zweitwohnungsbesitzer/-innen etc.) wird der Austausch aktiv gesucht und ein regelmässiger Dialog gepflegt. Bedürfnisse und Bedenken werden entgegengenommen und bei der Ausgestaltung des Angebots berücksichtigt.

Gästeinformation über die Nachhaltigkeit

- Gäste werden aktiv und prominent über Nachhaltigkeitsaspekte informiert und – wo sinnvoll – auf Möglichkeiten sensibilisiert, einen eigenen Beitrag zu leisten. Alle Mitarbeitenden werden instruiert und können kompetent über die Nachhaltigkeitsaspekte Auskunft geben.

Kriterien – Wirtschaft

Stärkung der regionalen Wirtschaft

- Das Angebot berücksichtigt wo immer möglich lokale und regionale Produkte sowie Dienstleister und fördert das lokale Gewerbe. Lokale Ressourcen und Sehenswürdigkeiten werden in Wert gesetzt.

Besonderer Kundennutzen

- Das Angebot ermöglicht den Kunden attraktive Erfahrungen und Erlebnisse. Es generiert dank der hohen Qualität, der Einzigartigkeit, des Innovationsgehalts und/oder des expliziten Bezugs zur Region einen besonders hohen Kundennutzen und erhöht damit die Wettbewerbsfähigkeit.

Wirtschaftlichkeit

- Der Aufwand für Entwicklung und Unterhalt des Angebots steht in einem positiven Verhältnis zu den angestrebten wirtschaftlichen Effekten. Das Angebot generiert direkt oder indirekt Wertschöpfung und/oder steigert die Aufenthalts-Attraktivität für die Gäste.

Kriterien – Gesellschaft/Soziales

Berücksichtigung spezifischer Gästebedürfnisse

- Auf Gäste mit spezifischen Bedürfnissen (z.B. Barrierefreiheit, Familienfreundlichkeit, Seniorenfreundlichkeit, Lebensmittelunverträglichkeiten etc.) wird eingegangen. Entsprechende Informationen sind transparent verfügbar.

Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende

- Die Arbeitsbedingungen für die Mitarbeitenden sind fair und attraktiv (z.B. Lohngleichheit, Sicherheit, Gesundheit, Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Förderung der Diversität in Bezug auf Kultur, Alter, Geschlecht etc.)

Pflege der lokalen Kultur

- Die lokale Kultur wird thematisiert, gepflegt und gefördert (z.B. Brauchtum, regionale Materialien oder Architektur). Das Angebot trägt zur Erhaltung und Verbesserung des kulturellen Angebots der Region bei. Es ist authentisch und steht in Einklang mit den lokalen kulturellen Begebenheiten. Der Austausch zwischen Gästen und Einheimischen wird gefördert.

Kriterien – Umwelt

Bewusster Umgang mit Energie

- Es gibt einen bewussten Umgang mit Energie (z.B. Energieverbrauch, -effizienz, Ökostrom) sowie Massnahmen zur Einsparung von Energie und zur Vermeidung von CO₂-Emissionen.

Umweltschonende Mobilität

- Den Gästen wird umweltschonende Mobilität für die Anreise und den Aufenthalt ermöglicht sowie aktiv kommuniziert (z.B. Gästeinformation, Abholservice). Es bestehen entsprechende *Anreize für die Gäste*. Das Angebot enthält im besten Fall ausschliesslich umweltschonende Verkehrsmittel.

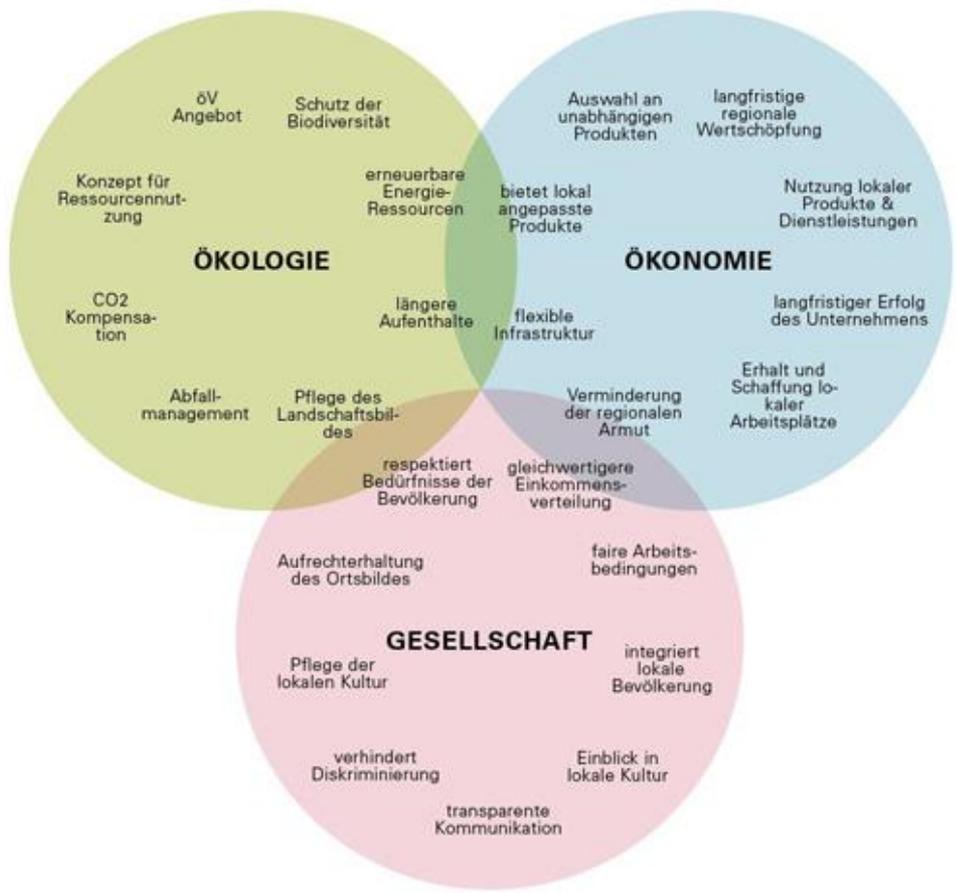
Schonung von Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen

- Mit Natur, Landschaft und weiteren Umweltressourcen wird schonend umgegangen (z.B. geringer Bodenverbrauch, rücksichtsvoller Umgang mit der Landschaft und der Biodiversität), Beeinträchtigungen werden verhindert/vermindert. Die Erhaltung, Pflege und Aufwertung der Natur- und Kulturlandschaft wird unterstützt. Es gibt Massnahmen zur Reduktion von Lärmbelastungen, zum Gewässerschutz, zum sparsamen Umgang mit Wasser sowie zur Vermeidung, Verminderung, Trennung sowie Verwertung und Entsorgung von Abfall.

Quellen

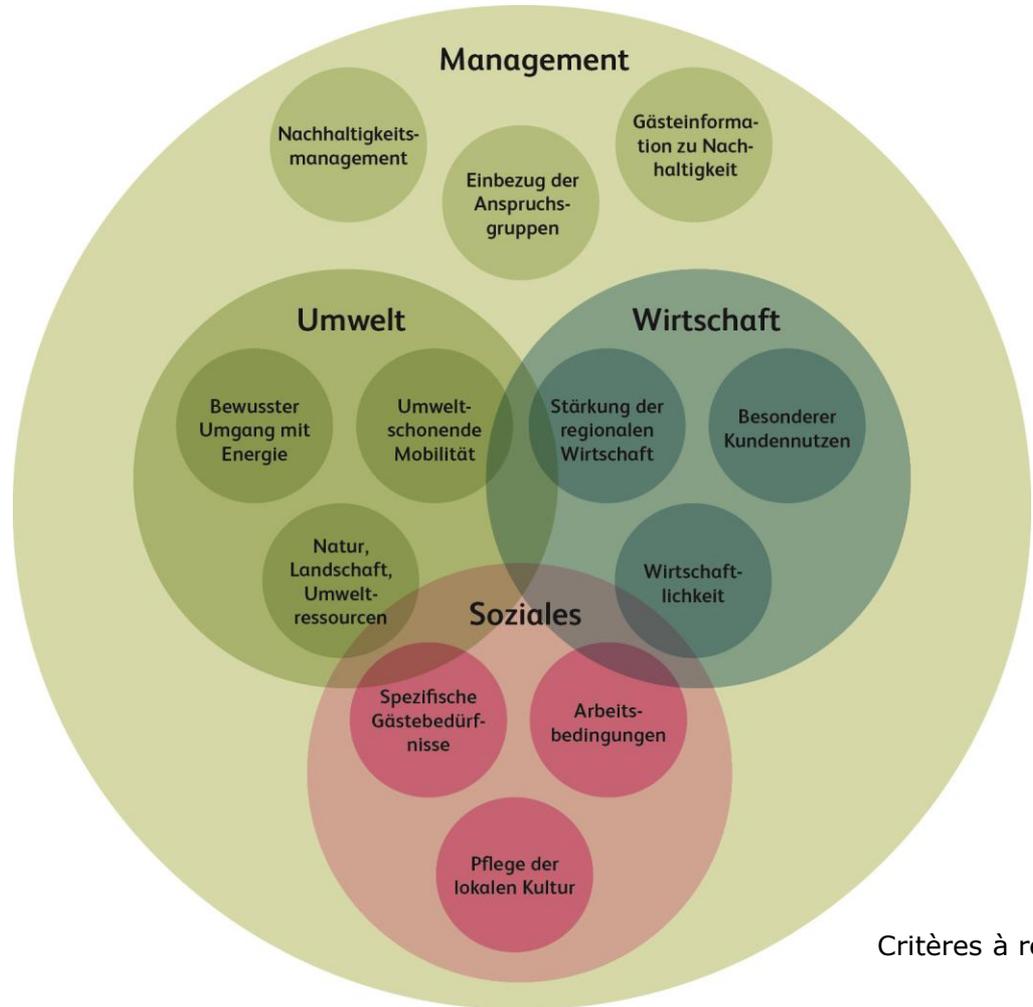
- Barth, Martin & Wehrli, Roger (Hrsg.) (2015). Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Die Luzerner Perspektive. Luzern
- Weber, Fabian & Taufer, Barbara (2016). Nachhaltige Tourismusangebote. Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen. Luzern

Tourisme et durabilité



Conception du développement touristique durable de la Hochschule Luzern (Barth & Wehrli, 2015)

Critères à remplir par les offres durables



Critères à remplir par les offres durables (Weber & Taufer, 2016)

Critères - Gestion

Gestion de la durabilité

- La pensée durable est omniprésente dans l'offre. Il est systématiquement tenu compte des aspects de la durabilité.
- L'offre est régulièrement évaluée et ses effets sont mesurés afin d'en déduire des améliorations.

Association des groupes cibles

- Des échanges et dialogues réguliers sont initiés et entretenus avec les personnes directement intéressées (partenaires associés à l'offre, clients) ou indirectement concernées (agriculteurs, habitants, voisins, propriétaires de résidences secondaires, etc.). Les besoins et doutes sont reçus et pris en compte lors de la conception de l'offre.

Information des clients sur la durabilité

- Les hôtes sont informés des aspects durables de l'offre. Cette communication est active et bien visible. Si une réelle contribution à leur niveau est possible, les clients y sont sensibilisés. Le personnel est instruit afin de pouvoir renseigner la clientèle des aspects durables.

Critères - Economie

Stimulation de l'économie régionale

- L'offre intègre autant que possible des prestations et produits régionaux et locaux. Le commerce local est favorisé. Les ressources locales et les points d'attraction régionaux sont mis en valeur.

Avantages particuliers pour les clients

- L'offre permet aux clients de vivre des expériences plaisantes et stimulantes. La qualité, la singularité, l'innovation et/ou le lien explicite à la région génèrent des avantages certains pour les clients, augmentant ainsi la compétitivité de l'offre.

Rentabilité

- Les dépenses de développement et de suivi de l'offre se justifient par rapport aux effets économiques visés.
- L'offre génère des plus-values directes ou indirectes; elle augmente l'attractivité du séjour pour les hôtes.

Critères - Société et social

Prise en compte des besoins spécifiques des clients

- L'accueil tient compte des clients ayant des besoins spécifiques (p. ex. personnes en fauteuil roulant, familles, seniors, personnes allergiques). La communication y relative est transparente.

Conditions de travail (personnel)

- Les conditions sont loyales et attrayantes pour le personnel (égalité des salaires, sécurité, santé, formation, formation continue, conciliation travail-famille, diversité au niveau des cultures, âges, genres, etc.).

Respect de la culture locale

- La culture locale est thématifiée, entretenue et promue (traditions, architecture, matériaux régionaux). L'offre touristique contribue à préserver ou à l'améliorer l'offre culturelle régionale. Elle est authentique et s'intègre au contexte culturel local. L'échange entre les hôtes et la population résidente est favorisé.

Critères - Environnement

Utilisation consciente de l'énergie

- L'énergie est utilisée de manière consciente (consommation efficace, courant écologique). Des mesures sont prises pour économiser l'énergie et réduire les émissions de CO².

Mobilité respectueuse de l'environnement

- Les clients sont informés de l'accessibilité par des moyens écologiques et de la disponibilité de ces moyens sur place (service de transferts). Les hôtes sont *incités à les utiliser*. L'offre optimale s'appuie entièrement sur des transports écologiques.

Respect de la nature, du paysage et des autres ressources naturelles

- La nature, le paysage et les ressources naturelles sont le plus possible respectés.
- Les effets négatifs sont évités / diminués (utilisation restreinte du sol, respect de l'agriculture et de la biodiversité). La préservation, l'entretien et la valorisation des paysages naturels et culturels sont soutenus. Des mesures sont prises pour réduire le bruit; protéger et économiser l'eau; éviter, diminuer, trier, recycler et éliminer correctement les déchets.

Sources:

- Barth, Martin & Wehrli, Roger (éditeur) (2015). Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Die Luzerner Perspektive. Lucerne
- Weber, Fabian & Taufer, Barbara (2016). Nachhaltige Tourismusangebote. Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote in Tourismusdestinationen. Lucerne



Bericht der Jury zur Bewertung der Projektideen „Innovationsgenerator Phase 1“

Im internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus 2017 bietet der Innovationsgenerator fachliche und finanzielle Unterstützung für Menschen aus allen Regionen und Städten der Schweiz, die im schweizerischen Alpenraum und im Jura innovative Projektideen realisieren möchten.

In der ersten Projektphase bis 10. August 2017 wurden 45 Projektideen eingegeben, welche am 25. September von einer Fachjury beurteilt wurden mit dem Ziel, acht Projektideen für die Weiterbearbeitung auszuwählen. Diese kommen in den Genuss eines Beitrags von CHF 1'500.- mit dem Auftrag, die Idee weiter zu konkretisieren und die Machbarkeit mit einem Businessplan aufzuzeigen.

Jury und Auswahlverfahren

Die Jury setzt sich wie folgt zusammen:

Barbara Gisi, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband STV FST (Jurypräsidentin)
in Zusammenarbeit mit Robert Zenhäusern, Wissenschaftlicher Mitarbeiter STV FST
Michael Leibacher, Schweiz Tourismus, Leiter Produktentwicklung Enjoy Switzerland
Nathalie Stumm, Office du Tourisme Canton de Vaud, Cheffe de projet Analyses Offre-Demande
Mik Häfliger, Graubünden Ferien, Leiter Innovationsmanagement
Hans Weber, CIPRA Schweiz, Geschäftsführer

Die Jurymitglieder waren über die grosse Anzahl und Vielfältigkeit der eingegebenen Projektideen sehr erfreut. Besonders gut vertreten waren die Regionen Graubünden und Waadtland, dessen Tourismusorganisationen Partner des Projekts sind und speziell die Werbetrommel dafür gerührt haben. Zwölf Projekte wurden aus dem Bündnerland, acht aus dem Waadtland eingereicht.

Die Jurymitglieder beurteilten alle eingereichten Projekte nach den Kriterien der Projektausschreibung, welche dem Leitfaden „Nachhaltige Tourismusangebote“ der Hochschule Luzern entsprechen. Die Jury stellt fest, dass die grosse Vielfalt der Ideen auch bei den gewählten Projekten zum Ausdruck kommt, sowohl kleine wie grosse Projekte, von Tourismusorganisationen, wie von Privaten, sowohl aus dem städtischen, wie aus dem ländlichen Raum, aber auch wirkliche Innovationen empfiehlt sie zur Weiterbearbeitung.

Die acht Gewinnerprojekte der Phase 1 Innovationsgenerator

Am meisten Bewerbungen gab es im Zusammenhang mit nachhaltigen Beherbergungsangeboten. Die Jury hat dann auch drei solche Ideen zur Weiterentwicklung ausgewählt. Beim Projekt **A l'abri de l'Hêtre**, St-Cergue/Nyon, überzeugte die umfassende Berücksichtigung der Nachhaltigkeit von CO₂-Neutralität bis zu Null-Abfall. Einen anderen innovativen Ansatz verfolgt Safiental Tourismus mit der Weiterentwicklung des Nullstern-Hotels zum **HeuStallBett**. Mit ganz einfachen Mitteln könnten Maiensässe für Übernachtungszwecke in der freien Natur nutzbar gemacht werden. Mit **Glamping à la Ferme**, soll ein regionales Netz von temporären Übernachtungsmöglichkeiten auf Bauernhöfen geschaffen und mit Angeboten für die Gäste auf dem Hof verknüpft werden. Gespannt ist die Jury auf die Weiterentwicklung eines **revolutionären Skischulmodells**. Ergänzend zum bestehenden Skischulangebot, könnten mobile Skischullehrer auf den Pisten abenteuerlustige Skifahrer spontan im Tiefschnee- oder Buckelpisten-Fahren unterrichten. Mit der **Duraival Bonus Card** möchte die

Engadin Scuol Samnaun Val Mustair AG in Zukunft nachhaltiges Gästeverhalten belohnen und damit auch einen Anreiz für die Leistungsträger geben, mehr nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu schaffen. Dank **publicfruits** könnte an touristischen Hotspots in Zukunft feines Obst direkt gratis vom Baum gepflückt werden. Ein willkommenes Zusatzangebot für Touristen, so findet die Jury und ist interessiert an einer Vertiefung der sympathischen Idee. Sehr stark an der sozialen Nachhaltigkeit orientiert sich die Projektidee **Alpine Sabbatical**. In der Nebensaison sollen Infrastrukturen zu günstigen Bedingungen für eine berufliche Auszeit genutzt werden. Im Gegenzug verpflichten sich die Teilnehmenden, sich gewinnbringend vor Ort mit ihren Ideen oder ihrer Arbeitskraft einzubringen.

Das Projekt **Auf den Spuren unseres Erbes mit 3D-Brillen** will Einheimischen und Touristen einen attraktiven Einblick in die Entstehung der UNESCO-Welterbestätten gewähren, und dabei Geschichte auf innovative Art vermitteln und damit die Wertschöpfung vor Ort steigern.

Dank und Zukunft

Die Jury war sehr erfreut über das Ergebnis der ersten Projektphase und die Kreativität der Projektinitianten. Sie geht davon aus, dass der Innovationsgenerator entscheidend dazu beigetragen hat, Ideen, die bisher in den Köpfen schlummerten, zu konkretisieren und zu Papier zu bringen. Sie hofft mit den nun folgenden Businessplänen weitere Informationen zur Machbarkeit zu erhalten, um damit eine gute Grundlage für die weitere Vergabe der bereitstehenden finanziellen Mittel zu schaffen.

Auch zahlreiche weitere gute Projekteingaben verdienen es, weiterbearbeitet und realisiert zu werden. Die Jury dankt allen Projektinitiantinnen und -initianten und wünscht ihnen viel Glück und Erfolg bei der Umsetzung der Ideen.

Bern, 25. September 2017



Rapport du jury sur l'évaluation des idées en première phase du Générateur d'innovation

En 2017, déclarée Année internationale du tourisme durable par l'ONU, le Générateur d'innovation propose un soutien professionnel et une aide financière à toutes personnes de toutes les régions et villes de Suisse, qui souhaiteraient réaliser, dans l'espace alpin suisse ou dans le Jura suisse, des idées de projets innovants.

Au cours de la première phase du concours, laquelle s'est terminée le 10 août, 45 idées de projet ont été soumises au concours. Le 25 septembre, un jury composé de professionnels a évalué ces idées. Il en a sélectionné huit dans le but de leur développement, une contribution de CHF 1500.- par idée étant prévue pour aider à les concrétiser et à démontrer leur faisabilité au moyen d'un business plan.

Jury et procédure de sélection

Le jury se compose comme suit:

Barbara Gisi, directrice de la Fédération suisse de tourisme STV FST (présidente du jury)

Robert Zenhäusern, collaborateur scientifique STV FST

Michael Leibacher, Suisse Tourisme, responsable du développement produits «Enjoy Switzerland»

Nathalie Stumm, Office du Tourisme du Canton de Vaud, cheffe de projet Analyses Offre-Demande

Mik Häfliger, Graubünden Ferien, responsable du management de l'innovation

Hans Weber, CIPRA Suisse, directeur

Le jury a été ravi de constater le grand nombre et la variété des idées soumises au concours. Les régions des Grisons et de Vaud y étaient particulièrement bien représentées. Il est vrai que les organisations touristiques de ces deux régions sont des partenaires du Générateur d'innovation et qu'elles ont activement contribué à la promotion de ce concours. 12 idées soumises au concours sont issues des Grisons, 8 sont d'origine vaudoise.

Les membres du jury ont évalué l'ensemble des idées soumises selon les critères définis pour le concours, lesquels se conforment aux recommandations pour les offres touristiques durables de la «Hochschule Luzern». A présent, le jury constate que la grande variété des idées se reflète également au niveau de sa sélection, en ce qu'il recommande de développer plus loin des projets modestes aussi bien que d'envergure, des idées lancées par des particuliers comme par des organisations touristiques, provenant d'espaces urbains ou ruraux, et surtout de véritables innovations.

Les huit projets gagnants de la première étape du Générateur d'innovation

Le plus grand nombre des idées soumises au concours concerne des offres durables d'hébergement. Le jury en a sélectionné trois. Le projet **A l'abri de l'Hêtre** de St-Cergue/Nyon a convaincu parce qu'il prend en compte la durabilité depuis la neutralité CO2 jusqu'au zéro déchet. Safiental Tourismus a également fait preuve d'une approche innovante en ce que l'organisation a développé l'idée de l'hôtel zéro étoile pour lancer le **HeuStallBett**: par des mesures très simples, des chalets d'alpage seront rendus utilisables pour un hébergement au cœur de la nature. Le **Glamping à la ferme** prévoit la création d'un réseau régional d'hébergement temporaire à proximité immédiate de fermes, associé à des offres spécifiques. Par ailleurs, le jury est impatient de découvrir la suite qui sera donnée à un **modèle d'école de ski révolutionnaire**: en complément à l'école de ski traditionnelle, des moniteurs circulant sur les pistes pourraient instruire à la carte des skieurs désireux de

s'aventurer spontanément dans les bosses ou dans la profonde. Avec sa **Duraival Bonus Card**, la société «Engadin Scuol Samnaun Val Mustair» souhaite récompenser à l'avenir les hôtes au comportement durable, tout en incitant les acteurs touristiques à créer davantage de produits et de prestations durables. Grâce à **publicfruits**, les touristes pourraient à l'avenir cueillir gratuitement des fruits directement des arbres dans certains hauts lieux touristiques, une offre qui sera probablement très appréciée et une idée sympathique qui, de l'avis du jury, mérite d'être approfondie. Une autre idée, **Alpine Sabbatical**, met un accent très fort sur la durabilité sociale; elle prévoit, en basse saison, de permettre l'utilisation des infrastructures à des conditions particulièrement intéressantes pour un séjour sabbatique. En contrepartie, les bénéficiaires s'engageront à mettre leurs idées ou leurs compétences spécifiques au profit de «leur» station. Le projet **Auf den Spuren unserer Erbes mit 3D-Brillen (Notre héritage en 3-D)** souhaite offrir aux habitants et aux touristes une vision séduisante des sites classés patrimoine mondial par l'UNESCO, tout en leur donnant des aperçus historiques d'un genre inédit et en améliorant de cette manière la création de valeur sur place.

Suite et remerciements

Le jury se félicite des résultats de la première phase du Générateur d'innovation et notamment de la créativité des participants. Il est convaincu que le projet contribuera de manière décisive à ce que des idées sommeillant dans la tête des uns et des autres, soient concrétisées et couchées sur papier. Par le biais des business plans établis, le jury espère obtenir des renseignements complémentaires sur la faisabilité des projets et, partant, une base solide pour attribuer les moyens financiers à disposition. De nombreuses autres idées soumises au concours méritent également d'être développées, voire réalisées. Le jury remercie tous les participants au concours. Il leur souhaite bonne chance et plein succès dans le développement de leurs idées.

Berne, 25 septembre 2017



Prämierte Projekte Innovationsgenerator

Bericht der Jury zur Bewertung der Businesspläne (Innovationsgenerator, Phase 2)

Der Innovationsgenerator bietet fachliche und finanzielle Unterstützung für Menschen aus allen Regionen und Städten der Schweiz, die im schweizerischen Alpenraum und im Jura innovative Projektideen für einen nachhaltigen Tourismus realisieren möchten.

Aus 48 eingegeben Projektideen konnte die Jury im September 2017 acht Projekte zur Weiterbearbeitung auswählen und unterstützte diese mit einem Beitrag von je CHF 1'500 mit dem Auftrag, die Idee weiter zu konkretisieren und die Machbarkeit mit einem Businessplan aufzuzeigen.

Sieben Projekte sind diesem Auftrag nachgekommen und haben bis Ende April 2018 ihre Projektinitiativen nach den inhaltlichen Vorgaben der Projektleitung weiterentwickelt und Ende Mai eingereicht. Damit haben sie sich um einen finanziellen Startbeitrag für die Umsetzung der Projektideen beworben. Begleitet wurden die Initianten von Fachleuten der Projektpartner, welche Wissen und Erfahrung in einem Beratungspool zur Verfügung stellten.

Jury und Auswahlverfahren

Die Jury setzt sich wie folgt zusammen:

Robert Zenhäusern, Schweizer Tourismus-Verband STV FST, Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Michael Leibacher, Schweiz Tourismus, Leiter Produktentwicklung Enjoy Switzerland

Nathalie Stumm, Office du Tourisme Canton de Vaud, Cheffe de projet Analyses Offre-Demande

Mik Häfliger, Graubünden Ferien, Leiter Innovationsmanagement

Hans Weber, CIPRA Schweiz, Geschäftsführer

Die Jurymitglieder beurteilten alle eingereichten Businesspläne einerseits nach den Kriterien der Projektausschreibung, welche dem Leitfaden „Nachhaltige Tourismusangebote“ der Hochschule Luzern entsprechen. Ganz besonders interessierte die Jury in diesem fortgeschrittenen Stadium der Projektentwicklung die Machbarkeit der Projektideen und die seit der ersten Projektphase erzielten Projektfortschritte. Die Jury stellte in der Konkretisierung der Projektideen recht grosse Unterschiede fest, war aber insgesamt sehr positiv überrascht über die erzielten Fortschritte. Die Vorhaben sind sehr unterschiedlich bezüglich der eingereichten Budgets und auch inhaltlich kommt die gewollte inhaltliche und geografische Vielfalt in der zweiten Projektphase stark zum Ausdruck.

Die vier Gewinnerprojekte der Phase 2 Innovationsgenerator

Unter den sieben eingereichten Bewerbungen gab es drei Projekte für innovative nachhaltige Beherbergungsangebote. Die Jury hat zwei solche Initiativen für einen finanziellen Beitrag ausgewählt. Beim Projekt „**A l'abri de l'Hêtre**“, St-Cergue/Nyon, überzeugte bereits in der ersten Runde die umfassende Berücksichtigung der Nachhaltigkeit von CO₂-Neutralität bis hin zu Null-Abfall. Die Projektinitiantin möchte die zukünftigen Gäste in erster Linie für die natürlichen Ressourcen und zukunftsgerichtete nachhaltige Lösungen sensibilisieren. „A l'abri de l'Hêtre“ ist ein innovatives Beherbergungsprojekt, bestehend aus fünf Waldhütten, welche Komfort und Respekt vor der Natur vereinen. Sie sollen im Perimeter des Parc Jura Vaudois in St-Cergue realisiert werden. Die Hütten sollen komplett autonom funktionieren, sowohl was den Energie- als auch den Wasserhaushalt betrifft und in Zukunft eine wichtige Rolle im Beherbergungsangebot in der Region spielen. Die Jury überzeugte

auch das sehr grosse persönliche Engagement der Projektinitiantin, die unternehmerischen Qualitäten und der Mut, das ausserordentliche Projekt, konsequent anzupacken und weiterzuverfolgen.

Mit **Glamping à la Ferme**, wird ein weiteres Westschweizer Projekt im Übernachtungssektor ausgezeichnet. Es hat zum Ziel, ein regionales Netz von flexiblen Übernachtungsangeboten auf Landwirtschaftsbetrieben zu schaffen, verknüpft mit Angeboten für die Gäste auf dem Hof. Die Angebote sollen entlang der Goldenpass-Bahnlinie „Montreux Berner Oberland“ (MOB) im regionalen Naturpark Gruyère Pays-d’Enhaut geschaffen werden. Ein Hof in Château-d’Oex steht bereit, um ein erstes Pilotprojekt zu realisieren. Die Jury überzeugte ganz besonders das innovative Geschäftsmodell, welches dem Projekt zu Grunde gelegt wird. Eine kommerzielle Gesellschaft, „Hôtel Glamping“, übernimmt die Investitionen und das Marketing. Die Bauernbetriebe sind für die Betreuung vor Ort zuständig, liefern etwa das Frühstück und können Zusatzangebote für die Gäste auf dem Hof bereitstellen. So können alle Beteiligten ihre eigenen Stärken in der Zusammenarbeit ausspielen.

Gespannt ist die Jury auf die Weiterentwicklung eines **revolutionären Skischulmodells**, welches von einem Initianten aus St. Antönien an Graubünden Ferien herangetragen wurde. Ergänzend zum bestehenden Skischulangebot, könnten in Zukunft mobile Skilehrer auf den Pisten abenteuerlustige Skifahrer spontan im Tiefschnee- oder Buckelpisten-Fahren unterrichten. Damit soll das heutige Modell der Skischule ergänzt, wenn nicht langfristig gar disruptiert werden. Der Gast kann sich spontan auf der Piste für Skiunterricht à la carte entscheiden, ohne vorher das Skischulbüro aufzusuchen. In einem ersten Pilotversuch in Davos konnten Ende März 2018 wertvolle Erfahrungen zur Praxistauglichkeit gewonnen werden. Die Jury möchte mit ihrem Beitrag weitere Praxisversuche für diesen innovativen Ansatz ermöglichen.

Sehr stark an der sozialen Nachhaltigkeit orientiert sich das Projekt **Alpine Sabbatical**. In der Nebensaison sollen leerstehende Zweitwohnungen zu vorteilhaften Bedingungen für eine berufliche Auszeit genutzt werden. Im Gegenzug verpflichten sich die Teilnehmenden, sich vor Ort mit ihren Ideen oder ihrer Arbeitskraft einzubringen. Diese Projektidee wurde aus dem städtischen Umfeld an interessierte Regionen im Kanton Graubünden herangetragen. Die Regionalentwicklungsstellen in Davos-Klosters sowie in der Surselva haben Interesse als Pilotregionen signalisiert. Davos-Klosters will sich vermehrt als die Gesundheitsregion der Schweiz positionieren und sieht zukünftige Sabbatical-Gäste aus dem Umfeld der Rehabilitation, während sich die Surselva mit Ihrer Ruhe und Beschaulichkeit für eine Auszeit vom Berufsleben besonders anbietet. In einem Pilotversuch sollen Erfahrungen gesammelt werden, wie Langzeitgäste für die Nebensaison gewonnen werden können und wie diese sich gewinnbringend vor Ort einsetzen könnten

Dank und Zukunft

Die Jury ist sehr erfreut über die Arbeit und die Projektfortschritte der sieben Projektinitianten. Sie geht davon aus, dass der Innovationsgenerator entscheidend dazu beiträgt, Ideen zu konkretisieren und zur Umsetzung zu führen.

Alle vier Projekte werden mit einem Beitrag von CHF 8'000.- unterstützt. Diese Summe steht den Projektinitianten für die Initialisierung ihrer Projekte im Rahmen des eingereichten Businessplans zur Verfügung und soll sich an den festgehaltenen Meilensteinen orientieren.

Die Jury dankt allen Projektinitiantinnen und -initianten und wünscht ihnen viel Glück und Erfolg bei der Umsetzung der Ideen.

Bern, 31. Mai 2018



Projets primés dans le cadre du Générateur d'innovation

Rapport du jury sur l'évaluation des business plans (Générateur d'innovation, étape 2)

Le Générateur d'innovation propose un soutien professionnel et une aide financière à toutes personnes de toutes les régions et villes de Suisse, qui souhaiteraient réaliser, dans l'espace alpin suisse ou dans le Jura suisse, des idées de projets innovants pour le tourisme durable.

48 idées de projets ont été soumises au concours et, en septembre 2017, le jury en a sélectionné huit afin qu'elles soient développées plus avant grâce à notre soutien et notre contribution de CHF 1500 par projet. Il s'agissait de concrétiser les idées et de démontrer leur faisabilité au moyen d'un plan d'entreprise (business plan).

Sur les huit idées sélectionnées, sept ont été développées conformément à nos attentes: à la fin du mois d'avril, elles ont rempli les spécifications de contenu de notre direction de projet pour être soumises au jury fin mai. De ce fait, ces projets sont devenus candidats à une aide financière de lancement en vue de leur mise en œuvre. Les initiateurs des idées avaient d'ailleurs bénéficié d'un accompagnement par nos partenaires, lesquels avaient réuni leurs connaissances et expériences au sein d'un pool de conseillers spécialistes.

Jury et procédure de sélection

Le jury se compose comme suit:

Robert Zenhäusern, Fédération suisse de tourisme STV FST, collaborateur scientifique
Michael Leibacher, Suisse Tourisme, responsable du développement produits «Enjoy Switzerland»
Nathalie Stumm, Office du Tourisme Canton de Vaud, Cheffe de projet Analyses Offre-Demande
Mik Häfliger, Graubünden Ferien, responsable du management de l'innovation
Hans Weber, CIPRA Suisse, directeur

Les membres du jury ont évalué l'ensemble des business plans soumis selon les critères définis pour le concours, lesquels se conforment aux recommandations pour les offres touristiques durables de la Hochschule Luzern. À ce stade avancé du développement, le jury s'est notamment intéressé à la faisabilité des projets et aux progrès réalisés depuis la première étape du concours. Il a constaté d'importantes dissemblances quant à la concrétisation des différentes idées et, dans l'ensemble, il s'est montré agréablement surpris par les progrès réalisés. Dans cette deuxième étape, il apparaît que les projets diffèrent largement en ce qui concerne le budget prévisionnel; par ailleurs, leurs contenus sont aussi variés que les cadres géographiques concernés.

Les quatre projets gagnants de la deuxième étape du Générateur d'innovation

Sur les sept projets soumis, trois concernaient des offres d'hébergement innovantes et durables. Le jury en a sélectionné deux et leur apportera une contribution financière. Dès la première étape du concours, le projet «**À l'abri de l'Hêtre**» de St-Cergue/Nyon a su convaincre parce qu'il prend en compte la durabilité depuis la neutralité CO2 jusqu'au zéro déchet. L'initiatrice du projet souhaite avant tout sensibiliser les futurs clients à la préservation des ressources naturelles par des solutions durables et orientées vers l'avenir. «À l'abri de l'Hêtre» est un projet d'hébergement novateur qui s'appuie sur cinq cabanes forestières réunissant confort et respect de la nature. Ces cabanes devront être construites dans le périmètre du Parc Jura Vaudois à St-Cergue. Elles seront entièrement auto-

nomes, notamment sur le plan de l'énergie et de l'eau. Elles auront un important rôle à jouer dans l'offre d'hébergement de la région. Le jury a également été impressionné par le très grand engagement personnel de l'initiatrice du projet, ses qualités entrepreneuriales et son courage de s'attaquer à ce projet extraordinaire avec constance pour le développer plus avant.

Avec **Glamping à la Ferme**, le jury a sélectionné un autre projet romand, lequel vise le développement d'un réseau régional de possibilités flexibles d'hébergement dans des établissements agricoles, associées à des offres spécifiques réservées à ses hôtes. Ce réseau devra se déployer dans le Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut, notamment le long de la ligne de chemin de fer du «Golden-Pass» reliant Montreux à l'Oberland bernois (MOB). Une ferme à Château-d'Oex est prête à servir d'établissement pilote. Le jury s'est laissé convaincre par le modèle commercial innovant sur lequel ce projet est basé: «Hôtel Glamping», une société commerciale, se chargera des investissements et du marketing; les fermes seront responsables de l'accueil des clients sur place, proposant un petit-déjeuner et d'autres prestations ou produits accessoires dans leur établissement. De cette manière, les parties prenantes assureront chacune ce qu'elles savent faire le mieux, dans l'intérêt d'une coopération optimale.

Le jury est particulièrement curieux de suivre le développement ultérieur d'un **type révolutionnaire d'école de ski**. L'initiateur de ce projet est originaire de St. Antönien et a proposé son idée à Graubünden Ferien. En complément à l'école de ski traditionnelle, à l'avenir, des moniteurs se déplaçant sur les pistes pourraient instruire à la carte des skieurs désireux de s'aventurer dans les bosses ou dans la profonde. Ce modèle sera proposé en complément à l'école de ski traditionnelle, voire il la remplacera purement et simplement à la longue. Les touristes pourront ainsi décider spontanément, sur les pistes, de prendre des leçons à la carte, sans passer par une inscription préalable à la station. Un premier essai pilote à Davos s'est déroulé fin mars 2018 et a permis de réunir de précieuses expériences quant à la mise en pratique du projet. Par sa contribution financière, le jury espère permettre la réalisation d'autres tests pratiques pour développer cette approche prometteuse.

Une autre idée, **Alpine Sabbatical**, met un accent très fort sur la durabilité sociale. Elle prévoit de permettre l'utilisation de résidences secondaires pour des séjours sabbatiques en basse saison à des conditions particulièrement intéressantes. En contrepartie, les bénéficiaires s'engageront à mettre leurs idées ou leurs compétences spécifiques au profit de la station. Cette idée a son origine dans un environnement urbain et a été proposée à des régions intéressées dans les Grisons. Les bureaux de développement régional de la région Davos-Klosters et de la Surselva ont signalé qu'ils étaient intéressés. Davos-Klosters souhaite se positionner plus particulièrement comme la «Région santé» de la Suisse et vise la clientèle en rééducation; le cadre calme et serein de la Surselva semble convenir à la perfection à des temps d'arrêt de la vie professionnelle. Un essai pilote devra permettre de réunir de premières expériences pratiques pour savoir de quelle manière attirer des hôtes de plus longue durée en hors saison et comment ces hôtes pourront se rendre utiles.

Suite et remerciements

Le jury est ravi du travail accompli et se félicite des progrès réalisés par les initiateurs des sept projets soumis. Il part du principe que le Générateur d'innovation contribue de manière décisive à ce que les idées se concrétisent afin d'atteindre la mise en œuvre.

Les quatre projets sélectionnés à ce stade bénéficieront d'une contribution de CHF 8000.-. Ce montant sera mis à la disposition des initiateurs pour lancer leurs projets dans le cadre du business plan soumis au jury et suivant les étapes prévues.

Le jury remercie tous les initiateurs de projets. Il leur souhaite bonne chance et plein succès dans la réalisation de leurs idées.

Berne, le 31 mai 2018