

Innotour Projekt Nr. 368

Schlussberichte der Coach-Einsätze 2010/2011



30. November 2011

Kontakt:

Andreas Weissen und Tina Müller
Netzwerk Schweizer Pärke
Monbijoustrasse 61
3007 Bern
Tel: 031 381 10 71

Inhaltsverzeichnis

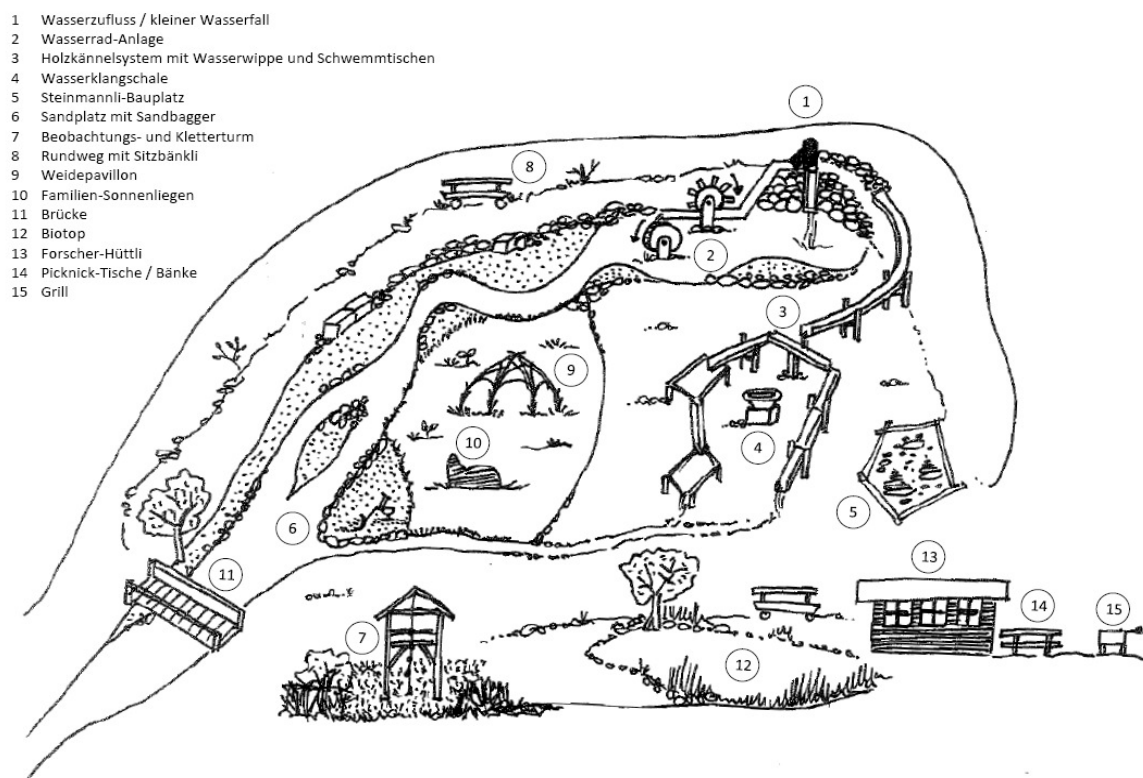
1. Coach-Projekte im Regionalen Naturpark Diemtigtal	3
1.1 Koordination und Konzept Wasserspielplatz „Gwunderwasser“- Etappe 1.....	3
1.2 Koordination, Konzeption Wasserspielplatz "Gwunderwasser"-Etappe 2.....	4
2. Coach-Projekte im Naturpark Pfyn-Finges	4
2.1 Velo-Routen „RoggenBrot“, „WeinKultur“, „WildKräuter“	4
2.2 Konzeption und Entwicklung geologisch-botanischer Garten Salgesch	5
2.3 Weinpark und Weinsensorium	5
3. Coach-Projekte im Parc naturel régional Chasseral	6
3.1 Brochure, site internet et communication	6
3.2 Vermarktung des Täuferwegs im Ausland	6
3.3 Begleitung Webauftritt	6
4. Coach-Projekte im Jurapark Aargau	7
4.1 Fixe und mobile Informationspunkte	7
4.2 Evaluation Projektidee Thiersteinberg	7
4.3 Firmenangebot zum Thema Chriesi	7
5. Coach-Projekte im Landschaftspark Binntal	8
5.1 LINGUA NATURA	8
5.2 VIA SPIRITUALITÀ	8
5.3 Zwei Herbstpauschalen BINNTAL PUR und JÄGERINNEN & SAMMLER	8
5.4 Gesteinsforscher-Rucksack für Familien	9
6. Coach-Projekte im Naturpark Beverin	9
6.1 Tourismus und Kommunikation Regionaler Naturpark	9
7. Coach-Projekte Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut	10
7.1 Les sens du Parc	10
8. Coach-Projekte im Wildnispark Zürich Sihlwald	11
8.1 Walderlebnissrucksack für Schulklassen	11
8.2 Evaluation Internetauftritt	11
9. Coach-Projekte im Regionalen Naturpark Thunersee-Hohgant	11
9.1 Parkladen in Interlaken	11
9.2 Touristische Angebotsentwicklung	12
9.3 Events	12
10. Coach-Projekte im Parc naturel régional Jura vaudois	12
10.1. Stratégie, carte touristique, sites d'accueil, agrotourisme	12
11. Coach-Projekte im Park Ela	13
11.1 Kesch-Applikation für Smartphone	13
12. Coach-Projekte im Regionalen Naturpark Thal.....	13
12.1. Weiterentwicklung Juraweg Thal	13

1. Coach-Projekte im Regionalen Naturpark Diemtigtal (BE)

1.1 Koordination und Konzept Wasserspielplatz „Gwunderwasser“- Etappe 1 (Aline Oertli: 1.3-30.6.2010)

Aline Oertli, Angebotscoach beim Netzwerk Schweizer Pärke, hatte ihren ersten Einsatz im Naturpark Diemtigtal. Bei ihrem Engagement stand die Realisierung eines naturnahen Wasserspielplatzes im Zentrum, der ein wichtiger Grundstein im Angebot des zukünftigen Naturparks darstellt. Für diesen Spielplatz hat sie ein Gesamtkonzept und einen Gestaltungsplan mit Erlebniskonzept erarbeitet, der Ideen für die einzelnen Lehr- und Erlebnisstationen beschreibt und die Grundlagen für Umweltbildung, Inszenierung, Besucherlenkung und Wohlfühlmanagement liefert.

Abbildung 1: Plan und Erlebniskonzept Wasserspielplatz „Gwunderwasser“



Gemeinsam mit dem Team von Diemtigtal-Tourismus wurden zwei attraktive buchbare Angebote für Familien entwickelt, bei denen der neue Wasserspielplatz „Gwunderwasser“ im Zentrum steht. Die einzelnen Schritte der Angebotsentwicklung waren Inhalt eines wöchentlichen Coachings. Dadurch wurde der Knowhow-Transfer an Diemtigtal-Tourismus sichergestellt.

Mit dem engagierten Wasserspielplatz-Team und lokalen Partnern hat Aline Oertli an den Vorbereitungen und an der ersten Ausbauetappe des Projektes „Gwunderwasser“ gearbeitet.



Event: 1. Spatenstich Wasserspielplatz



Start der baulichen Umsetzung

Der feierliche Spatenstich fand am 26. Mai 2010 mit 50 Teilnehmern statt.

In der letzten Juniwoche 2010 wurde die erste Etappe baulich umgesetzt.

Die Verantwortlichkeiten für die Weiterführung der Projekte wurden sorgfältig geregelt, indem für jedes Projekt verantwortliche Personen und Aufgaben definiert wurden.

1.2 Koordination, Konzeption Wasserspielplatz "Gwunderwasser"-Etappe 2 (A. Oertli: 1.5.-5.8.2011)

Bei ihrem zweiten Einsatz im Naturpark Diemtigtal hat Aline Oertli die Projektgruppe des Wasserspielplatzes drei weitere Monate bei der Weiterentwicklung des Projektes "Gwunderwasser" begleitet. Sie plante und koordinierte zusammen mit dem Team die Aktivitäten für das Jahr 2011 und fasste diese in einer detaillierten Massnahmenliste mit Zeitplan und klaren Verantwortlichkeiten zusammen. Ebenfalls sprach sie die anfallenden Holzarbeiten mit der dafür beauftragten Lehrwerkstätte Bern ab. Insbesondere die Dimensionierung der Wasserrad-Anlage musste genau berechnet und sicherheitstechnisch überprüft werden.



Erste Besucher auf dem Wasserspielplatz

Gemeinsam mit der neu angestellten Bildungsverantwortlichen des Naturparks (Gabi Speck) legte Aline Oertli zudem das Inszenierungskonzept für den Wasserspielplatz fest und plante verschiedene Erlebnisangebote für Schulklassen und Familien (Wassererlebnistag mit Wasserkiste und Forscherstag für Schulklassen, Erlebnistage und Wassersafari-Kit für Familien). Diese Angebote werden von Gabi Speck im Laufe des nächsten Jahres schrittweise umgesetzt, wobei sie zur Unterstützung auf vom Coach speziell zusammengestellte Umsetzungstipps, Literatur und Leitfäden zurückgreifen kann.

Eine weitere Aufgabe von Aline Oertli war es, die Aspekte der Sicherheit für den Wasserspielplatz abzuklären. Sie überprüfte, ob die bfu-Richtlinien eingehalten wurden und organisierte eine sicherheitstechnische Prüfung durch einen bfu-Delegierten. Sie verfasste auch ein Betriebsreglement, das den Kindern und ihren Eltern kurz und verständlich die Verhaltensregeln auf dem Spielplatz aufzeigt. Bei der Besucherlenkung half Aline Oertli mit, die Beschilderung von den Parkplätzen und den ÖV-Haltestellen aus zu planen.

2. Coach-Projekte im Naturpark Pfyn-Finges (VS)

2.1 Velo-Routen „RoggenBrot“, „WeinKultur“, „WildKräuter“ (Niklaus Gerber: 6.4.-10.7.2011, vgl. Prospekt)

Projektcoach Niklaus Gerber entwickelte in seinem ersten Parkeinsatz drei buchbare thematische Velo-Routen: die RoggenBrot-Route, die Weinkultur-Route und die Wildkräuter-Route. Ziel der Angebote war es, den gesamten Perimeter des geplanten Naturparks zu berücksichtigen und die Zusammenarbeit zwischen Park, Tourismus-Organisationen (Erschmatt Tourismus, Turtmantal Tourismus), „Wallis rollt“ und regionalen Leistungsträgern zu fördern. Die Routen beinhalten Leistungen von rund 20 neuen Partnern aus dem ganzen Perimeter.

Für die Angebotsvermarktung wurden ein Prospekt (Auflage 5000 Ex.) und Detailbeschriebe in Deutsch und

Französisch erarbeitet, veröffentlicht und an die Partner verteilt, sowie auf das Internet aufgeschaltet. Es wurden verschiedene Presseberichte über die Aktivitäten des Innotour-Coachs veröffentlicht.

Die Lancierung der neuen Angebote fand am 10. Juli 2010 statt.



Velo-Routen für Familien



Lancierungsevent RoggenBrot-Route

In dem zweiten Einsatz von Niklaus Gerber erarbeitete er ein Konzept für eine gezielte Kommunikation und Vermarktung der Velo Angebote. Zudem führte er eine Befragung bei den Partnern durch. Im 2012 wird der Prospekt neu gedruckt und die Vermarktung aufgegleist.

2.2 Konzeption und Entwicklung geologisch-botanischer Garten Salgesch

Als zweites Projekt erstellte Niklaus Gerber ein Gartenkonzept zur Aufwertung des Aussenbereichs des Natur- und Landschaftszentrums (NLZ) in Salgesch, dem Sitz der Naturpark Geschäftsstelle und der Gemeinde Salgesch. Da die Geologie ein wichtiges Positionierungsmerkmal des Parkes ist, entschied sich die Projektgruppe für einen geologisch-botanischen Garten, inkl. Inszenierungskonzept. Die ersten Umsetzungsarbeiten wurden zusammen mit zwei Schulklassen ausgeführt.



Schulklasse beim Bau des geologisch-botanischen Gartens

In den weiteren Einsätzen von Niklaus Gerber im Naturpark Pfyn-Finges erstellte er zusammen mit dem Bildungsverantwortlichen des Parkes zehn Schulklassenangebote im geologisch-botanischen Garten, inkl. Schlechtwettervarianten.

Im 2011 haben ca. 750 Besucher den Garten bewundert.

2.3 Weinpark und Weinsensorium (Niklaus Gerber: 1.12.2010-30.4.2011/18.7.-21.10.2011)

In den zwei weiteren Einsätzen von Niklaus Gerber im Naturpark Pfyn-Finges, wurde der Coach beauftragt, den Park als „Weinpark“ zu positionieren. Zusammen mit dem Verein Weindorf Salgesch wurden in mehreren Workshops die Möglichkeiten einer operativen Zusammenarbeit zwischen dem Park und dem Verein geklärt. Die vereinbarten Ziele sind: Der Aufbau und Betrieb einer gemeinsamen Gäste-Empfangsstelle im NLZ Salgesch, sowie die Entwicklung und der Betrieb eines „Wein-Sensoriums“.

Das „Wein-Sensorium“ ist ein innovatives, lustvolles „Sinnes-Trainingszentrum“ im Spannungsfeld zwischen Wein, Natur und Kultur. Es besteht aus zwei Grundbausteinen: dem interaktiven, individuellen Erlebnisparkours, sowie geführten Gruppenangeboten.



Erlebnisstation: „Die Aromen“



Erlebnisstation: „Die Rebe“

Der Erlebnisparkours besteht aus acht mobilen, interaktiven Erlebniselementen. An den einzelnen Stationen werden Themen wie „Das Terroir“, „die Aromen“, „die Kulturlandschaft“ und weitere Weinelemente über Nase, Mund, Augen, Ohren, Hand und Herz erlebbar gemacht.

Der mobile Erlebnisparkours soll im bestehenden Grand Cru Lokal, im Hof des NLZs sowie im Dorf Salgesch angeboten werden und einzelne Stationen können an Messen mitgenommen werden.



Blinddegustation für Gruppen im Grand Cru Lokal, Salgesch

Bereits bestehende und neu entwickelte Weintourismus-Gruppenangebote in Salgesch sollen künftig im Rahmen des Weinsensorium Jahresprogramms gebündelt, vermarktet und durchgeführt werden. Dies sind zum Beispiel Blinddegustationen, kommentierte Weindegustationen, Weinwanderungen und weiteres mehr.

3. Coach-Projekte im Parc régional Chasseral (JU)

3.1 Brochure et site internet (Véronique Hermanjat : 21.6.-20.9.2010/1.12.-31.12.2010, cf. brochure)

Grâce au coaching mis en place avec Véronique Hermanjat, le Parc a pu poser les bases pour une brochure qui faisait défaut. En effet, si une carte de randonnée détaillée et fort appréciée des hôtes et visiteurs existe, il manque un support permettant de présenter les activités du Parc régional Chasseral ainsi que les offres et prestataires du territoire. Ce sera chose faite dès 2011 avec une toute nouvelle brochure A5 bilingue.

Le site internet quant à lui a déjà pu être optimisé et les traductions en allemand complétées avant une refonte complète qui se fera dans un deuxième temps grâce à une arborescence moderne et un graphisme adapté à la nouvelle charte graphique. Pour cette dernière, un cahier des charges détaillé a été élaboré pour permettre un appel d'offres auprès de différents graphistes.

Des partenariats sont en discussion pour la promotion et la communication plus large des animations du Parc. Aussi, la liste des médias, notamment en Suisse allemande, a été corrigée et complétée afin de permettre un premier communiqué de presse concernant une sortie guidée à la fin septembre 2010.

3.2 Vermarktung des Täuferwegs im Ausland (Marieke van Ommeren: 27.7.-10.11.2011, vgl. Prospekt)

Projektcoach Marieke van Ommeren fokussierte sich in ihrem ersten Einsatz im Parc Chasseral auf die Vermarktung des Täuferwegs im Ausland. Viele Gespräche mit lokalen und ausländischen Mennoniten/Amischen sowie diverse Recherchen führten zum Ergebnis, dass das Angebot vor allem für die Nischenzielgruppe der ausgewanderten Mennoniten und Amischen in den USA interessant sein dürfte. Um diesen Markt mit 800'000 potenziellen Gästen zu bearbeiten, musste das Angebot jedoch deren Bedürfnissen angepasst werden. Aus dem ursprünglichen 2-Tages-Wanderangebot entstand neu eine attraktive, einfach begehbbare 1-Tages-Exkursion, welche alle Täufersehenswürdigkeiten im Parc Chasseral beinhaltet. Zudem wurden auch weitere regionaltypische Elemente eingebaut, wie z.B. eine Fahrt mit dem Pferdewagen und ein Mittagessen mit lokalen Spezialitäten in einer Métairie.



Um das Angebot zielgruppengerecht auf dem Markt USA zu bewerben, wurde eine englische Broschüre (Auflage 5'000 Ex.) sowie ein englisches Plakat in Zusammenarbeit mit ViaStoria kreiert. Zudem wurde die Webseite www.anabaptist-trail.ch eingerichtet.

Innerhalb der Schweiz konnte eine Kooperation mit Emmental Tourismus aufgebaut werden. Konkret handelt es sich um ein 2 bis 3-Tagesangebot, welches in naher Zukunft gemeinsam in den USA vermarktet werden soll, teils in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus. Auch wurde eine entsprechende Präsenz an der Europäischen Mennonitischen Regionalkonferenz gesichert. Diese findet im Mai 2012 in Sumiswald (CH) statt.

Die Verantwortlichkeiten für die Weiterführung des Projekts wurden sorgfältig geregelt.

Englisches Plakat wurde an mennonitische Gemeinden im Ausland verschickt

3.3 Begleitung Webauftritt (Marieke van Ommeren: 1.9.-31.12.2011)

Der zweite Einsatz von Marieke van Ommeren fand ebenfalls im Parc Chasseral statt. Ihre Aufgabe war es, den geplanten neuen Webauftritt des Parks zu begleiten. Mittels eines Workshops wurden die Bedürfnisse des Parcs Chasseral abgeklärt. Während viele Pärke ihr Hauptaugenmerk auf Touristen legen, sind für den Parc Chasseral auch die Einwohner eine wichtige Besuchergruppe der Webseite. Diese sollen besonders zu Themen Energie und Ökologie Tipps zum schonenden Umgang mit diesen Ressourcen vorfinden. Die neue Struktur soll klarer und übersichtlicher sein mit mehr Platz für Bilder. 'Must-have-Features' wie Anmeldeformulare (für Exkursionen und Parkmitgliedschaft), ein Link zu Facebook, sowie eine interaktive Karte werden eingerichtet und die gesamte Webseite wird zweisprachig geführt.

Das neue Webdesign ist dem neuen Corporate Design des Parks angepasst und bildet eine Einheit mit den Drucksachen des Parks. Bei der Programmierung der Webseite wird besonders auf die Benutzerfreundlichkeit geachtet. Zudem wird sichergestellt, dass die Besucherfrequenzen einfach auswertbar sind und der Parc Chasseral so einen Einblick in das Webverhalten der Gäste erhält.

4. Coach-Projekte im Jurapark Aargau (AG)

4.1 Fixe und mobile Informationspunkte (Niklaus Gerber: 14.7.-2.9.2010)

Projektcoach Niklaus Gerber entwickelte im Jurapark Aargau ein fixes Informationssystem für den Aussen- und ein mobiles für den Innenbereich, welche der interessierten Bevölkerung und den Parkbesuchern das Projekt, Produkte und Angebote des Juraparks präsentieren.

Fixes Informationssystem: Zuerst wurden Akteure und Standorte möglicher Informationspunkte bestimmt. Für Standorte, insbesondere im offenen Gelände, wurden fotografische Aufnahmen gemacht sowie die Besitzverhältnisse geklärt und dokumentiert. Nach einer Marktforschung wurden der Geschäftsstelle verschiedene Modelle von fixen Informationssäulen (Stelen) fürs Gelände vorgeschlagen.



Mobiles Informationssystem: Dieses soll in Gemeinden, Restaurants, Hotels, etc. aufgestellt werden. Da die Platzverhältnisse jeweils sehr unterschiedlich sind wurden verschiedene Varianten skizziert (Tisch-, Wand- und Stehmodul) und anschliessend ein Prototyp im Massstab 1:1 entwickelt. Der Auftrag für die Entwicklung des Prototyps ging an ein soziales Unternehmen für Menschen mit Behinderung im Fricktal.

Mobiles Informationssystem: Tischvariante und Stehvariante

4.2 Evaluation Projektidee Thiersteinberg (Aline Oertli: 8.8.-15.9.2011)

Auf Initiative eines Försters wurde im Jurapark Aargau die Erarbeitung eines Tourismusangebotes auf dem Thiersteinberg projektiert. Bei ihrem Coacheinsatz übernahm Aline Oertli die Aufgabe, die Erfolgsaussichten/Machbarkeit für ein solches Angebot auf dem Thiersteinberg abzuschätzen. Mit Vertretern von unterschiedlichen Interessensgruppen (Gemeindevertreter, Verkehrsvereine, Natur- und Vogelschutzvereine, Forstbetrieb, Gastronomen) organisierte Aline Oertli eine Ideensammlung. Sie evaluierte anschliessend die gesammelten Angebotsideen und erstellte eine SWOT-Analyse. Das Fazit war, dass die Angebotsideen ein zu geringes touristisches und wirtschaftliches Potenzial bieten. Zudem sind beim Jurapark momentan nicht ausreichend personelle, finanzielle und zeitliche Ressourcen vorhanden, um ein neues Angebot professionell auszuarbeiten. Die Empfehlung des Coachs war, dass der Jurapark vorerst sein bestehendes touristisches Angebot optimieren und ausbauen sollte, bevor er in die Entwicklung neuer Angebote investiert.

Sobald das Projektteam ausreichend zeitliche und finanzielle Ressourcen hat, könnte z.B. ein "Vitaparcours für das Gemüt" entwickelt werden - ein Erholungsangebot das zum touristischen Schwerpunktthema "Der Park für Ihre Gesundheit" passt, gut mit bestehenden Angeboten verknüpft werden kann, sowie lokale Dienstleistungen und Produkte berücksichtigt.

4.3 Firmenangebot zum Thema Chriesi (Margarete Lazar: 15.10.-30.11.2011)

Margarete Lazar wurde beauftragt ein Konzept für ein Gruppenangebot (v.a. für Firmen und Vereine) zum Thema Kirschen/Chriesi zu realisieren. Ziele des Angebotes sind, die Parkpositionierung „Chriesi“ zu stärken, die Hauptzielgruppe „aktive Gruppen“ anzusprechen und regionale Wertschöpfung zu generieren.

Zuerst wurden Interviews und diverse Recherchen zu den Zielgruppen Firmen, Vereine und Gruppen durchgeführt. Anschliessend wurden bestehende Chriesi-Angebote der Region gesammelt, betreffende Leistungsträger kontaktiert und Gespräche über Idee, Bereitschaft und mögliche Durchführung geführt.

Das Angebot wurde den Bedürfnissen der Zielgruppe Firmen/Vereine angepasst: Aus den einzelnen existierenden Chriesi-Angeboten entstand ein buchbares Angebot „Vom Chriesi bis ins Stängeli“ mit sechs sogenannten Bausteinen, welche alle Sinne ansprechen und nach individuellen Wünschen flexibel miteinander kombiniert werden können (z.B. Führung auf dem Chriesiwäg, Besuch beim Chriesibauern, bei der Brenne- rei/Konditorei und/oder Gastronomie). Dabei wurde Wert auf die Einbindung der regionalen Chriesi-Produktion gelegt. Insgesamt werden mit dem Angebot neun Leistungsträger vernetzt.

Zum Schluss wurden Vorschläge für eine gezielte Kommunikation und Vermarktung des Gruppenangebotes abgegeben und ein Flyer-Entwurf kreiert.

5. Coach-Projekte im Landschaftspark Binntal (VS)

Beim Engagement von Aline Oertli im Binntal standen die Realisierung von zwei grenzüberschreitenden Angeboten zwischen den beiden Parks Binntal (CH) und Veglia Devero (I) sowie die Entwicklung von zwei neuen Herbst-Pauschalen im Zentrum:

5.1 LINGUA NATURA (Aline Oertli: 1.6.-31.12.2010, vgl. Prospekt)



LINGUA NATURA heisst das erste grenzüberschreitende Angebot, dem sich inzwischen vier weitere Schweizer Pärke angeschlossen haben. LINGUA NATURA sind Spracherlebnisreisen in den Naturparks Veglia-Devero (Italienisch), Pfyn-Finges/Chasseral (Französisch), Beverin (Rätoromanisch/Sutsilvan), Val Müstair (Rätoromanisch/Vallader) und Binntal (Deutsch).

Hier werden die Teilnehmenden nicht nur mit einer der vier Landessprachen der Schweiz besser vertraut, sondern lernen durch persönliche Gespräche auch die Bewohner der Naturparks und ihre Geschichte kennen, machen kulinarische Entdeckungen und geniessen die schönen Naturlandschaften. LINGUA NATURA ist ein 5-tägiges Programm, das täglich 3 bis 4 praxisbezogene Sprachlektionen mit vielseitigen Ausflügen

kombiniert. So lernen die Teilnehmenden beispielsweise seltene Tiere oder essbare Pflanzen kennen. Sie entdecken mit Stirnlampe geheimnisvolle Silberminen oder gehen mit einem leidenschaftlichen Jäger auf die Pirsch.



LINGUA NATURA Teilnehmende mit regionalen Produzenten

Die Kurse werden auf www.lingua-natura.com vermarktet. Zum Internetauftritt erscheint ein Flyer in allen vier Landessprachen. Lingua Natura wird über die Kommunikationskanäle der beteiligten Parks sowie auch auf nationaler Ebene bekannt gemacht. Im Jahr 2011 wurden bereits 4 Sprachkurse durchgeführt.

5.2 VIA SPIRITUALITÀ

Mit der VIA SPIRITUALITÀ, dem zweiten grenzüberschreitenden Angebot, entstand ein Weitwanderweg zwischen den Parks Binntal und Veglia Devero, der in 6 Etappen von Ernen über den Albrunpass bis nach Trontano und Domodossola führt. Der Albrunpass war während Jahrtausenden ein wichtiger Übergang über den Alpenhauptkamm. Die VIA SPIRITUALITÀ führt die Gäste auf den Spuren hunderter von Generationen durch die schönen Parklandschaften, wo sie Sagen und Legenden kennen lernen sowie kulturelle Monumente entdecken – eine Reise zu den spirituellen Reichtümern der Landschaft. Für jede Etappe gibt es einen Etappenbeschrieb, der nebst den nötigen Routenangaben (Wanderinformationen, Verpflegungs- und Übernachtungsmöglichkeiten, ÖV) auch die Informationen über die Sehenswürdigkeiten am Wegrand enthält. Zu Beginn der Wandersaison 2011 wurden die Etappenbeschriebe auf Deutsch und Italienisch auf den Internetseiten der beiden beteiligten Parks aufgeschaltet.

5.3 Zwei Herbstpauschalen BINNTAL PUR und JÄGERINNEN & SAMMLER

BINNTAL PUR ermöglicht es, interessierten Gästen, den Landschaftspark in 5 Tagen unbeschwert zu entdecken, wobei ein abwechslungsreiches Wanderprogramm zu den "verborgenen Schätzen" des Parks, Hotelübernachtungen sowie Verpflegung ("Spiis-Sack" mit regionalen Produkten) arrangiert werden.

Der Landschaftspark Binntal bietet faszinierende Landschaften und eine Fülle an feinen Gaumenfreuden. Diese beiden Aspekte werden bei dem neuen Angebot „Jägerinnen & Sammler“ zu einem genussvollen Erlebnis kombiniert. Die Gäste machen sich wie die ursprünglichen Jäger und Sammler auf die Suche und entdecken, was für Leckereien die Natur zu bieten hat (z.B. Getreide, Honig, Wildpflanzen, Pilze, Wild), die dann beim Abendessen auch verköstigt werden.

5.4 Gesteinsforscher-Rucksack für Familien (Aline Oertli: 1.3.-29.4.2011, vgl. Prospekt)

Aline Oertli hatte bei ihrem zweiten Coacheinsatz im Binntal die Aufgabe, einen Aktionsrucksack für Kinder auszuarbeiten sowie die Qualität der bisher entwickelten Angebote (Binntal pur, Jägerinnen & Sammler, Lingua Natura, Via Spiritualità) zu sichern. Der Projektgruppe "Planetenweg Ausserbinn" hat sie zudem ein Feedback mit Analyse und Empfehlungen zu ihrem Vorhaben abgegeben.

Das Binntal bietet ausgezeichnete Bedingungen für spannende Angebote rund um das Thema Mineralien. Informationsmaterial, Literatur, Lehrpfad und Exkursionen sind jedoch in erster Linie auf Erwachsene ausgerichtet. Um auch Kindern einen erlebnisreichen Zugang zu diesem Thema zu verschaffen, hat Aline Oertli für den Landschaftspark einen Gesteinsforscher-Rucksack entwickelt. Dieser regt Kinder (Schwerpunktalter 10 – 12 Jahre) zum spielerischen und forschenden Entdecken der Vielfalt der Steine und Mineralien im Binntal an. Das neue Angebot stärkt die Positionierung des Landschaftspark Binntal als Lernort der Mineralien, ergänzt das Familienangebot der Region, ist interaktiv und generiert Wertschöpfung für die Tourismusbüros und Geschäfte.

Die in der ersten Saison produzierten 50 Rucksäcke sind bereits vergriffen und es wurden neue bestellt, die an verschiedene Verkaufsstellen (Tourismusbüros, Mineralienläden, Hotel- und Gastrobetriebe, Sportgeschäft, etc.) verteilt werden. Die Verantwortlichkeiten für die Weiterbetreuung und Weiterentwicklung des Angebotes wurden geregelt. Der Rucksack wird über die Kanäle des Parks sowie der Tourismusbüros der Region vermarktet.

Alle neuen Angebote werden ab Frühling 2011 über die Kommunikationskanäle des Landschaftsparks und auch gemeinsam mit den Tourismusbüros in der Region kommuniziert.

6. Coach-Projekte im Naturpark Beverin (GR)

6.1 Tourismus und Kommunikation Regionaler Naturpark (Niklaus Gerber: 1.9.-30.11.2010, vgl. Broschüre)

Niklaus Gerber unterstützte Beverin bei der Entwicklung der Sommerangebote 2011. Die vorhandenen, naturnahen Angebote im Parkperimeter wurden evaluiert und in einem Konzept zusammengestellt.



In Absprache mit den lokalen Tourismusorganisationen wurde die Sommerkarte 2011 folgendermassen zusammengestellt: Naturpark-Highlights wurden definiert und mit Text und Bild beschrieben. Die Wander-, Fahrrad- und Mountainbike-Routen wurden zielgruppengerecht ausgewählt und kartografisch aufbereitet. Das Projekt „Flyerland Viamala“ wurde mit 2 neuen Vermietstationen für Elektro-Fahrräder ausgebaut. Bei der Entwicklung geführter und buchbarer Angebote konnten neue lokale Leistungsträger gewonnen und eingebunden werden. Für Gruppen, Vereine und Schulklassen stehen lokale ExpertInnen bereit, die in die Naturpark-Themen Wildtiere, Bergbau, Kirchen, Alpwirtschaft und Sprache einführen.

Neue innovative Angebote wurden im Bereich der Regionalprodukte (Lebensmittel) und Gastronomie (Naturparkmenu) entwickelt: Durch erste Gespräche mit der Gastronomie, mit Produzenten und mit der Regionalmarkenorganisation „alpinavera“ konnte ein Rahmen zur Schaffung eines Produktlabels erarbeitet und erste Kooperationen geschlossen werden. Während der Naturpark Beverin-Gastrowochen im Sommer 2011 boten rund fünf innovative Gastronomiebetriebe regional-typische Naturparkmenüs mit Vorspeise, Hauptgang und Dessert an. Zudem konnten Kooperationen mit den Bäuerinnen, welche den bekannten „Scarnuz Grischun“ herstellen und mit den Sennereien Sufers und Andeer geschlossen werden. Weiter konnte mit einem Landwirtschaftsbetrieb das Angebot „Biosack - Feines aus dem Naturpark Beverin“ entwickelt werden – eine Tragetasche gefüllt mit reichhaltigen Regionalprodukten.

Alle diese Angebote werden in der Sommerkarte 2011 beschrieben. Seit Februar 2011 liegt die Karte bei lokalen, regionalen und nationalen Verkaufs- und Vermarktungsstellen auf.

7. Coach-Projekte Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut (VD/FR)

7.1 Les sens du Parc (Jérémy Crucy : 1.11.2010-29.4.2011, cf. brochure)

La tâche principale de l'engagement en tant que coach de Jérémy Crucy dans le Parc naturel régional Gruyère Pays-d'Enhaut était le développement des offres de tourisme d'expérience. L'accent est porté sur des produits touristiques permettant aux clients d'expérimenter (par les cinq sens, la rencontre, l'action) la visite d'un lieu (site naturel, village) ou la découverte d'une profession, d'un savoir-faire, d'une tradition.

Le principe de découverte par les sens et l'implication des visiteurs dans des activités nécessitent une scénarisation particulière des offres (programme, intervenants, déplacements). Des points forts du Parc et des thèmes se prêtant à la création d'offres ont été évalués, identifiés et regroupés en cinq axes permettant de mener une action. Ci-dessous, les offres développées par le coach en collaboration avec le Parc et les prestataires sont décrites :



Saveurs Sauvages de Judith et Françoise : Les participants partent pour la cueillette et rejoignent ensuite la cheffe-cuisinière à la ferme. Puis la cheffe-cuisinière et les participants préparent des soupes. La dégustation des divers plats réalisés clôture cette demi-journée. Chacun des participants se voit remettre un livret souvenir (recettes et « herbier ») accompagné d'un Parc à la carte. Une option Hôtel et Wellness est proposée.

Cueillette, Cuisine et Partage au Four de l'Adde : Les participants partent pour la cueillette et rejoignent ensuite le boulanger au Four de l'Adde. Après une collation, les participants préparent une entrée, une salade et des figasses avec les plantes récoltées puis le repas a lieu. Chacun des participants se voit remettre un livret souvenir (recettes et « herbier »). Une option Hôtel et Wellness est proposée.

Les Mains à la Pâte au Four de l'Adde : Découverte et apprentissage autour de l'univers de la boulangerie (avec four à bois), variante famille et variante groupe: le boulanger accueille les participants au Four de l'Adde. Après une présentation du lieu, chacun est invité à mettre ses mains à la pâte. Réparties par poste de travail, les familles travaillent la pâte. Pendant le repos de la pâte à pain, le boulanger leur fait découvrir la chaîne de transformation du grain jusqu'au pain en se basant sur des éléments didactiques. Vient ensuite la préparation des figasses, l'enfournement, puis le repas. Chaque famille emmène avec elle le fruit de son travail (2 kg de pain biologique) et un petit livret souvenir de recettes.

Au Clair de Lune à Lessoc : Découverte du territoire par l'intermédiaire d'un parcours théâtralisé d'un conte local : A la gare, le conteur commence à raconter l'histoire de Colin et de sa jument et invite le public à le suivre à Lessoc dans l'Auberge où l'attend une collation. Là, le conteur relate un conte sur la Lune. Puis le public se dirige vers la fontaine où la véritable histoire du toit de la fontaine leur est contée. Les meringues de la pleine lune ainsi qu'un exemplaire du Parc à la carte sont remis au public.

A la Ferme au Fil des Saisons : Découverte, implication et échange autour des activités agricoles saisonnières: Située sur les hauts de Montreux, la Ferme de La Clairière (Chamby) accueille les participants. La découverte active, le partage et l'échange autour de la vie à la ferme au fil des saisons sont au programme.



Du Billon aux Tavillons : Après une présentation du lieu et une description du métier de tavillonneur, le prestataire présente les diverses étapes de travail (du billon au tavillon) en montrant les outils du tavillonneur utilisés. Puis il commence par une démonstration du travail avant de faire essayer les participants. Le même travail est réalisé avec la fabrication de tavillons : démonstration puis implication. A la fin, une collation leur est offerte, les produits locaux étant privilégiés. Chaque participant repart avec le tavillon qu'il a fabriqué.

8. Coach-Projekte im Wildnispark Zürich Sihlwald (ZH)

8.1 Walderlebnistrucksack für Schulklassen (Aline Oertli: 1.1.-28.2.2011, vgl. Prospekt)

Aline Oertli unterstützte den Wildnispark Zürich bei der Entwicklung eines neuen Umweltbildungsangebotes. Ihre Aufgabe war es, einen Walderlebnistrucksack für Schulklassen zu entwickeln. Dafür hat sie unter Berücksichtigung der Umweltbildungsziele des Parks sowie des kantonalen Lehrplanes ein Konzept für einen Walderlebnistag erstellt. Dieser soll den Kindern einen sinnlichen Zugang zum Lebensraum Wald vermitteln, einen Eindruck von der Vielfalt der Formen, Stimmungen, Lebewesen verschaffen und die Zusammenhänge in diesem Naturraum aufzeigen. Dabei stehen das spielerische Entdecken von Pflanzen und Tieren, Forschergeist sowie das Gemeinschaftserlebnis im Zentrum.



Walderlebnistrucksack für Schulklassen

Der Walderlebnistrucksack ist mit einem Begleitdossier, einer Sammlung von Anleitungen für Spiele und Forschungsaufträge im Wald sowie dem dazu benötigten Aktionsmaterial für 25 Kinder ausgerüstet. Das Dossier zeigt die Ziele und den Ablauf eines Walderlebnistages auf. Des Weiteren enthält es die notwendigen Informationen zur Ausleihe sowie Tipps für die Vorbereitung einer Walderkundung. Auch Vorsichtsmassnahmen, Notfallnummern und Regeln für die sichere Durchführung eines Walderlebnistages sind aufgeführt.

8.2 Evaluation Internetauftritt (Aline Oertli: 1.11.-31.12.2011)

Beim zweiten Coach-Einsatz von Aline Oertli im Naturerlebnispark Sihlwald stand eine Analyse der Website des Parks im Zentrum. Aline Oertli untersuchte den Webauftritt bezgl. Funktionalität, Usability, Zielgruppenorientierung, Aufbau, Inhalt und Gestaltung. Des Weiteren klärte sie die Möglichkeiten von weiteren Sprachen, Social Media sowie Barrierefreiheit ab.

Als weitere Aufgabe hat Aline Oertli ein Raster für die Erfassung von Gehölzen im Sihlwald entworfen, mit dem Besuchern des Sihlwalds online Informationen über Bäume und Sträucher auf ansprechende Weise präsentiert werden. Zudem erarbeitete sie eine kurze Machbarkeitsanalyse zur Projektidee "Schienenvelo".

9. Coach-Projekte im Regionalen Naturpark Thunersee-Hohgant (BE)

9.1 Parkladen in Interlaken (Christina Wyss und Daniel Zobrist: 1.1.-30.6.2011/1.7.-30.11.2011, vgl. Flyer)

Christina Wyss erreichte in ihrem ersten Coach-Einsatz den termingerechten Aufbau, die Eröffnung und



Eröffnung des Swiss Mountain Markets mit über 100 Besuchern

den erfolgreichen Betrieb des Swiss Mountain Markets SMM als Plattform für regionale Produkte und touristische Angebote im Perimeter des Naturparks Thunersee-Hohgant. Der Swiss Mountain Market bietet seiner Kundenschaft regionale Produkte zum Verkauf an. Das Sortiment wird laufend angepasst und erweitert.

Während dem Coaching konnte mit ca. 60 Produzenten eine Partnerschaft abgeschlossen werden, welche ihre Nahrungsmittel, handwerklichen Produkte, Kosmetika, usw. über den Laden vermarkten.

In vier Monaten konnten im Swiss Mountain Market bisher ein Umsatz von ca. CHF 55'000.- (ca. 8000 Produkte, 350 Geschenkkörbe, 35 Touren, 3500 Kunden) generiert werden. Für die Sicherstellung des Betriebs konnten fünf Personen aus dem Parkgebiet angestellt werden, die ein Arbeitspensum von 300 Stellenprozent abdecken. Die wichtigste Partnerschaft in Bezug auf die Vermarktung parktypischer Angebote ist die Zusammenarbeit und der gemeinsame Betrieb mit der Firma Flying Wheels (Elektro-Velo und Busse).

9.2 Touristische Angebotsentwicklung

Folgende touristische Angebote wurden erarbeitet und sind momentan buchbar. Sie werden angesteuert durch die Parkpartner von Flying Wheels und der Familie Walter und Lilian Zybach: Führungen Festung Waldbrand, Festung Fischbalmen und Beatushöhlen, Besuch Alpkäserei Tschiemer sowie Wildbeobachtung Habkern. Für alle Angebote liegt der Schnitt der Buchungen noch leicht unter den Erwartungen, es erfolgten insgesamt 10-20 Buchungen.

In der zweiten Phase (1.7.-30.11.11) des Coachings erhielt der Coach Christina Wyss Unterstützung von einem zweiten Coach Daniel Zobrist. In dieser Phase ging es darum die Weiterentwicklung und Professionalisierung der bestehenden Angebote begleitet durch eine verbesserte Vermarktung. Die Angebote sollen stärker den lokalen, touristischen Bedürfnissen entsprechen. Ziel ist es dabei professionelle und einfach buchbare Angebote zu generieren.

9.3 Events

Es wurde eine Vielzahl von verschiedenen Events durchgeführt, an denen sich der SMM zusammen mit seinen Produzenten aktiv vermarkten liess. Dazu gehörten auch kulturelle Angebote, welche für Einheimische und Touristen konzipiert wurden. Es nahmen mindestens 200 Besucher an den Events teil und es wurden 11 Zeitungsartikel und Werbeinserate publiziert. Nachfolgend eine Auswahl der Events: Eröffnungsevent mit Apéro, Degustationen, folkloristischen Darbietungen und Testfahrten; Apéro in Kombination mit touristischen Angeboten mit Partner Flying Wheels; Apéro an PR-Event von Interlaken Tourismus; Vier Auftritte mit Marktstand vor dem SMM und ein Maktauftritt am Eidg. Jodlerfest in Interlaken; Informationsstand an Messe für Anbieter von Thunersee Tourismus; Mehrere Alphornsessions vor dem SMM.

Das Coaching von Christina Wyss und Daniel Zobrist ermöglichte den Aufbau einer Qualitätssicherung für den Ladenbetrieb, die Schulung der Mitarbeiter in Bezug auf die verschiedenen Ansprüche der Kundengruppen und der Aufbau von zielgruppenorientierten natur- und kulturnahen Angeboten.

10. Coach-Projekte im Parc naturel régional Jura vaudois (VD)

10.1. Stratégie, carte touristique, sites d'accueil, agrotourisme (J.-P. Pralong : 1.2.-30.6./1.7.-30.11.2011)

En collaboration avec les offices du tourisme partenaires, une stratégie touristique 2013-2022 a été élaborée. Ce document a été validé par la commission « Economie et développement durable » ainsi que par le Comité du Parc. Cette stratégie précise notamment le positionnement du Parc. En lien avec la stratégie touristique du Parc, un accord de partenariat a été élaboré entre les offices du tourisme et le Parc, afin de formaliser les relations stratégiques et opérationnelles. Une réflexion de base sur le USP du Parc a été réalisée. Elle a mené au choix de la fourmi comme emblème et porte-drapeau du Parc. L'aspect visuel de cette « mascotte » a été précisé de même que son mode d'utilisation à l'avenir.

Un soutien a été apporté à la réalisation d'une carte touristique estivale. Cette aide a concerné le concept thématique et formel de la carte ainsi que sa conception graphique.

Un concept pour développer les sites d'accueil, d'information et de promotion du Parc a été réalisé. Il définit différents modes d'information et de promotion des offres et activités. Un regard critique sur le projet de nouveau site internet du Parc a été apporté, dans le but d'améliorer l'organisation et la lisibilité des informations présentées. Des remarques ont été formulées aussi en vue du développement de nouvelles rubriques et contenus.

Une relecture critique a été apportée au document « Agrotourisme sur les alpages du Parc naturel régional Jura vaudois ». Les objectifs, produits et services envisagés ont notamment été commentés et précisés.

En collaboration avec l'équipe du Parc, une offre touristique forfaitaire a été réalisée, en suivant l'itinéraire des crêtes sur 3 jours et 2 nuits. La découverte des produits du terroir ainsi que la découverte du patrimoine constituent le fil rouge de cette offre.

La réalisation de sentiers thématiques et de places de pique-nique au sein du Parc a été discutée, afin d'apporter une aide à la décision quant aux orientations futures en la matière.

11. Coach-Projekte im Parc Ela (GR)

11.1 Kesch-Applikation für Smartphone (Milena Conzetti: 1.2.-29.4.2011/1.7.-31.9.2011)

Im ersten Managementplan war ein Gletscherkoffer vorgesehen, respektive ein Expeditionsangebot. Dieses wurde nun als Applikation für Smartphones (iPhone und Android) entwickelt. Mit dem „Kesch-App“ können die Besucherinnen und Besucher das Gebiet entdecken und dabei mehr über die Zusammenhänge Klima-Klimawandel-Gletscher-Gletschervorfeld-Leben im Gebirge erfahren. Vorteil einer mobilen Lösung ist es, dass keine Tafeln aufgestellt werden müssen und Inhalte schnell aktualisiert werden können. Die App-Lösung bietet auch den Vorteil, multimedialen Inhalt einzubeziehen. Dazu gehören bei der Kesch-App beispielsweise eine animierte Visualisierung des Gletscherrückzugs, Audio-Beiträge von Fachleuten, ein zum Thema passendes Lied und eine aktive Beteiligung der App-Nutzenden (z.B. Hochladen von Fotos zum Dokumentieren des dynamischen Wandels im Gletschervorfeld).

Die Technik der App baut auf dem Webpark des Schweizer Nationalparks auf. Die insgesamt drei Routen für unterschiedliche Zielgruppen wurden mit verschiedenen Leistungsträgern aus dem Parc Ela entwickelt. Nachfolgend werden die Routen kurz beschrieben:

„Mit Spiertin auf den Spuren der Eiszeit“ startet in Chants und führt Familien mit Kindern zwischen 8 und 12 Jahren zur Kesch-Hütte des SAC. Mit dem Gletschergeist Spiertin können die Kinder anhand von Spuren im Gelände den Rückzug des Porchabella-Gletschers seit der letzten Eiszeit erleben.

Auf der „Energie-Route“ rund um die Kesch-Hütte erfahren die Hüttenbesucher mehr über die Energieproduktion und Energienutzung auf der Hütte.

Auf der „Expedition ins Land der Extreme“ werden Interessierte durchs geschützte Gletschervorfeld



Expertenbegehung Kesch-App

zwischen Kesch-Hütte und Piz Kesch geführt. Die scheinbare Steinwüste ist voller Leben. Die App zeigt an verschiedenen Punkten, wie das Gletschervorfeld besiedelt wird, und was die Faszination der Dynamik von Geröll und Steinen ausmacht. Zu Wort kommen mehrere Fachleute des Gletschervorfeldes (Kartograf, Archäologe, gletschervermessender Forstingenieur).

Ziel ist es, dass das innovative Angebot neue Gäste bringt, diese für die sensible Hochgebirgswelt und den Klimawandel sensibilisiert und gleichzeitig Wertschöpfung generiert.

12. Coach-Projekte im Regionalen Naturpark Thal (SO)

12.1. Weiterentwicklung Juraweg Thal (Niklaus Gerber: 1.5.-8.7.2011/1.11.-15.11.2011)

Schwerpunkt der Aufgaben vom Coach Niklaus Gerber bildete die Prüfung und Überarbeitung der Infrastruktur und Kommunikation des im Jahr 2005 eröffneten Themenweges Juraweg Thal. Das Ziel war, den Themenweg besser in den Naturpark Thal einzubetten, damit der Weg bekannter wird und Wertschöpfungsketten sowie Partnerschaften gestärkt werden können. Ein Punkt im Massnahmenkatalog sieht vor, künftig einzelne Angebote (z.B. Jurabus, Gastropartner, etc.) in einem neuen Prospekt und auf der Internetseite zu bündeln und zusammen mit dem Juraweg Thal zu kommunizieren. Weiter wurde ein Event Genuss-Wandern auf dem Juraweg Thal konzipiert.

Parallel zur Arbeit am Juraweg Thal entwickelte der Coach ein Vorprojekt einer kantonsübergreifenden Wanderverbindung zur touristischen Anknüpfung der Stadt und Agglomeration Basel an den Naturpark Thal. Während der Projektentwicklung wurden Gespräche mit den Kantonen Solothurn, Baselland, mit den Tourismusorganisationen und Leistungsträgern geführt. Dabei wurden wichtige Projekt-Parameter wie Ziele, Perimeter, Akteure, Routen und Attraktionen, Produkte, Budgets und Finanzierung definiert und in einem Projektantrag zusammengefasst.