

Schlussbericht 2010/2011

Innotour Projekt Nr. 368

Entwicklung naturnaher Tourismusangebote in Schweizer Pärken



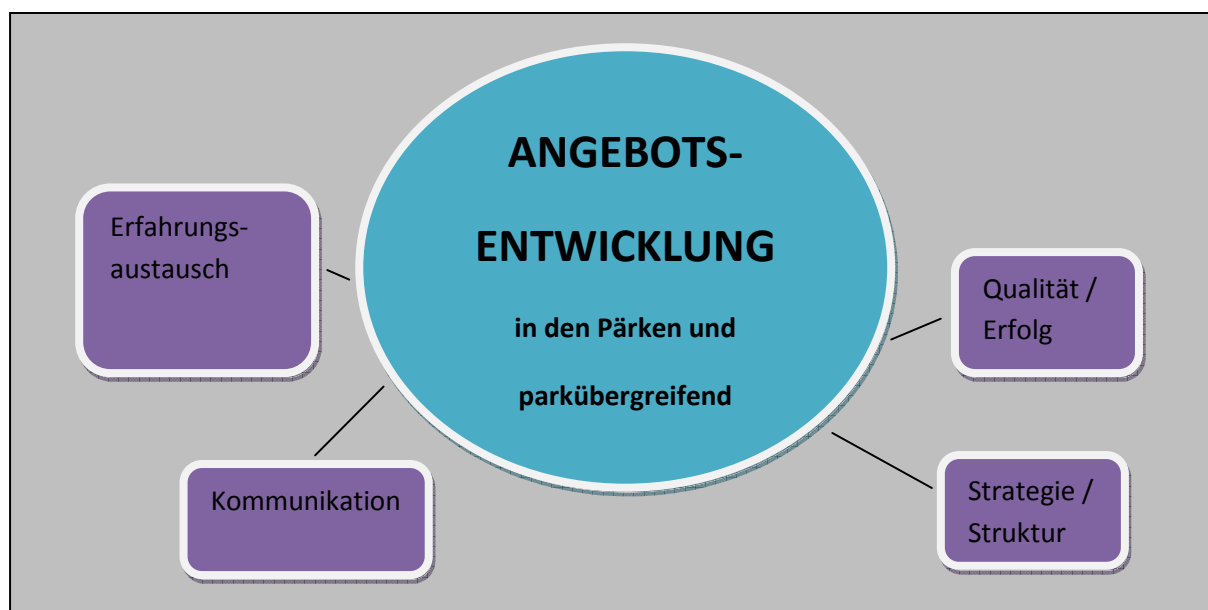
30. November 2011

Andreas Weissen und Tina Müller
Netzwerk Schweizer Pärke
Monbijoustrasse 61
3007 Bern
Tel: 031 381 10 71
Email: info@paerke.ch und t.mueller@paerke.ch
www.paerke.ch

0. Projektbeschreibung

Ausgangslage: In der Schweiz werden seit der Revision des Natur- und Heimatschutzgesetzes 2007 Pärke von nationaler Bedeutung errichtet. 2009 waren neben dem „Schweizer Nationalpark“ drei Pärke in Betrieb und vierzehn befanden sich in der Errichtungsphase (so genannte „Kandidaten“). Diese Pärke verfügten damals kaum über qualitative Angebote, welche den BesucherInnen vielfältige parkspezifische Natur- und Kultur-Erlebnisse ermöglichen. Ziel des Innotour-Projektes war es, die Pärke in der Schweiz bei der Entwicklung eigenständiger und parkübergreifender Angebote zu unterstützen und sie zu befähigen, die Qualität zu sichern und die Weiterentwicklung zu fördern. Zudem sollte die Positionierung und Wettbewerbsfähigkeit der Pärke auf dem Markt gestärkt werden. Das Projekt wurde in fünf Module gegliedert:

Die fünf Module des Projekts – mit der Angebotsentwicklung im Zentrum



1. Angebotsentwicklung in Schweizer Pärken

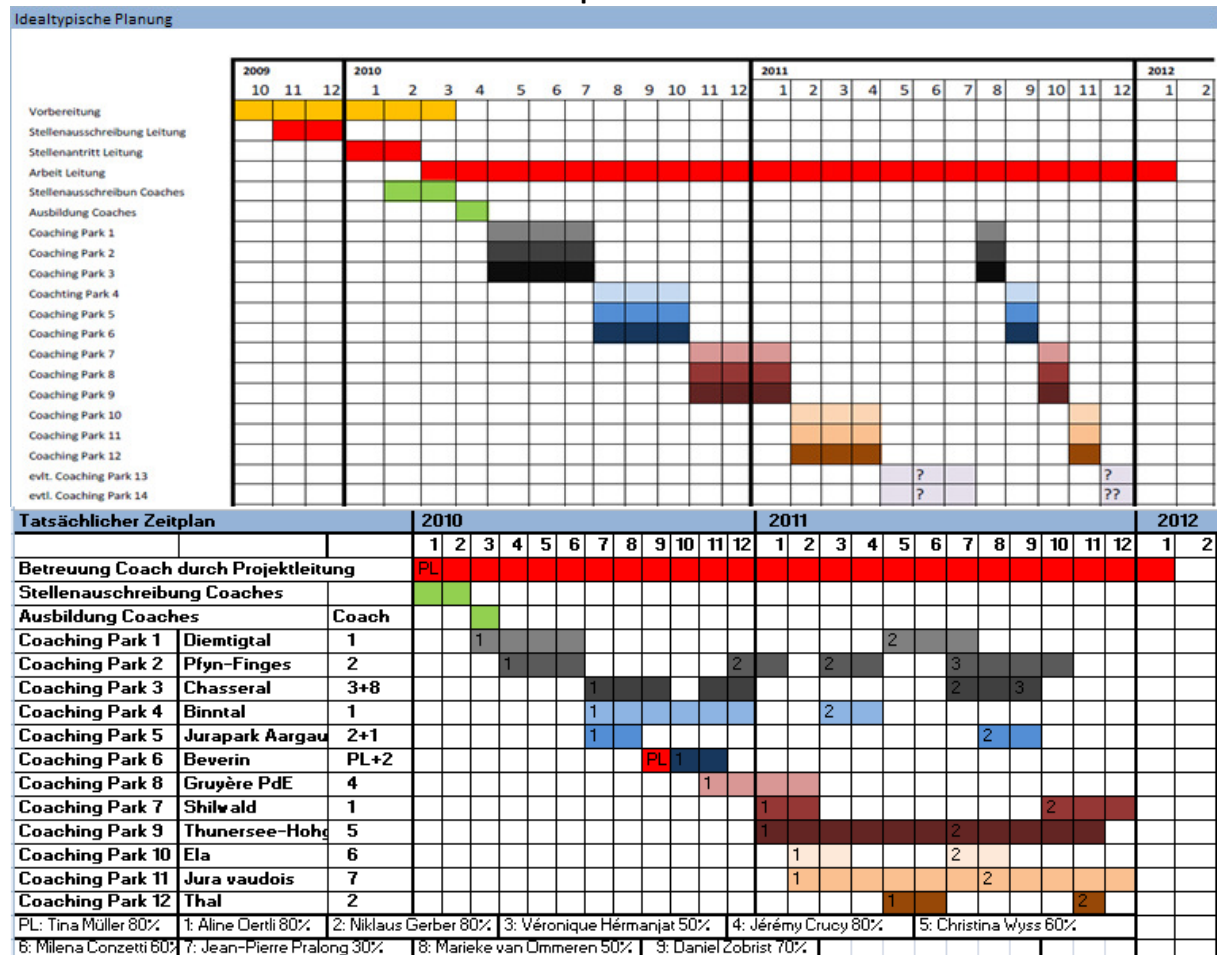
Im Zentrum des Projektes standen **Coachs**, welche vor Ort die Parkträgerschaften, Tourismusorganisationen und Leistungsträger unterstützten, indem sie zusammen mit ihnen exemplarische Angebote für verschiedene Zielgruppen (z.B. „50plus“, „Familien mit Kindern“, „Schulen“ und „Gruppen“) entwickelten und den Knowhow-Transfer sicherten. Die Angebote tragen dazu bei, die strategische Positionierung des Parkes zu stärken, Erlebnisqualität in Verbindung mit verschiedenen ökonomischen Bereichen (z.B. Gastgewerbe, Hotellerie und Landwirtschaft) zu bringen und zu nachhaltigem Verhalten (z. B. Sensibilisierung und Naturschutz) anzuregen.

In den zwei Jahren führten neun Coachs insgesamt 25 Projekte (Coach-Einsätze) in zwölf Pärken durch. Dabei wurden 50 natur- und kulturnahe Angebote und sieben umweltfreundliche Infrastrukturen (Spielplatz, Garten, Laden) entwickelt. Die Projekte dauerten je nach Bedürfnis der Pärke zwischen zwei und acht Monaten. Zuerst wurden Angebote konkret erarbeitet und die Vermarktung aufgegleist. Anschliessend überprüften die Coachs die Qualität und sicherten die Weiterentwicklung.

➔ Die Coach-Einsätze wurden von den Pärken als „gut“ bis „sehr gut“ bewertet. Alle fünf Pärke haben zwei oder sogar drei Einsätze durchgeführt, mit Ausnahme von einem Park.

Verschiedene Pärke hatten zu Beginn des Jahres 2010 keine zeitlichen und personellen Ressourcen um Coach-Projekte durchzuführen. Zum Teil fehlte auch die notwendige Infrastruktur (Arbeitsplatz, Computer, Internet, Telefon). Im ersten Halbjahr waren daher die Anfragen für Coach-Einsätze seitens der Pärke eher zögerlich und es wurden weniger Projekte umgesetzt als geplant. Ab November 2010 stiegen die Anfragen jedoch kontinuierlich. Im zweiten Jahr waren mehr Coaches im Einsatz als geplant. Die Länge der Einsätze war zwischen zwei bis sechs Monate, je nach Bedürfnis der Pärke. Somit wich der Coach-Einsatzplan stark von dem Geplanten ab:

Schematischer und tatsächlicher Coach-Einsatzplan – nach den Bedürfnissen der Schweizer Pärke



Übersicht der realisierten Coach-Einsätze 2010/2011

Naturpark	Projekt	Coach-Aufgaben
Diemtigtal (2 Einsätze)	Wasserspielplatz 2 Familienpackages	Koordination, Konzeption und Erlebnis-Inszenierung Entwicklung Umweltbildungsangebote für Familien
Pfyn-Finges (3 Einsätze)	3 Velo-Routen Geologischer Garten 10 Schulklassenangebote Weinsensorium 8 Weingruppenangebote	Koordination, Angebotsentwicklung und Vermarktung Aufwertung Aussenbereich Natur- und Landschaftszentrum Entwicklung Schlechtwetterangebote für Schulklassen Koordination, Konzeption, Sinnes-Parcours Entwicklung, Angebotsbündelung zum Thema Wein
Chasseral (3 Einsätze)	Kommunikation Angebotsprogramm 2011 Täufersweg Internetseite	Evaluation und Verbesserung der Kommunikationsmittel Angebotsbündelung und Vermarktung Marktanalyse, Angebotsanpassung für Auslandsmarkt Evaluation, Konzeption und Betreuung der Umsetzung

Naturpark	Projekt	Coach-Aufgaben
Binntal (2 Einsätze)	Sprachkurs Lingua Natura	Koordination, Entwicklung und Vermarktung
	Via Spiritualità-Route	Koordination, Entwicklung und Vermarktung
	2 Herbstpauschalen	Koordination, Entwicklung und Vermarktung
	Gesteinsrucksack	Entwicklung Umweltbildungsangebot für Familien
Jurapark Aargau (2 Einsätze)	2 Informationssysteme	Evaluation und Konzeption mobiler und fixer Info-Points
	Thiersteinberg	Evaluation Marktpotenzial
	Chriesi-Gruppenangebot	Koordination, Entwicklung und Vermarktung
Beverin (1 Einsatz)	Sommerkarte 2011	Koordination, Angebotsbündelung und Vermarktung
	2 Flyer-Routen	Aufbau, Entwicklung und Vermarktung
	Parkmenü	Kooperation mit Leistungsträgern, Vermarktung
Gruyère Pays-d'Enhaut (2 Einsätze)	7 Sinnesangebote	Parkpositionierung „Parc des sens“ Evaluation, Entwicklung und Vermarktung
Sihlwald (2 Einsätze)	Waldrucksack	Entwickeln von Umweltbildungsangebote für Schulklassen
	Internetseite	Evaluation und Verbesserungsvorschläge
	Schienen-Velo	Evaluation Marktpotenzial
Jura vaudois (2 Einsätze)	Agrotourismus	Unterstützung bei der Entwicklung vom Agrotourismus
	Umweltangebote	Unterstützung bei der Entwicklung von Umweltangeboten
	Tourismuskarte	Evaluation, Koordination und Vermarktung
	Internetseite	Evaluation, Konzeption und Begleitung der Umsetzung
	Kooperation	Strategische Partnerschaften mit Tourismusorganisationen
Thal (2 Einsätze)	Juraweg Thal	Weiterentwicklung, Vernetzung, Aufbau von Event
	ViaRegio-Route	Koordination und Konzeption
Ela (2 Einsätze)	3 Multimedia-Routen	Entwicklung Routen für Smartphone-App
Thunersee-Hohgant (2 Einsätze)	Parkladen	Aufbau, Koordination, Umsetzung, Vermarktung
	Kooperationen	Aufbau strategische Partnerschaften
	5 Angebote	Evaluation, Angebotsbündelung, Kommunikation

➔ Detaillierte Abschlussberichte der 25 Coach-Einsätze liegen bei.

2. Weiterbildungsworkshops und Erfahrungsaustauschtreffen

Die Coachs erhielten von der Projektleitung und ausgewiesenen Fachleuten im März 2010 während zwei Wochen speziell zu den parkspezifischen und qualitativen Aspekten eine Weiterbildung. Während des Einsatzes informierten die Coachs die Projektleitung monatlich über realisierte und geplante Ziele.

Im Jahr 2010 wurden zudem monatliche **Weiterbildungsworkshops** für die Coachs organisiert, an welchen auch AngebotsentwicklerInnen und weitere Akteure aus Pärken teilnehmen konnten. Im zweiten Jahr wurde die Anzahl Weiterbildungen reduziert. Die Themen wurden von den Coachs und Parkmitarbeitenden ausgewählt. Insgesamt haben in den zwei Jahren 124 Personen aus 13 Pärken an 14 Veranstaltungen teilgenommen.

Übersicht über die Workshop-Themen und Referenten 2010/2011:

Mrz 10 Coach-Einführung, Tina Müller (Netzwerk Tourismus), Andreas Weissen (Netzwerk Geschäftsführer)
„Naturpärke und ihre Funktion für die Wirtschaft“, 4. Plattform Berner Pärke

Persönliche Kommunikation - Schwierige Gespräche
Christoph Wydler (Institut für Tourismuswirtschaft ITW)

Marketing-Grundlagen: Marketinginstrumente, Kommunikationskanäle, Öffentlichkeitsarbeit
Tina Müller (Projektleitung) und Andreas Weissen (Geschäftsführer)

Kommunikationsevaluation am Fallbeispiel Chasseral, Tina Müller (Projektleitung)

Schweiz Tourismus Informationstag, Strategie, Kampagnen, Produkt, Enjoy, Content
Yvonne Vogel (Projektleitung Enjoy), Roland Baumgartner, Florian Salis, etc. (Schweiz Tourismus ST)

Angebotsentwicklung-Motivation-Partizipation mit unterschiedlichen Interessensgruppen
Stefan Forster (Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaft, ZHAW)

Mai 10 Angebotsentwicklung mit dem PauschalAssistenten, Sebastian Tomczyk (sanu, Biel)

Apr 10 Angebotscheck am Fallbeispiel Grimmimutzweg Diemtigtal
Anita Roffler (Fachstelle für natur- und kulturnahe Angebote, Wergenstein) und Peter Marti (ZHAW)

Jun 10 Qualitätsmanagement, -weiterentwicklung und -sicherung
Mila Trombitas, Chantal Beck, Kirstin Wolff (STV) und Dominik Siegrist (Hochschule Rapperswil HSR)

Jul 10 Instrumente der Regionalentwicklung, Peter Marti (ZHAW)

Aug 10 Partizipative Prozesse initiieren, Christine Meier (ZHAW)

Okt 10 Moderationstechniken, Christine Meier (ZHAW)

Mrz 11 Exkursion Klima Guide im Berner Oberland, Tina Müller (Netzwerk)

Apr 11 Angebotsvermarktung (sanu)

Jun 11 Qualitäts-Coach Kurs Q1 (STV)

Um die Coach-Projekte zu begleiten und bei Fragen zu unterstützen, bildete sich eine **fachliche Begleitgruppe**. Die Gruppe setzt sich zusammen aus:

- Dominik Siegrist (HTR)
- Stefan Forster und Peter Marti (ZHAW)
- Christoph Wydler (ITW)
- Yvonne Vogel/Michelle Kranz und Florian Salis (ST)
- Sebastian Tomczyk/Peter Lehmann (sanu) sowie
- Andrea Finger-Stich und Daniel Béguin (hepia)

Es fanden während diesen zwei Jahren sieben Treffen mit der fachlichen Begleitgruppe statt. Die fachliche Begleitgruppe war bei der Projekteingabe 2009 nicht vorgesehen, hat sich aber bestens bewährt.

Vom **Netzwerk** her erhielten die Coachs regelmässige Unterstützung von der Projektleiterin sowie dem Geschäftsführer bei fachlichen Fragen und von der Praktikantin bei Recherchen und anderweitigen Abklärungen. Der Vorstand des Netzwerks lenkte das Projekt als strategische **Steuerungsgruppe**, traf grundlegende Entscheidungen und brachte Anregungen ein.

Es fanden zwölf **Erfahrungsaustauschtreffen** für AngebotsentwicklerInnen, Akteure und Leistungsträger der Pärke statt. Im Durchschnitt nahmen an den vom Netzwerk organisierten Veranstaltungen ca. 20 Personen teil, wobei alle zwanzig Pärke und Parkkandidaten vertreten waren. Insbesondere nahmen AngebotsentwicklerInnen an den Treffen teil. Diese gelten als Multiplikatoren, indem sie die erhaltenen Informationen und Instrumente den Leistungsträgern zur Verfügung stellen können. Dadurch, dass die meisten Pärke vor ähnlichen Fragen stehen, fand ein reger Austausch statt und es konnten Synergien genutzt werden.

Folgende Treffen fanden während den zwei Jahren 2010/2011 statt:

Mrz 10 Tourismustreffen: Kooperation mit Schweiz Tourismus und Kick-off Innotour-Projekt (*Netzwerk*)

Apr 10 Kommunikationstreffen: Kategorisierung von Angeboten, Kommunikation auf dem Internet (*Netzwerk*)

Okt 10 Tourismustreffen: Agrotourismus (*Netzwerk*)

Okt 10 Kommunikationstreffen: Aufbau Angebotsdatenbank (*Netzwerk*)

Nov 10 Tourismustreffen: Inspiration Day Enjoy Switzerland (*Schweiz Tourismus*)

Dez 10 Tourismustreffen: Sommer-, Winterangebote „Best-Practice“ (*Netzwerk*)

Jan 11 Umweltbildungsverantwortliche: Besucherlenkung und Schulklassenangebote (*Netzwerk*)

Jan 11 Stakeholdertreffen: Schweizer Pärke (*ST/BAFU/seco/WWF/Pro Natura*)

Feb 11 Tourismustreffen: Park Guides (*Netzwerk*)

Aug 11 Tourismustreffen: Smartphone-Applikationen im Schweizer Tourismus (*Netzwerk*)

Okt 11 Tourismustreffen: Voluntourismus (*Netzwerk*)

Nov 11 Tourismustreffen: Inspiration Day „Enjoy Switzerland“ (*Schweiz Tourismus*)

- ➔ Die Weiterbildungsworkshops, fachliche Begleitgruppentreffen sowie Erfahrungsaustausche wurden schriftlich von den TeilnehmerInnen bezüglich Inhalt und Qualität als „gut“ bewertet.
- ➔ Erfahrungsberichte, Leitfäden und Präsentationen dieser Treffen stehen den Pärken auf dem Extranet des Netzwerks zur Verfügung.

3. Parkübergreifende Angebote

Eine weitere Aufgabe der Projektleitung war die Zusammenstellung **parkübergreifender Angebote**. Es ging darum, in Kooperation mit den Pärken geeignete Angebote aufzuspüren, zu bündeln, aufzubereiten und zu vermarkten. Folgende parkübergreifenden Angebote und Kooperationen hat das Netzwerk Schweizer Pärke dieses Jahr aufgegleist, wovon jedoch nicht alle in den Rahmen des Innotourprojekts fallen:

- ✓ **Schweiz Tourismus:** A-Partnerschaft, Sommer- und Winterangebote der Pärke vermarkten (www.myswitzerland.com und Sommerbroschüre).
- ✓ **Schweizerischer Tourismusverband:** Mitgliedschaft der Schweizer Pärke, Austausch bzgl. Angebotsqualität in Pärken (www.swisstourfed.ch).
- ✓ **Schweiz Mobil:** „Best-of“ Wanderungen und Velo-Routen der Pärke vermarkten (www.schweizmobil.ch).
- ✓ **Schweizer Wanderwege:** Broschüre mit 10 und Sammelbox mit 50 Wanderungen durch Schweizer Pärke (www.wanderland.ch).
- ✓ **GPS-Tracks:** Winterwanderungen und Schneeschuhtouren der Pärke vermarkten (www.gps-tracks.com und iPhone-Applikation downloadbar).
- ✓ **Global Trail:** Winterwanderungen und Schneeschuhtouren der Pärke vermarkten (www.globaltrail.net).
- ✓ **ViaStoria:** Kooperationen im Bereich Angebote und Vermarktung von regionalen historischen Verkehrswegen in Pärken (www.viastoria.ch).
- ✓ **Agrotourismus:** Kooperationen im Bereich Angebote und Vermarktung von agrotouristischen Betrieben in Pärken (www.agrotourismus.ch).
- ✓ **Verkehrsclub Schweiz:** Kommunikationskooperation inkl. Mitgliederbonus für VCS-Mitglieder (www.verkehrsclub.ch).
- ✓ **Themenwege Schweiz:** Mögliche zukünftige Kommunikationskooperation(www.themenwege.ch)

Zudem wurden die verschiedenen Parkangebote kategorisiert, gebündelt und auf www.paerke.ch unter „Pärke entdecken“ publiziert. Aktuell sind die Angebote nur aufgelistet und auf den jeweiligen Park verlinkt. Anfangs 2012 soll die Internetseite grafisch attraktiv gestaltet und mit Kooperationspartnern verlinkt werden. Folgende Angebote wurden gebündelt und publiziert:

- ✓ **Sommeraktivitäten:** Wanderungen und Velo-Routen
- ✓ **Winterangebote:** Schneeschuhtouren und Winterwanderungen
- ✓ **Familienangebote:** Themenwege, Geführte Wanderungen, Pauschalangebote und Weiteres
- ✓ **Schulklassenangebote**
- ✓ **Bildungsangebote für Erwachsene:** Fortbildungen, Kurse, Veranstaltungen
- ✓ **Gruppen und Firmen und Freiwilligeneinsätze**
- ✓ **Kulturangebote:** Ausstellungen, Museen, Kirchen und Kapellen

Auch wurde ein neues parkübergreifendes Angebot entwickelt: **LinguaNatura** Sprachkurse in allen vier Landessprachen in fünf Schweizer Pärken. Die Sprachkurse werden regional und national beworben (www.lingua-natura.com).

4. Strategie und Struktur

Jeder Park sollte über eine mit den Tourismusorganisationen und Leistungsträgern abgestimmte Strategie verfügen und sich über Positionierung und Differenzierung im Tourismus im Klaren sein. Da dies noch nicht überall optimal der Fall ist, bot das Modul „Strategien und Struktur“ Unterstützung. Für interessierte Pärke fanden zusammen mit Christoph Wydler (ITW Luzern) und der Projektleitung Workshops statt, in welchen die **Strategien** erarbeitet, bzw. aktualisiert und die Aufgabenteilung zwischen Tourismusorganisation und Parkorganisation (**Strukturen**) geklärt wurden.

- ➔ Fünf Pärke (Jurapark Aargau, Binntal, Chasseral, Ela und Jura vaudois) führten den Strategie- und Strukturprozess durch. Alle fünf Pärke nutzten danach den Coach-Einsatz um strategische Angebote zu entwickeln und die Parkpositionierung im Tourismus zu stärken.

5. Kommunikation

Ziel des Moduls war es, den kommunikativen Aufwand für die Erfassung von Tourismusangeboten zu reduzieren, indem in Zukunft ein Angebot nur einmal erfasst werden muss um auf den verschiedenen Internet-Plattformen zu erscheinen. Hier wurde mit den Pärken zusammen eine Strukturierung (Kategorisierung) der Angebote vorgenommen. Im Verlauf des Jahres 2011 wurde eine mehrsprachige Angebotsdatenbank entwickelt, die es den Pärken ermöglicht, ihre Angebote wie Veranstaltungen, Pauschalangebote, Unterkunft, Verpflegung, Themenwege, Sehenswürdigkeiten etc. an einem zentralen Ort zu erfassen. Bis Ende November 2011 erfolgte die technische Umsetzung mit mehreren Testphasen. Ab Dezember können die Pärke ihre Angebote in der Datenbank erfassen und sie über verschiedene Schnittstellen in ihren Webseiten und denjenigen der Partner einbauen. Zum Beispiel werden erfasste Parkveranstaltungen automatisch an Schweiz Tourismus übermittelt. 2012 soll die Angebotsdatenbank mit der interaktiven Web-Karte verknüpft werden, so dass die Angebote der Pärke auch auf einer Karte sichtbar gemacht werden können.

Bezüglich der **kartographischen Darstellungen** wurde erreicht, dass auf den Übersichtskarten 1:300'000 zum Wandern und Velofahren der Verlagshäuser Kümmerly-Frey/Hallwag und Orell Füssli die Perimeter der Pärke von nationaler Bedeutung in Zukunft eingezeichnet werden. Da das Bundesamt für Umwelt im Herbst 2010 ein eigenes Signaletikprojekt startete, wurden diese Fragen im Rahmen des Innotourprojekts nicht mehr weiter verfolgt.

6. Qualitätssicherung und Erfolgskontrolle

In einer Recherche vom März 2010 wurden die natur- und kulturnahen sowie parkspezifischen Qualitäts-Kriterien vom In- und Ausland zusammengetragen und mit der fachlichen Begleitgruppe diskutiert. Zusammen mit Dominik Siegrist (HSR) wurde auf dieser Basis ein Fragebogen zur Qualitätssicherung und Erfolgskontrolle entwickelt. Die Coachs nutzten jeweils bei Abschluss eines Coach-Einsatzes dieses Instrument, um die Qualität der entwickelten Parkangebote zu evaluieren und die Weiterentwicklung sicherzustellen. Zudem flossen die Kriterien der zwei Projekte vom BAFU und ARE für nachhaltigen und naturnahen Tourismus in das Evaluationsinstrument der Pärke ein. 2011 wurde der Fragebogen von der fachlichen Begleitgruppe, von unterschiedlichen Stakeholdern (STV, ST, Pro Natura, Fachstelle für natur- und kulturnahen Tourismus, ViaStoria, etc.) und von den Pärken überprüft. Anschliessend wurde das Instrument verbessert und eine Kurzversion erarbeitet. Das Qualitätssicherungsinstrument „Checkliste Angebotsqualität in Schweizer Pärken“ ist auf dem Extranet des Netzwerks aufgeschaltet, im Integrierten Managementsystem (IMS) der Schweizer Pärke als Leitfaden verlinkt und wird interessierten Parkpartnern (z.B. SBB, Europark Deutschland, etc.) bei Anfrage zur Verfügung gestellt.

7. Kosten

Die Gesamtkosten des Projekts wurden mit CHF 1'721'458 budgetiert. Davon sollten das Netzwerk, die Pärke und Dritte (55.6%) übernehmen. Der verbleibende Betrag von CHF 763'970 (44.4%) sollte über den Beitrag des SECO zulasten des Innotour-Kredits bezahlt werden.

80% der geplanten Ausgaben sollten in das Modul „Angebotsentwicklung“ fliessen. Die übrigen 20% waren für die anderen vier Module vorgesehen, und zwar für die Bereiche Erfahrungsaustausch (8,4%), Strategie/Struktur (5.8%), Kommunikation (4.6%) und Qualität/Erfolgskontrolle (1.2%). Die Arbeitsleistungen der Projektleitung für diese vier kleinen Module wurden in der Buchhaltung unter dem ersten Modul zusammengefasst.

Endabrechnung vom 30. November 2011

Das Projekt startete relativ verhalten. Deshalb wurden im ersten Jahr knapp ein Drittel der geplanten Einnahmen und Ausgaben realisiert. Im zweiten Jahr kam das Projekt immer mehr in Schwung und die gesteckten budgetären Ziele konnten mehr als erfüllt werden. Anstatt CHF 1'721'458 verzeichnete das Projekt schliesslich einen Gesamtumsatz von CHF 2'027'044 für die beiden Projektjahre 2010 und 2011. Damit wurde das ursprüngliche Budget um 17% überschritten.

Da die Mehrausgaben von den Pärken und ihrem Netzwerk getragen werden, verringert sich dadurch der Finanzierungsanteil durch das SECO auf 36.6% am Gesamtprojekt.

EINNAHMEN (18. Nov. 2009 bis 30. Nov. 2011)

	2009	2010	2011	total	Anteil
Saldo-Übertrag		13'448.00	0.00	13'448.00	0.66
Eigenleistungen Netzwerk	9'300.00	110'252.50	262'000.00	372'252.50	18.36
Geldleistungen Netzwerk (an Dritte)	4'148.00	7'200.00	14'880.00	22'080.00	1.09
Eigenleistungen Pärke		226'182.00	463'116.00	689'298.00	34.01
Geldleistungen Pärke		52'250.00	84'000.00	136'250.00	6.72
Eigenleistungen ExpertInnen		9'300.00	19'630.00	28'930.00	1.43
Übrige Erträge (Zins usw.)	18	814.55	??	814.55	0.04
Beitrag Innotour (max. 44.38% der Kosten)				763'970	37.69
TOTAL EINNAHMEN		419'447	843'626	2'027'043	100.00

AUSGABEN (18. Nov. 2009 bis 30. Nov. 2011)

	2009	2010	2011	total	Anteil
A1 Leitung und Koordination	13'448	210'184.90	377'154.24	600'787.14	29.59
A2 Coach-Einsatz		396'565.77	864'756.31	1'261'322.08	62.11
B Erfahrungsaustausch/Weiterbildung		35'276.15	30'445.01	65'721.16	3.24
C Strategie und Struktur		65'371.6	0	65'371.60	3.22
D Kommunikation			25'300	25'300.00	1.25
E Qualität und Evaluation		2'006.8	10'200	12'206.80	0.60
TOTAL AUSGABEN	13'448	709'405	1'307'856	2'030'709	100.00

Die Buchhaltung ist weitgehend abgeschlossen. Es fehlen noch die Angaben zu den Zinsen für das Jahr 2011 sowie die definitive Abrechnung für die Angebotsdatenbank (D. Kommunikation). Die Buchhaltung wird dann definitiv am 31. Dezember 2011 abgeschlossen und dann vom Treuhänder des Netzwerks revidiert.

8. Leistungen und Wirkungen des Projekts

Die Meilensteine, wie sie in der Projekteingabe definiert sind, wurden bisher

 ganz erfüllt  teilweise erfüllt  nicht erfüllt  ausserhalb von Innotour

Leistungen	Indikatoren
a) Aktive Beteiligung der Pärke am Projekt	<i>12-15 beteiligte Pärke</i> ✓ Alle Pärke und Parkkandidaten beteiligten sich aktiv am Projekt (Coaching, parkübergreifende Angebote, Erfa/Weiterbildung, Strategie/Struktur, Kommunikation, Qualität/Erfolg).
b) Klärung Positionierung und strategische Ausrichtung der Pärke	<i>Prozess erfolgte in x Pärken</i> ✓ 5 Pärke führten den Strategieprozess durch.
c) Erstellen von Kriterien für die Beurteilung der Qualität der Angebote	<i>Kriterien-Set liegt vor und ist praxistauglich</i> ✓ Erstellte Checkliste „Angebotsqualität in Schweizer Pärken“ wurde von der fachlichen Begleitgruppe, Stakeholdern (STV, ST, Pro Natura, etc.) und Pärken überprüft, verbessert und gekürzt; ✓ Checkliste steht den Pärken zur Verfügung (Extranet); ✓ Checkliste ist im IMS der Schweizer Pärke integriert; ✓ Checkliste steht Parkpartnern zur Verfügung.
d) Entwicklung parkspezifischer Tourismusangebote	<i>Anzahl marktreifer Angebote für verschiedene Zielgruppen; mindestens 3 pro Park; Qualitätscheck aufgrund Kriterien-Set</i> ✓ Insgesamt wurden 25 Coach-Einsätze in 12 Pärken durchgeführt, mit folgenden Resultaten: • 50 zielgruppenorientierte, qualitative, natur-/kulturnahe Angebote • 7 umweltfreundliche Infrastrukturen (Wasserspielplatz, Garten, Laden, etc.) ✓ Qualität wurde bei allen Angeboten evaluiert und die Weiterentwicklung sichergestellt.
e) Erfassen weiterer Ideen für parkspezifische Angebote	<i>Liste möglicher weiterer Angebote</i> ✓ Liste ist vorhanden und wurde weiterentwickelt.
f) Erarbeitung parkübergreifender Angebote	<i>Anzahl marktreifer Angebote, die mehrere Pärke umfassen; mindestens 5</i> ✓ Aufbau von Kooperationen: 7 definitive Partner und 3 in Verhandlung; ✓ Kategorisierung, Bündelung und Publizieren von folgenden Parkangeboten: Sommer, Winter, Familien, Schulklassen, Firmen/Gruppen, Bildungsangebote; ✓ Aufbau von Lingua Natura: Spracherlebnisferien in 6 Pärken.
g) Erfassen weiterer Ideen für parkübergreifende Angebote	<i>Liste möglicher weiterer Angebote</i> ✓ Liste ist vorhanden und wurde weiterentwickelt.
h) Erstellen eines Indikatoren-Sets für die Erfolgskontrolle von Angeboten (quantitativ und qualitativ)	<i>Kriterien-Set liegt vor und ist praxistauglich</i> Siehe Punkt c)
i) Einrichtung und Nutzung von Erfahrungsplattformen (Extranet und Treffen)	<i>Dokumentation auf dem Extranet der Pärke</i> <i>6 Treffen pro Jahr organisiert mit jeweils min. 25 Teilnehmenden; Zufriedenheit (Befragung)</i> ✓ 14 Weiterbildungen an denen 124 Personen teilnahmen aus 13 verschiedenen Pärken; ✓ 12 Erfahrungsaustausche, wo im Durchschnitt 20 Personen teilnahmen aus allen 20 Pärken; ✓ Dokumente und Leitfäden sind auf Extranet; ✓ Schriftliche Befragung der Zufriedenheit: gut.
j) Einrichtung einer gemeinsamen Angebotsdatenbank auf den verschiedenen Internetseiten von Tourismus und Pärken	<i>Kompatible Darstellung der Angebote auf allen relevanten Sites, praxistauglich</i> ✓ Kategorisierung der Angebote durchgeführt; ✓ Technische Umsetzung einer Angebotsdatenbank (d/fr/it), ermöglicht zentrales Erfassen der Parkangebote sowie Schnittstellen zu Partnern.
k) Vereinheitlichung Karten-Symbole	<i>Empfehlung für einheitliche Signaletik</i> Im Herbst 2010 gab das BAFU ein Signaletik-Projekt in Auftrag. Daher wurde diese Leistung zurückgestellt.

Wirkungen	Indikatoren
a) Positive Gesamtbeurteilung des Projekts bei den Akteuren	<i>Schriftliche Befragung zeigte Zufriedenheit der Pärke.</i> Positive Bewertung von: + Coach-Einsätze „gut“ bis „sehr gut“ + Fachliche Unterstützung der Projektleitung/Netzwerk
b) Erhöhung der Kompetenz der Akteure im Park, Angebote zu entwickeln	<i>Höhere Kompetenz im Vergleich zu früher.</i> Schriftliche Befragung: Positive Beurteilung + Hohe fachliche und methodische Kompetenz + Wissenstransfer, gegenseitiger Austausch + Frische Inputs und Aussensicht + Vernetzung mit anderen Projekten
c) Bereitschaft der Akteure, Angebote auch in Zukunft und ohne Coachs zu entwickeln	<i>Hohe Motivation der Akteure.</i> Schriftliche/mündliche Befragung: ✓ Coach-Einsatz gab Anstoss für qualitative Angebotsentwicklung ✓ Zukunft: Strategische Angebote entwickeln, die Parkpositionierung stärken ✓ Stärkere Konzentration und Vermarktung von vorhandenen Angeboten
d) Nutzung der neuen parkspezifischen Angebote	<i>Anzahl verkaufte Angebote; Zufriedenheit der Kunden (Befragung)</i> 50 Natur- und/oder kulturnahe Angebote 7 umweltfreundliche Angebote ca. 300 Projektpartner aus der Region 7 Events mit insgesamt ca. 500 Besuchern Ca. 15 Broschüren/Flyer 48 Zeitungsartikel ⇒ Keine Verkaufszahlen und Kundenbefragung, da Angebote erst dieses Jahr entwickelt wurden und verschiedene erst 2012 auf den Markt lanciert werden.
e) Nutzung der parkübergreifenden Angebote	<i>Anzahl publizierte Angebote:</i> 37 Parkangebote auf Schweiz Tourismus (seit 2010) 12 Wanderangebote auf Schweiz Mobil (seit 2010) 13 Velorouten auf Schweiz Mobil (Frühling 2012) 14 Bikerouten auf Schweiz Mobil (Frühling 2012) 19 Parkportrait auf Schweiz Mobil (seit 2011) 10 Wanderungen in Schweizer Wanderwege (seit 2010) 60 Wanderungen in Schweizer Wanderwege (seit 2011) 48 Wanderungen, Schneeschuh-/Wintertouren auf GPS-Tracks (seit 2011) 41 Schneeschuh-/Wintertouren auf Global Trail (seit 2011) 6 Lingua Natura Angebote auf www.lingua-natura.com (seit 2011) 255 Angebote in 8 Angebotskategorien auf www.paerke.ch (seit 2011) ⇒ Keine Zahlen vorhanden
f) Beitrag der neuen Angebote zur regionalen Wertschöpfung	<i>Berechnung (Aufwand)/Ertrag, direkt und indirekt</i> ⇒ Keine Zahlen über verkaufte Angebote, da Angebote erst dieses Jahr entwickelt wurden und verschiedene erst 2012 auf den Markt lanciert werden.
g) Nutzung der gemeinsamen Angebotsdatenbank durch die Anbieter	<i>Anzahl beteiligter Pärke; Anzahl Angebote</i> ⇒ Ab Dezember 2011 in Betrieb
h) Nutzung der gem. Angebotsdatenbank durch die Nachfrager	<i>Anzahl Besuche auf dem Netz, Anzahl Buchungen</i> ⇒ Ab Dezember 2011 in Betrieb

Die meisten Angebote wurden erst dieses Jahr entwickelt und werden erst im Jahr 2012 auf dem Markt lanciert. Darum ist es nicht möglich detaillierte Zahlen zu liefern. Auch muss beachtet werden, dass der Markterfolg erst nach drei bis fünf Jahren beurteilt werden kann.

Anhang: Schlussberichte der Coach-Einsätze 2010/2011

Bern, 30. November 2011

Andreas Weissen, Geschäftsführer, Netzwerk Schweizer Pärke
 Tina Müller, Projektleitung Tourismus, Netzwerk Schweizer Pärke