

Projektantrag – aktualisiert 25.03.2026

Abschlussbericht

Projektblatt	Anfrage Unterstützung (finanziell/personell) über Innotour
Datum	März bis Ende November 2025
Parkname	Naturpark Gantrisch, Förderverein Region Gantrisch
Projektname	Sagenrouten-Challenge 2025 Digitale Rätsel- und Erlebnisroute entlang der SchweizMobil-Route 333
Projektorganisation - Projektleitung - Partner	Projektleitung Jasmin Hirsbrunner, Naturpark Gantrisch Raphael Zahnd, Naturpark Gantrisch Projektmitarbeit Lea Rüegg, Naturpark Gantrisch Projektpartner: Hannes Schertenleib, Bern Welcome, DMO Janine Perroulaz, Bern Welcome, DMO Tourify GmbH Sagenroutenpartner: B&B Bären Bank Gantrisch Genossenschaft Bikewander Birena Genossenschaft Schwarzenburg Ersparniskasse Rüeggisberg Gantrisch Bike & Sport Gasthof Bühl, Wahlern GmbH Gasthof Löwen Hadorn Velos-Motos GmbH Schlossgarten Riggisberg AG Schwarzenburger Gastro GmbH Schweizerische Mobiliar Spar+Leihkasse Riggisberg AG Spar- + Leihkasse Gürbetal Spirit Market GmbH Stebi's Check Point GmbH X-Bike AG - Cube Store Schwarzenburg
Zeitplan: Von 13.12.2024 bis 31.12.2026	
Welchen Handlungsfeldern kann das Projekt zugeordnet werden? ☐ 1. Erhalt und Aufwertung von Natur und Landschaft (1.4) ☒ 2. Regionale Wertschöpfung (2.3) ☒ 3. Zusammenarbeit (3.1) ☒ 4. Innovation und Qualität ☒ 5. Regionale Identität und Kultur ☒ 6. Fairness und Gesundheit (6.1, 6.3, 6.4) ☒ 7. Sensibilisierung und Kommunikation (7.5)	Kurzbeschreibung des Projektes: Ausgangslage: Wie der Name verrät, geht es auf den 50 Kilometern dieser E-Bike Route sagenhaft zu und her. Mal kreuzen Zwerge den Weg der Gäste, mal geheimnisvolle Reiter, mal führt die Route durch märchenhafte Wälder und durchquert mystische Schluchten. Unterwegs werden in Hof- und Dorfläden fantastische, regionale Produkte genossen, in legendären Landgasthöfen eingekehrt oder unter dem Sternenhimmel übernachtet.

=> vgl. Beschreibung Handlungsfelder im Anhang II	Nach langjährigen Anfragen ist die Sagenroute seit Frühjahr 2025 als offizielle SchweizMobil-Route 333 ausgeschildert und somit offiziell als lokale Veloroute anerkannt – ein Erfolg der viel Potenzial mit sich bringt. Die Sagenroute ist somit nun eine von fünf professionell vermarkteten E-Bike-Routen in der Destination Bern. Mit dieser neuen Ausgangslage gilt es die Aufmerksamkeit zu nutzen und den Gästen ein neues innovatives Angebot zu bieten. Projektidee: Die Kombination der physischen E-Bike-Route mit einer digitalen Rätsel-Challenge via Tourify. Tourify ist eine Plattform, die digitale Themen- und Erlebniswege ermöglicht – sogenannte smarTrails. Mit Tourify ist es möglich, interaktive Touren mit GPS-Navigation, Audio-Guides, Rätseln und multimedialen Inhalten zu gestalten. Die Besucher:innen entdecken die Route interaktiv per Smartphone. Diese wird mit der smarTrail Rätselchallenge von Tourify ergänzt sowie kommuniziert und erhält damit eine zusätzliche Erlebnisdimension und damit ein innovatives neues Angebot. Mit den digital verfügbaren historischen Informationen per Audio und Text erhalten die Gäste einen vertieften Einblick in die lokale Kultur und Historie der Region. Die Sagen sowie die dazugehörigen Geschichten entlang der Routen werden erlebbar gemacht. Mit dem Rätsel wird das Angebot mit Spannung und Spiel kombiniert. Dadurch wird dadurch das Besucheraufkommen messbar und es können Leads für die zukünftige Vermarktung gesammelt werden: • Messbarkeit: Digitale Routenführung mit integriertem Tracking zur Messung des Besucheraufkommens an den Erlebnisstationen • Interaktivität: Interaktion an den Erlebnisstationen, sobald die Besucher:innen in einem bestimmten Radius rund um die jeweilige Station befinden. • Rätselerlebnis: Spannende Rätsel zu jeder Sagenstation • Hörerlebnis: abhören der Sagen und der kulturellen und historischen Informationen direkt auf dem eigenen Smartphone • Leseerlebnis: lesen der Sagen und Informationen direkt auf dem eigenen Smartphone Gewinnspiel: Mit einem zusätzlichen Gewinnspiel wollen wir potentielle Gäste motivieren, den Rätsel Trail zu absolvieren. Es müssen alle 5 Sagenstationen besucht sein. Wer zusätzlich die Rätsel löst, erhöht seine Gewinnchancen. Preise wurden über bestehende Partner akquiriert wie beispielsweise Übernachtungen bei Schlossgarten Riggisberg, Gasthof Bühl Schwarzenburg, 3-Gang-Menü bei Löwen Riffenmatt und viele mehr.
Projektziele (SMART: Spezifisch, Messbar, Ambitioniert, Realistisch, Terminiert) Allgemein Folgende allgemeine Projektziele decken wir mit dem Projekt ab:	

- ✓ 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.
- ✓ **Sensibilisierung und Kommunikation gegenüber innen und aussen** bezüglich der Besonderheiten der Parkregionen, der Werten der Pärke und somit für die nachhaltige Entwicklung.

Projektspezifisch

Folgende Ziele verfolgen wir spezifisch mit dem Projekt:

- Die Sagenroute erreicht 2025 eine höhere Bekanntheit
- Die Sagenroute wird ab 2025 durch mehr Besucher:innen gefahren
- Die Besucherzahlen sind messbar und auswertbar
- Die lokalen Partnerbetriebe erzielen Einnahmen durch den Besuch der E-Bike-Fahrer:innen
- Die Kommunikation ist erlebnisorientiert und erreicht neue Zielgruppen

Leistungen • Sagenrouten Challenge • Kommunikation neue offizielle SchweizMobil-Route 333 • Einbezug der lokalen, wirtschaftlichen Partnerbetriebe	Leistungsindikatoren • Während den Monaten Juni bis Ende Oktober 2025 wird die Sagenrouten Challenge durchgeführt. • Der FRG, Bern Welcome und Made in Bern kommunizieren aktiv die Challenge sowie die neue Route 333. • Mit den lokalen Partnern werden Vereinbarungen abgeschlossen. Die lokalen Partner entlang der Route sichtbar gemacht. • Die Erlebnisstationen werden für die Challenge und die offizielle Route 333 erneuert und angepasst. • Jede Erlebnisstation wird zusätzlich mit Elementen der Challenge ausgerüstet. • Die Challenge wird über kommunikative Massnahmen wie Social Media Werbung, Google AdWords-Kampagne, Flyer und eine Komoot-Kampagne beworben.
Wirkungen • Die Sagenroute 333 wird vermehrt befahren • Die lokalen Partner erhöhen ihre Wertschöpfung durch die Besucher:innen der Sagenroute • Der Langsamverkehr wird aktiv gefördert. • Der Mehrtagestourismus wird gefördert.	Wirkungsindikatoren • Die Besucherzahlen der Sagenroute haben zugenommen. • Die Wertschöpfung der Sagenrouten-Partner hat zugenommen. • Der Langsamverkehr im Naturpark Gantrisch ist aktiv gefördert. • Die Übernachtungszahlen haben zugenommen.
Chancen • Besucherlenkung entlang der offiziellen Routen • Förderung der lokalen, wirtschaftlichen Partner • Förderung des Langsamverkehrs • Förderung des Mehrtagestourismus	Gefahren • Hohe Erwartungen der Partner auf Grund der beidseitigen Investitionen könnten nicht erfüllt werden • Level der Herausforderung könnte zu hoch sein und potentielle Gäste von einer Teilnahme abhalten
Welche Pärke könnten Interesse an einem Transfer haben? ☒ Alle ☐	
Transferbarkeit / Übertragbarkeit der Resultate, z.B. - Grundlagen/Checklisten/Verträge, etc. - Präsentation an Erfa - Beratung weiterer Pärke	Wie kann das Projekt an andere Pärke transferiert werden? • Präsentation des Konzeptes sowie des Erfahrungsberichts am Synergy Day oder an einer ERFA Kommunikation • Weitergabe des Konzepts und Beratung weitere Pärke mit ähnlicher topografischer und siedlungstechnischer Ausgangslage • Zur Verfügung stellen von Grundlagen
Aktueller Projektstand – 25. März 2026 In den Monaten März bis April 2025 wurde das Konzept für den Rätseltrail sowie die begleitende Kampagne mit der Challenge in Zusammenarbeit mit Bern Welcome ausgearbeitet. Danach folgte die Umsetzung der Massnahmen im Monat Mai. Dazu wurden die Informationstafeln an den Erlebnisstationen auf die Route 333 angepasst und zusätzlich Informationsplaketten zur Challenge rund um den Rätseltrail ergänzt. Der Betrieb des Rätseltrails lief von Anfang Juni bis Ende Oktober 2025. Die Challenge mit dem Begleitwettbewerb wurde von Bern Welcome, dem Naturpark Gantrisch sowie den Partnerbetrieben kommunikativ begleitet und beispielsweise mit einer Kampagne auf dem digitalen Tourenportal Komoot vermarktet. Zudem wurde der Rätseltrail mit der Challenge auf dem digitalen Tourenportal vom Naturpark Gantrisch (Outdooractive) kommuniziert. Nach Abschluss der Saison wurden die Kampagnen und Kanäle sowie der Begleitwettbewerb ausgewertet und die Preise wurden verlost und verschickt. Die Projektauswertung wurden in Zusammenarbeit mit Bern Welcome und allen beteiligten Partnerbetrieben vorgenommen.	

Resultate

- Durch die Challenge rund um den Rätseltrail und die begleitende Kommunikation konnten wir die Landingpage der Sagenroute Gantrisch 888 auf der Website von Bern Welcome deutlich steigern. Während der Dauer von Juni bis Oktober gabe es über 10'000 Seitenaufrufe
- Auch die Seitenaufrufe auf der Landingpage der Sagenroute Gantrisch auf der Website des Naturparks Gantrisch konnte gesteigert werden. Während der Dauer von Juni bis Oktober gab es 9612 Seitenaufrufe.
- Die Sagenroute war die am meisten aufgerufene Route auf dem Outdooractive Portal von Bern Welcome. Im Vergleich zu den Vorjahren konnten die Seitenaufrufe, die Aktionen sowie insbesondere die Downloads der Routeninformationen (GPX-Files) um ein Vielfaches gesteigert werden. Das deutet darauf hin, dass das Angebot des Rätseltrails und die Challenge grundsätzlich als sehr spannend angesehen wurden und zu mindest das Interesse an der Route gefördert hat:

Seitenaufrufe			Aktionen			Downloads		
2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
3,505	3,676	42,413	1,928	1,364	3,066	427	1,337	2,763
2.93%	1.64%	14.62%	3.53%	1.52%	2.69%	14.27%	23.10%	23.65%

- Auch im Raum hat sich der Rätseltrail ausbezahlt. Die Auswertung der QR-Codes für den Aufruf der Hörgeschichten auf den Erlebnisstationen vor Ort hat ergeben, dass die Anzahl Scans im Vergleich zum Vorjahr von 308 auf 420 Scans gesteigert werden konnten. Es waren also mehr Besucher unterwegs auf der Route.
- Hingegen blieb die Teilnahme am Rätseltrail im Vergleich zum Interesse hinter unseren Erwartungen zurück:
 - Ca. 213 Personen haben auf der Route das Smartrail-Webapp an einer der Erlebnisstationen gescannt
 - Ca. 39 Personen haben alle Erlebnisstationen besucht
 - Nur rund 25 Personen haben alle Rätsel gelöst und an der Verlosung teilgenommen
- Rückmeldungen von den Gästen, welche Smartrail genutzt haben, fokussierten sich vorwiegend auf die schöne Routenführung, die Aussichten, die schöne Natur und die guten Einkehrmöglichkeiten. Wir haben keine spezifischen Rückmeldungen zu den Rätseln oder dem Rätseltrail erhalten.
- Die Jahresend-Umfrage bei den Partnerbetrieben hat ergeben, dass eine leichte Zunahme von Gästen in ihren Betrieben festgestellt wurde, welche mit dem Fahrrad auf der Route unterwegs waren. Es haben aber nur drei von mehr als zehn Partnerbetrieben an der Umfrage teilgenommen.

Das vollständige Konzept sowie das Reporting liegen als Begleitdokumente vor.

Fazit

Die Kampagne und Begleitkommunikation rund um den Rätsel Trail und die Challenge haben uns eine hohe Aufmerksamkeit auf den digitalen Tourenplattformen sowie viele Klicks auf der Route und unserer Website eingebracht. Auf Grund der **Verdoppelung der Downloads**, der **deutlichen Erhöhung der Scans der Hörgeschichten vor Ort** sowie der **Rückmeldung unserer Partnerbetriebe**, konnte **die Anzahl Gäste auf der Route gesteigert werden**.

Hingegen war das Interesse den Rätsel Trail zu absolvieren und entsprechend an der Verlosung teilzunehmen im Verhältnis zum Investitionsaufwand enttäuschend. Es ist in Frage zu stellen, ob sich der Aufwand den Rätsel Trail im Jahr 2026 zu betreiben lohnt oder ob in Zukunft wieder auf einen klassischen Wettbewerb mit Begleitkampagne gesetzt werden soll.

Weitere Vorgaben (entsprechende Felder anklicken)

Barrierefreiheit

- ☐ Angebot ist barrierefrei
☒ Angebot ist nicht barrierefrei

Zeitplanung: Meilensteine und Termine	
Meilensteine	Termine
M1: Konzept Sagenrouten Challenge 333	März 2025
M1: Umsetzung Rätseltrail und Anpassungen Signaletik und Erlebnisstationen	Mai 2025
M2: Durchführen der Sagenrouten Challenge	Juni bis Ende Oktober 2025
M3: Auswertung der Sagenrouten Challenge (Reporting und Abschlussbericht)	Ende 2025 bis März 2026
Kosten	
	Kosten 2025:
Projektleitung und Konzept	16'000
Anpassung Signaletik und Erlebnisstationen	15'000
Umsetzung Rätseltrail im Tourify App	15'000
Auswertung	5'000
Total	52'500
Finanzierung	
Gesamtkosten: Fr. 52'500 davon personelle Aufwände: 34'205.- davon finanzielle Aufwände (min. 10% der Projektkosten): 18'295.- Die gesponserten Preise der Partner entlang der Sagenroute Gantrisch haben wir im Antrag noch erwähnt, hier aber aus der Abrechnung entfernt. Diese machen zusätzlich rund CHF 2'500.- aus – können aber nicht mit Rechnungen belegt werden, da diese kostenlos gesponsert wurden.	
Beteiligung: ☒ Park (nur über Drittmittel Partnerbeiträge) ☒ Partner ☐ Gemeinde ☐ Kanton ☒ Innotour	100% Finanzmittel Leistungen Bern Welcome Fr. 21'000.- Beiträge Sagenroutenpartner 7'500.- Innotour Fr. 24'000 (45%)
Datum/Ort	Unterschrift Geschäftsleitung