

Antrag für Projekt-Teilfinanzierung mit Innotour

Das Pilotprojekt soll die **Nachhaltigkeit im Tourismus** gemäss den [Parkwerten](#) fördern und eines der folgenden **Ziele** im Park verfolgen:

- ✓ Massnahmen bei Freizeit- und Tourismusangeboten ergreifen, um **Natur und Landschaft** möglichst zu **erhalten und aufzuwerten** sowie Auswirkungen auf das Klima klein zu halten.
- ✓ Mit dem Tourismus **nachhaltige regionale Wertschöpfung** generieren und lokale Arbeitsplätze schaffen und erhalten.
- ✓ **Zusammenarbeit** entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette fördern.
- ✓ **Innovation** sowie **Qualität** der touristischen Angebote sicherstellen, u.a. dank **Wissensaufbau und -diffusion** der Projektergebnisse an Parkmitarbeitenden, Tourismusorganisationen, Partnern (z.B. mittels Weiterbildungen, Erfahrungsaustauschtreffen, interner Newsletter, Basisunterlagen auf Intranet, etc.).
- ✓ **Regionale Identität und Kultur stärken** und in touristischen Angeboten vermitteln sowie Begegnungen zwischen Gästen und Bevölkerung ermöglichen.
- ✓ **Fairness und Inklusion** im Tourismus vorantreiben und touristische Angebote für die Förderung der **Gesundheit** anbieten.
- ✓ **Sensibilisierung und Kommunikation gegenüber innen und aussen** bezüglich der Besonderheiten der Parkregionen, der Werten der Pärke und somit für die nachhaltige Entwicklung.



Mehr Informationen, siehe [Projektbeschreibung](#) Innotour-Projekt «2024-2027 «Tourismus in den Pärken: Gemeinsam engagiert für Natur, Mensch und Region» auf Intranet.

Unterstützt werden **prioritär parkübergreifende Projekte** (mehrere Pärke) aber auch **einzelne Pilotprojekte im Park**, in folgenden Fällen:

- ✓ es gibt keine nationalen Grundlagen in diesem Bereich und/oder vorhandene Grundlagen werden mit dem Projekt transferiert (im Sinne vom Roll-Out),
- ✓ das Projekt weist Vorbildcharakter auf und/oder ist zentral für die jeweilige Parkregion und/oder entspricht der kantonalen Tourismusstrategie,
- ✓ das Projekt ist leicht adaptierbar und multiplizierbar (Transfer ist möglich),
- ✓ das Projekt entspricht dem Interesse mehrerer Pärke und/oder der reg. Tourismusorganisation
- ✓ das Projekt oder Angebot wird weiterentwickelt (neue Elemente, im Sinne der Innovation).

Parkmitarbeitende, Partner, Mandatsnehmende oder Netzwerk-Projektleitende können das Projekt umsetzen.

⇒ **Bitte Tourismusorganisationen über das Projekt informieren oder noch besser in das Projekt integrieren.**

Für den Projektantrag, dieses Formular per Mail an t.mueller@parks.swiss schicken. Bitte das Formular vollständig ausfüllen und weitere Dokumente dem Antrag beilegen (z.B. Projektskizze, etc.).

A) Neue Regelungen

Für Projekte, die **bis Ende 2026 abgeschlossen** sind, können bis zu **65% der effektiven Projektkosten** durch Innotour finanziert werden (Recovery-Programm vom SECO).

- ⇒ **ALLE Projekte, die im 2027 abschliessen, können insgesamt nur noch bis zu 45% mit Innotour-Geldern finanziert werden** (Regelung vom SECO). Das bedeutet, dass der Projektträger Rückstellungen einplanen muss, für das allfällige Risiko, dass das Projekt nicht bis Ende 2026 fertiggestellt werden kann.
- ⇒ Die Projektträger müssen **min. 10% Cash Eigenbeteiligung** der anrechenbaren Projektkosten einbringen.
- ⇒ Die Projektträger müssen gewährleisten, dass die **Bundesfinanzierung des Projektes** bis Ende 2026 nicht höher als 70% und im 2027 nicht höher als 50% ist (z.B. durch BAFU, SECO oder NRP-Projekte).

Keine Innotour-Geldern erhalten: Infrastrukturen, einmalige Events/Veranstaltungen und reine Marketing-massnahmen (Flyer, Inserate, Werbung) und generelle Forschungsarbeiten.

Bewilligungsverfahren: Bis CHF 5'000.- prüft die Bereichsleitung Tourismus das Projekt. Ab CHF 5'000.- wird der Antrag von der Geschäftsleitung geprüft und bewilligt, ab CHF 15'000.- vom Präsidenten des Netzwerks und ab CHF 25'000.- vom Vorstand.

Bei der Projektbewilligung gilt das Prinzip «First come, first served» sowie die Obergrenze Innotour-Gelder von CHF 80'000.- pro Park. Die letzte Regel hat zum Zweck, dass genügend Gelder für parkübergreifende Projekte vorhanden sind und dass alle Pärke die Möglichkeit haben für Pilotprojekte Innotour-Gelder beim Netzwerk zu beantragen und nicht, dass ein paar wenige Pärke alle Mittel für sich beanspruchen. Diese Handhabung wird jährlich geprüft und falls nötig vom Vorstand des Netzwerks (Steuerungsgruppe) angepasst.

B) Weitere Vorgaben

Barrierefreiheit: Bei Projektbeginn muss definiert werden, ob Angebot die Barrierefreiheit berücksichtigt oder nicht (es ist nicht zwingend, dass das Angebot barrierefrei ist, jedoch muss dies im Voraus festgelegt werden).

Mobilitätsprojekte: Bei Mobilitätsprojekten sollte idealerweise ein Mobilitätskonzept vorliegen und von einer regionalen Arbeitsgruppe Mobilität (Vertretende aus Tourismus, Mobilität, Gemeinde/Kanton) begleitet werden.

Kommunikation: Bei allen Projekten müssen **Promotionsmaterialien** soweit als möglich mit dem Hinweis „unterstützt vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO“ und **Innotour/Netzwerk-Logo** gekennzeichnet sein: [Logo-Download](#).

C) Projektreporting

Gegenüber dem SECO muss zweimal jährlich **im Februar und August über den aktuellen Stand des Pilotprojektes** informiert werden (im Formular Projektantrag, Spalte «Aktueller Projektstand», S. 3).

D) Projektabschluss

Der Wissenstransfer muss sichergestellt werden, d.h. Basisdokumente werden den anderen Pärken zur Verfügung gestellt (an Erfa, Beratung, auf Intranet).

Projekte sind **vollständig abgeschlossen**, wenn folgende Unterlagen per Mail an t.mueller@parks.swiss geschickt sind (Stichdatum Mail-Posteingang):

1. **Unterschriebenes aktualisiertes Formular Projektantrag** mit Projektergebnissen: erreichte Ziele, Kurzbeschreibung, definitive Kosten, etc.
2. Ausgefülltes und **unterschriebenes Eigenleistungsformular**, siehe [Link](#)
3. **Vorlagen/Konzepte**, die für andere Pärke von Interesse sind
4. **Kommunikationsmassnahmen** (Medienberichte, Flyer, etc.)
5. **ID von der ADB:** Projekt muss in der Angebotsdatenbank ADB erfasst werden und Projektergebnisse (aktualisiertes Formular Projektantrag), Vorlagen/Konzepte, Bilder online gestellt werden ([Link](#) zur Anleitung Erfassung Projekte in der Angebotsdatenbank).

Projektantrag

Projektblatt	Anfrage Unterstützung (finanziell/personell) über Innotour
Datum	24.1.2025
Parkname	Naturpark Diemtigtal
Projektname	Erneuerung Schwingerweg mit dem Ziel des Wissenstransfer des Schwingens als aktiv gelebten Nationalsport
Projektorganisation - Projektleitung - Partner	Beate Makowsky, Geschäftsführerin Naturpark Diemtigtal Verein Diemtigtal Tourismus Partner: Kilian Wenger
Zeitplan: Von 01.01.2025 bis 20.05.2026	
Welchen Handlungsfeldern kann das Projekt zugeordnet werden? ☐ 1. Erhalt und Aufwertung von Natur und Landschaft ☒ 2. Regionale Wertschöpfung ☒ 3. Zusammenarbeit ☒ 4. Innovation und Qualität ☒ 5. Regionale Identität und Kultur ☐ 6. Fairness und Gesundheit ☐ 7. Sensibilisierung und Kommunikation => vgl. Beschreibung Handlungsfelder im Anhang II	Kurzbeschreibung des Projektes: Im Jahr 2012 wurde der Schwingerweg im Naturpark Diemtigtal eröffnet. Dieser besteht aus 13 Posten inklusive einer überdachten Grillstelle und einem Schwingerpavillon. Dieser beinhaltet Abbildungen und Informationen zu allen Schwingerkönigen, einer lebensgrossen Figur von Kilian Wenger und wurde von ihm eingeweiht. Nach jedem ESAF findet jeweils immer das Königetreffen im Schwingerpavillon statt und der neue König erhält seinen «Platz» im Pavillon mittels gerahmten Foto. Der Weg ist in die Jahre gekommen und Informationen müssen ersetzt werden. Der Schwingerweg soll in die Naturpark App überführt werden. Die Informationen zu Schwingern, Verbänden, Schwüngen, Schwinger-ABC etc. werden aktualisiert und überführt. Die Chance auf der App ist, das Thema interaktiv und unterhaltsam darzustellen. Neue Zielgruppen werden dadurch erschlossen. Auf der App kann das Thema Schwingen, als Schweizer Kulturgut, spielerisch vermittelt werden. Interaktive Elemente laden zum Mitmachen ein. Ziel ist der Wissenstransfer des Schwingens als aktiv gelebten Nationalsport. (Regionale Identität und Kultur) Für das fachliche Know-How sorgt Kilian Wenger, mit dem Diemtigtal Tourismus seit seinem Königstitel einen Zusammenarbeitsvertrag unterhält. Dieser wurde nun für das Projekt Schwingerweg inhaltlich so angepasst, dass er seine Dienstleistung für den Weg zur Verfügung stellt (Know-How, Sitzungsteilnahme, Eröffnung Weg, 1 Schnupperschwingtag). Der Weg endet im Gebiet Springenboden, wo die Bergbahn Springenboden und zwei Restaurants sind. Der Weg soll die Wertschöpfung steigern, die Gäste direkt mittels eines Wettbewerbs in die Restaurants führen. Kinder erhalten die Möglichkeit auf dem Weg Aufgaben zu lösen und am Ende in den Restaurants einen Preis abzuholen. Neben der App sind die Basisinhalte zum Schwingen auf Tafeln abgebildet, für alle, die nicht über das Handy Informationen abholen wollen. Dies spricht vor allem Senioren an. Die Postenanzahl und die Postenstandorte werden nicht verändert und bleiben gleich. Auch werden keine baulichen Massnahmen auf dem Weg erstellt. Die App ist gratis und kann spätestens bei der Starttafel runtergeladen werden. Der Link zur App ist auf der Website Naturpark verfügbar und führt zum App-Store. Die Oberfläche

	dazu ist die übergeordnete Diemtigtal App «Naturpark Erlebnis». Unser App-Entwickler ist Fabio Rudolf von www.webschiff.ch Ein begleitender Flyer zum Weg sowie Posten, welche zum Mitmachen auffordern und eine Feuerstelle unterwegs machen den Besuch nicht ganz abhängig von der App. Neue Zielgruppe: Fans von regionalen und nationalen Schwingfesten, welche noch kein vertieftes Know-How haben Familien Jungschwinger/-innen
Projektziele (SMART: Spezifisch, Messbar, Ambitioniert, Realistisch, Terminiert) • Der Schwingerweg ist auf Pfingsten 2026 eingeführt – Messbarkeit: Eröffnungstermin • Die Natur- und Kulturlandschaft im Perimeter Springenboden kann erlebnisreich vermittelt werden – Messbarkeit: Eröffnung und Begehung des Weges, Frequenzen, Seitenaufrufe in der App • Ergänzung des bereits vorhanden Familien-Angeboten im Tal – Messbarkeit: Transfer des Weges zur Zielgruppe Familien • Die Vermittlung des Schwingens als Nationalsport (Kulturvermittlung) – Messbarkeit: Neue, vertiefte Inhalte • Steigerung der Wertschöpfung bei den involvierten Restaurants – Messbarkeit: Rückmeldungen der Gastronomie, Anzahl abgegebene Wettbewerbstalons • Steigerung der App Zugriffe und Kundenbindung an den Naturpark – Messbarkeit: Steigende Seitenaufrufe in der App und auf den Zielseiten auf diemtigtal.ch • Steigerung der Tagesgäste – Messbarkeit: Höhere Parkplatzeinnahmen, Rückmeldung Gastronomie • Förderung des Verständnisses für die Kultur und Tradition im Tal – Messbarkeit: Neue, vertiefte Inhalte, korrekt ausgefüllt abgegebene Wettbewerbstalons	
Leistungen • Entwicklung eines neuen touristischen Angebotes für Fans des Schwingsports und Familien im Perimeter des Naturparks Diemtigtal • Der Anteil der Familien kann erhöht werden • Frequenzsteigerungen in den anliegenden Restaurants • Transfer zu anderen Pärken möglich, Austausch • Vernetzung mit Schwingclubs, Schwingerverbänden • Ausbau der Zusammenarbeit mit Schwingerkönig Kilian Wenger	Leistungsindikatoren • Vermarktung Angebot über Kommunikationskanäle Naturpark Diemtigtal und Interlaken Tourismus • Rückmeldungen der Restaurants zu ausgefüllten Wettbewerben und Einlösungen • Zufriedenheit der Akteure bei einer nächsten Bevölkerungsbefragung • Zufriedenheit der Gäste bei einer nächsten Gästenumfrage • Eröffnung Weg im Mai 2026 • Durchführung des Königsbesuchs nach dem ESAF, Ehrung des neuen Schwingerkönigs beim Pavillon • Durchführung Meet & Greet mit den Gewinnern des Wettbewerbs mit Kilian Wenger • Appzugriffe sind gestiegen
Wirkungen • Wertschöpfungssteigerung in der Gastronomie • Steigerung der Talbesuchenden • Positives Image des Naturparks für Innovation • Stärkung der Zusammenarbeit innerhalb des Tals • Investition in die Zukunft	Wirkungsindikatoren • <i>Gästabefragung</i> • <i>Bevölkerungsbefragung</i> • Anzahl Zugriffe auf der App • Steigerung des Umsatzes in der Gastronomie
Chancen • Verbesserung des Images bei Gästen und Bevölkerung • Modernisierung eines Weges, der in die Jahre gekommen ist	Gefahren • Fokussierung auf digitale Elemente • Wir erreichen mit der App nicht alle Zielgruppen

• Erschliessen neuer Zielgruppen • Erhalt der Tradition und Kultur, welche sehr gut in das Tal mit seinen Alpwirtschaften und lebendigen Traditionen passt • Erschliessen neuer Zusammenarbeitsmöglichkeiten in der Schwingerszene • Via App sind Anpassungen leicht möglich. Inhalte bleiben aktuell • Der Weg ist ganzjährig begehbar	• Hohe Initialkosten für die App, danach sinken die laufenden Unterhaltskosten gegenüber heute markant, da keine Tafeln mehr aktualisiert werden müssen
Welche Pärke könnten Interesse an einem Transfer haben? ☒ Alle ☐ eigene Auswahl	
Transferbarkeit / Übertragbarkeit der Resultate, z.B. - Grundlagen/Checklisten/Verträge, etc. - Präsentation am ERFA - Beratung weiterer Pärke	Wie kann das Projekt an andere Pärke transferiert werden? • Zusammenarbeit mit einer bekannten Persönlichkeit, Aufzeigen Chancen • Wissenstransfer
Aktueller Projektstand (kurze Beschreibung – muss jährlich im Februar und August aktualisiert werden) • Januar bis Juli 2025 Konzeptphase • Januar bis September 2025 Finanzierungsphase • 1. Projektgruppensitzung zur Erstellung des Antrages hat im Januar 25 stattgefunden • 2. Projektgruppensitzung inklusive Definition der Inhalte und Aufgabenaufteilung im April 2025 • Begehung Schwingerweg mit der Projektgruppe und dem App Programmierer. Detailplanung der Posten und des Pavillons Juli 2025 • Drittmittelbeschaffung bei Firmen, Begehung mit den Firmen Mitte August 2025 • Feinplanung der Posten, Texterstellung, Interviews, Filmmaterial, Bilder, Übertrag der bestehenden Inhalte ab Mitte August • Planung Kinderrätsel, Flyer und Route September • Planung Eröffnungsfest mit dem neuen Schwingerkönig (ESAF 25) ab September, Terminfindung • Projektgruppensitzung und Finalisierung Inhalte App 27.10.25 • Geleistete Arbeitsstunden siehe Abrechnungsbeilage • Projektgruppensitzung 26. Januar 2026, Definition Inhalte und Layout App, Füllen der App mit Inhalten • Organisation Objekte am Weg und Pavillon • Organisation Bild- und Videorechte • Einladungen / Save the Date für Eröffnung • Planung Eröffnungsfest • Installationen vor Ort: neue Schwingerweg Tafeln • Installation des Pavillons: Anrichten der neuen Fotos und Portraits der Schwinger, neu die 100er Kranschwinger werden gezeigt, Hose, Hemd und Kranz werden gezeigt. Installation TV mit den vier letzten ESAF Schlussgängen und Schlussgang Kilian Wenger, neue Bücher Schwingen und Regale aufgebaut • Einrichten Kinderrätsel mit neuem Flyer, Kinderspiel, Installation an den Pfosten, Verteilung der Geschenke an die Restaurants, die mitmachen • App Integration in die Naturpark App. Fertigstellung der App. Grösster Arbeitsblock • Eröffnung Schwingerweg 21.6.2026 mit 40 Gästen	
Weitere Vorgaben (entsprechende Felder anklicken)	
Barrierefreiheit ☐ Angebot ist barrierefrei ☒ Angebot ist nicht barrierefrei	Bei Projektbeginn muss definiert werden, ob Angebot die Barrierefreiheit berücksichtigt oder nicht (d.h. es ist nicht zwingend , dass das Angebot barrierefrei ist, jedoch muss dies im Voraus festgelegt werden).
Mobilitätsprojekt (nur bei Mobilitätsprojekten ausfüllen) ☐ Mobilitätskonzept besteht: <u>bitte mit Antrag zusammen schicken</u>	Bei Mobilitätsprojekten sollte idealerweise ein Mobilitätskonzept vorliegen und von einer regionalen Arbeitsgruppe Mobilität (Vertretende aus Tourismus, Mobilität, Gemeinde/Kanton) begleitet werden.

☐ Mobilitätskonzept besteht nicht ☐ Regionale Arbeitsgruppe Mobilität besteht ☐ Regionale Arbeitsgruppe Mobilität besteht nicht	
Kommunikation Welche Kommunikationsmassnahmen sind geplant? • Storytelling zur App auf der Webseite des Naturparks inklusive Verlinkung auf die App-Stores • Integration des Angebots auf Partnerwebseiten wie interlaken.ch oder parks.swiss • Social Media-Ads • Social Media-Posts • Inserate zur Eröffnung • Plakate im Tal zur Eröffnung • Newsletter • Medienanlass anlässlich der Eröffnung • Eröffnungsfest • Kommunikation mittels Themenwegflyer im Naturpark und in den betroffenen Gastronomiebetrieben Wo ist es möglich, den Hinweis zu Innotour zu integrieren? • Brätelstelle Schwingerweg • Schwingerpavillon • In der App ☐ Es gibt keine Kommunikationsmassnahmen für das Projekt	Promotionsmaterialien sollten soweit als möglich mit dem Hinweis „unterstützt vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO“ und Innotour/Netzwerk-Logo gekennzeichnet sein: <u>Logo-Download</u> .

Zeitplanung: Meilensteine und Termine	
Meilensteine	Termine
Startsitzung Projektgruppe	17.1.2025
Projektantrag Finanzierung Innotour	4.2.2025
Weitere Finanzierungsmöglichkeiten	28.2.2025
Entscheid Innotour	30.3.2025
Detaillkonzept	Mitte April 2025
2. Projektgruppensitzung	Mitte April 2025
Auftragserteilung an Partner, Projektgruppe	30.5.2025
Arbeiten am Projekt	31.12.2025
Planung Eröffnung	2026
Eröffnung / Lancierung	Pfingsten 2026
Kosten Budget	
Teilprojekte	Kosten 2025
Eigenleistungen Stunden	6'000
App	29'900
Projektbeitrag Kilian Wenger via Diemtigtal Tourismus	10'000
	Kosten 2026
Schilder, Beschriftung Wegposten	2'500
Eigenleistungen	12'000
Aufwertung Schwingerpavillon	5'000
Give away Kinder, Wettbewerb	2'500
Fotorechte an Schwingerkönigen, etc.	5'000
TV im Pavillon, Informationstool ESAF, Verband, Inhalte, Elektroarbeiten	9'000
Eröffnungsfest	3'000

Kommunikation	4'000
Projektbeitrag Kilian Wenger	10'000
Finanzierung	
Gesamtkosten: CHF 98'900 ...davon personelle Aufwände: CHF 18'000 - ...davon finanzielle Aufwände (min. 10% der Projektkosten): CHF 80'900	
Beteiligung: ☒ Park ☒ Partner, Dritte, Sponsoren ☐ Gemeinde ☐ Kanton ☒ Innotour ACHTUNG: bis Ende 2026 nicht mehr als 70% und im 2027 nicht mehr als 50% Bundesmittel	100% Finanzmittel 24'000 (Kilian Wenger) 12'000 50'000* *Deckung Konzept, App Arbeiten
Effektive Kosten Projekt Schwingerweg (Stand August 2026, siehe auch Projektbuchhaltungsdokument) Stunden Sachkosten und Kommunikation Summe Finanzierung Innotour Lotteriefond Migros BEKB Sponsoren Eigenleistungen Summe	CHF 39'554.90 CHF 82238.69 CHF 121'793.59 CHF 50'000 CHF 10'920 CHF 15'000 CHF 5'000 CHF 4'340 CHF 36533.59 CHF 121793.59
Datum/Ort Oey, 10.8.2026	Unterschrift Geschäftsleitung 

Anhang I: Tourismusvision der Schweizer Pärke



TOURISMUSVISION DER SCHWEIZER PÄRKE 2030

DIE SCHWEIZER PÄRKE SIND VORREITER FÜR ECHTE NACHHALTIGKEIT IN TOURISMUS UND FREIZEIT

Wir, die Schweizer Pärke, engagieren uns dafür, dass Tourismus- und Freizeitaktivitäten in den Pärken eine positive Wirkung auf die Bewohner:innen und die Gäste, die Kultur und die lokale Wirtschaft haben bei gleichzeitiger Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft.

- Wir wollen negative Auswirkungen der Tourismus- und Freizeitaktivitäten auf unsere Lebensgrundlage, d. h. die Biodiversität, sowie unsere Natur- und Kulturlandschaften reduzieren und uns proaktiv an den Klimawandel anpassen.
- Wir wollen, dass die touristische Entwicklung zum Wohlbefinden der Menschen beiträgt, sowohl heute als auch in Zukunft. Wir binden die lokale Bevölkerung und die Gäste ein, fördern das gegenseitige Verständnis und sensibilisieren für die Werte der Pärke, die zum nachhaltigen Handeln animieren.
- Wir wollen mit den Tourismus- und Freizeitaktivitäten die Wirtschaft in den Parkregionen stärken. Dabei sind Regionalität, lokale Wertschöpfung und regenerative Kreislaufwirtschaft besonders wichtig. Wir fördern den stetigen Lernprozess hin zu einer nachhaltigeren Wirtschaft.

Als Leuchttürme für eine enkeltaugliche Tourismusentwicklung engagieren wir uns zusammen mit unseren Partnern in einem kontinuierlichen und ganzheitlichen Verbesserungsprozess, um diese Vision zu erreichen.

Netzwerk Schweizer Pärke – Réseau des parcs suisses – Rete dei parchi svizzeri – Rait dals parcs svizzers

www.parks.swiss

April 2023

Anhang II: Handlungsfelder für die touristische Entwicklung in den Schweizer Pärken

Die Schweizer Pärke und ihre Partner teilen **sieben gemeinsame Werte** (siehe [Link](#)), die sie in all ihren Projekten und Aktivitäten, somit auch im Bereich Tourismus und Freizeit berücksichtigen. Die unten beschriebenen Handlungsfelder wurden zusammen mit den Pärken ausgearbeitet und basieren auf diesen Werten (Werte werden jeweils unter Handlungsfeld im grünen Kasten beschrieben). Damit wollen die Pärke ihre Tourismusvision erreichen und einen Beitrag zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele der Tourismusstrategie des Bundes leisten. Dabei sind die Themenbereiche **Mobilität, Sensibilisierung und Bildung für nachhaltige Entwicklung, regionale Produkte, Besucherlenkung und Ressourcenmanagement** besonders wichtig.

Die Handlungsfelder sind die Grundlage für **das Innotour-Antrag des Netzwerks Schweizer Pärke für die Jahre 2024-2027**. Die Projektideen, bzw. Stossrichtungen für Projektideen, wurden in Workshops und Austauschtreffen mit den Pärken und den Partnern erarbeitet.

Handlungsfeld 1: Erhalt und Aufwertung von Natur und Landschaft

Wert: Wir schätzen und achten Natur und Landschaft als Lebensgrundlage.

Wir setzen uns für eine hohe Landschaftsqualität und eine reiche Artenvielfalt ein. Wir achten darauf, die Auswirkungen unseres Handelns auf das Klima klein zu halten, indem wir Ressourcen nachhaltig nutzen und uns für die Energiewende einsetzen.

- 1.1 Wir entwickeln Tourismus- und Freizeitaktivitäten in den Pärken mit Rücksicht auf Natur und Landschaft. Das «Nichts», d.h. Natur und Landschaft ohne Inszenierung/Infrastruktur wird als Stärke wahrgenommen.
- 1.2 Wir fördern die (Wieder-)Verbindung der Gäste mit der Natur und fördern so ein verantwortungsbewusstes und respektvolles Verhalten gegenüber Fauna, Flora und Landschaft.
- 1.3 Wir entwickeln und implementieren innovative Tourismusangebote, bei denen die Biodiversität im Fokus steht. Gäste werden bezüglich Biodiversität und Nachhaltigkeit sensibilisiert (Bildung für nachhaltige Entwicklung) und dies wird als Erlebnis vermittelt (d.h. mit allen Sinnen).
- 1.4 Wir bieten möglichst klimaschonende Ferien an. Wir fördern die Anreise und Mobilität vor Ort mit dem öV, geteilter (shared) Mobilität, Langsamverkehr oder anderen neuen Mobilitätsformen. Wir setzen Anreize für eine möglichst lange Aufenthaltsdauer, über das ganze Jahr (Ganzjahrestourismus) und konzentrieren uns auf die Nahmärkte (Schweiz und Nachbarländer).
- 1.5 Wir ermutigen die touristischen Akteure in den Pärken bei den Tourismus- und Freizeitangeboten die natürlichen Ressourcen zu schonen, die Energiewende zu fördern und negative Emissionen zu verhindern.
- 1.6 Wir suchen Lösungen, um mit dem Tourismus finanzielle Beiträge für den Erhalt und die Aufwertung von Natur und Landschaft zu generieren. Eine prüfenswerte Idee ist, dass die Gäste freiwillig einen finanziellen Beitrag für regionale Projekte im Bereich Natur und Landschaft und/oder Energiewende leisten (z.B. Biodiversitätsfonds).
- 1.7 Wir streben eine CO₂-Neutralität der Angebote an. Da dies oft nicht möglich ist, prüfen wir sinnvolle und seriöse Lösungen, die negativen Emissionen mit ökologischen Massnahmen zu kompensieren.
- 1.8 Wir setzen uns dafür ein, dass für die touristischen Angebote möglichst keine zusätzliche Infrastruktur ausserhalb von Bauzonen oder in der Natur gebaut, sondern vorhandene genutzt wird.
- 1.9 Wir suchen praktisch anwendbare Monitoring-Instrumente, um die Auswirkungen unserer touristischen Angebote auf Natur und Landschaft zu messen.

Handlungsfeld 2: Regionale Wertschöpfung

Wert: Wir setzen uns für das regionale Schaffen ein.

Wir fördern die regionale Wirtschaft, bieten eine Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen an und helfen mit, Arbeitsplätze in den Pärken zu erhalten.

- 2.1 Mit den Tourismus- und Freizeitaktivitäten wollen wir die nachhaltig betriebene regionale Wirtschaft stärken sowie Arbeitsplätze in der Region erhalten und neue schaffen.
- 2.2 Wir stellen mit den Tourismus- und Freizeitangeboten regionale Produkte und Dienstleistungen in den Fokus und generieren somit einen Mehrwert für die Bewohner:innen, Produzent:innen, Leistungsträger und/oder Partner.
- 2.3 Wir entwickeln unsere Kompetenzen im Bereich der Nachhaltigkeit, der kurzen Lieferketten und der regenerativen Kreislaufwirtschaft. Wir streben an, den Wert der materiellen Ressourcen zu erhöhen und gleichzeitig den gesamten Ressourcenverbrauch, die Treibhausgasemissionen, sowie Abfall und Umweltverschmutzung auf ein Minimum zu senken. Wir wenden dies auf unsere Projekte an und stellen unseren Partnern diese Kompetenzen aktiv zur Verfügung.

Handlungsfeld 3: Zusammenarbeit

Wert: Wir lernen voneinander.

Wir tauschen uns mit lokalen und überregionalen Partnern aus. Zusammen entwickeln wir unsere Parkregion nachhaltig weiter.

- 3.1 Wir fördern die Zusammenarbeit der Akteure entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette (Information / Anreise sowie Mobilität vor Ort / Essen, Übernachten und Aktivitäten / Abreise / Nachbearbeitung) und setzen uns hier für mehr Nachhaltigkeit ein.
- 3.2 Wir beziehen interessierte lokale Bevölkerung (z.B. mit Austauschtreffen) sowie die Gäste (z.B. mit Befragungen) in die Tourismusentwicklung ein.
- 3.3 Wir entwickeln den Tourismus in den Parkregionen in enger Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen und mit den lokalen, regionalen und nationalen Leistungsträgern weiter.
- 3.4 Wir beziehen Anspruchsgruppen der Bereiche Natur, Landschaft, Landwirtschaft, Kultur und Wirtschaft in die Tourismusentwicklung ein und fördern den gegenseitigen Austausch, bzw. das gegenseitige Verständnis. Der Park übernimmt eine verbindende Rolle und ist eine anerkannte Austausch-, bzw. Netzwerk-Plattform.

Handlungsfeld 4: Innovation und Qualität

Wert: Wir bieten zeitgemässe und hochwertige Angebote.

Wir wollen uns ständig verbessern und unsere Produkte und Dienstleistungen weiterentwickeln. Wir sind dabei kreativ, dynamisch und haben ein offenes Ohr für die Erwartungen unserer Anspruchsgruppen.

- 4.1 Wir fördern Innovationen, indem wir Leistungsträger zusammenbringen, Innovationsprozesse initiieren und moderieren sowie das Wissen von Forschenden und Pionieren verfügbar machen.
- 4.2 Wir unterstützen die Entwicklung von neuen und mutigen regionalen Angeboten, welche den Parkwerten entsprechen.
- 4.3 Wir regen auf regionaler und nationaler Ebene dazu an, die Energiewende und den Umweltschutz als zentrale Elemente in die Tourismusentwicklung zu integrieren. Wir unterstützen und suchen gemeinsam mit unseren Partnern nach Lösungen/Innovationen um den Energieverbrauch touristischer Aktivitäten sowie alle negativen Emissionen, wie Lärm- und Lichtverschmutzung, Littering, etc. zu reduzieren.
- 4.4 Wir gestalten neue Angebote unter Berücksichtigung der Klimaveränderung, passen vorhandene Angebote an und setzen uns mit den Auswirkungen des Klimawandel auf den Tourismus proaktiv auseinander.
- 4.5 Wir fördern qualitativ hochstehende und nachhaltige Tourismus- und Freizeitangebote, die ständig verbessert werden und auf unsere Zielgruppen ausgerichtet sind. Um dies zu erreichen, sammeln wir Rückmeldungen der Gäste (Umfragen, um Qualität zu sichern/steigern).

Handlungsfeld 5: Regionale Identität und Kultur

Wert: Wir stärken die Identifikation mit unseren Regionen.

Wir sind mit unserer Parkregion verbunden und schätzen ihre Landschaft, Kultur und Sprachen. Wir tragen massgeblich dazu bei, das Kulturerbe und Wissen zu erhalten und zu fördern.

- 5.1 In den touristischen und Freizeitangeboten gehen wir immer von unseren Alleinstellungsmerkmalen (USPs) aus: unsere Natur-, Landschafts- und Kulturwerte, die Sensibilisierung für nachhaltige Entwicklung und die Bevölkerung der Region.
- 5.2 Wir vermitteln in den Angeboten die lokalen Kulturen und Sprachen, die regionalen Besonderheiten und das Handwerk respektvoll und authentisch. Dies trägt dazu bei, die regionale Identität zu stärken und unser immaterielles Kulturerbe, wie z.B. die lebendigen Traditionen zu erhalten.
- 5.3 Wir versuchen Begegnungen zwischen Gästen und Bevölkerung zu ermöglichen und fördern gegenseitiges Verständnis. Die Gäste haben dadurch die Möglichkeit, die Geschichte, lokale Traditionen, Dorfstrukturen, Landschaftselemente, bzw. Baukultur kennen- und wertschätzen zu lernen.

Handlungsfeld 6: Fairness und Gesundheit

Wert: Wir gehen respektvoll mit den Menschen um.

Wir handeln fair und solidarisch und heissen alle willkommen. Wir sind ein zuverlässiges Gegenüber für unsere Mitarbeitenden und Partner.

- 6.1 Wir wollen eine lebenswerte Zukunft für unsere Enkelkinder, für die künftige Generation. Darum setzen wir uns für echte Nachhaltigkeit im Tourismus ein.
- 6.2 Wir entwickeln den Tourismus in den Pärken auf der Grundlage des Respekts gegenüber allen Beteiligten, seien es Bewohner:innen, touristische Leistungsträger, Partner oder Gäste.
- 6.3 Mit den touristischen Angeboten werden die Gesundheit und das Wohlbefinden der Gäste und der Bevölkerung gefördert. Wir bieten vielseitige, bedürfnisgerechte und inklusive Erlebnisse für alle Menschen an (allgemeine und soziale Barrierefreiheit).
- 6.4 Wir bieten den Gästen den idealen Rückzugsort für Erholung und Gesundheit (oftmals weniger Lärm- und Lichtemissionen, saubere und frischere Luft im Vergleich zu den Städten).
- 6.5 Wir setzen uns für zeitgemässe Anstellungsbedingungen ein und schliessen langfristige und faire Geschäftsbeziehungen ab.
- 6.6 Wir sind faire Arbeitgebende, die zukunftsorientierte Arbeitsmodelle fördern, z.B. partizipatives Management.

Handlungsfeld 7: Sensibilisierung und Kommunikation

Wert: Wir vermitteln die Werte unserer Pärke.

Mit Stolz kommunizieren wir die Besonderheiten unserer Regionen und sensibilisieren unsere Kund:innen, Gäste und Partner für den Erhalt der Natur und die Nachhaltigkeit.

- 7.1 Für uns ist wichtig, dass Bildung für nachhaltige Entwicklung ein integraler Bestandteil der touristischen Angebote der Pärke ist.
- 7.2 Wir fördern Angebote, die den Werten der Schweizer Pärke entsprechen und die Gäste sensibilisieren.
- 7.3 Wir teilen mit unseren Partnern die Werte der Pärke und schaffen so eine starke Wertegemeinschaft, die wahrgenommen wird.
- 7.4 Wir sensibilisieren die Gäste bzgl. der Auswirkungen ihrer Anwesenheit in der Natur.
- 7.5 Wir setzen die Besucherlenkung so um, dass eine regionale Entwicklung gewährleistet ist, die Natur und Landschaft schont und Bewohner:innen respektiert.
- 7.6 Wir nutzen digitale Daten, unter Berücksichtigung des Datenschutzes, für ein innovatives und effizientes Besuchermanagement und lenken die Besuchenden über die von ihnen bereits genutzten Lösungen.