

## Wirkungsmessung NRP- und Interreg-Projekte 2012:

# Wirkungsmessung «Aufbau und Umsetzung von e- Marketing im Tourismusbereich»

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Appenzell Innerrhoden
Beginn des Förderprojekts	Dezember 2009
Ende des Förderprojekts	Februar 2011
Unterstützung Finanzierung	20'000 CHF à-fonds-perdu Beitrag (je 50% von Kanton und Bund)
Projektkosten	Total 90'000 CHF
Inhalt Gesamtprojekt	<p>Die Zusammenarbeit in der Vermarktung des „Appenzellerlandes“ mit dem Kanton Appenzell Ausserrhoden wurde 2009 beendet. Die Rechte des Auftritts „appenzellerland.ch“ gingen an den Kanton AR über. Doch auch für einen kleinen Kanton wie Appenzell Innerrhoden (AI) ist es wichtig, einen qualitativ hochstehenden Internetauftritt bereitzustellen und zu betreiben. Das Gesamtprojekt hat daher zum Ziel, einen konkurrenzfähigen Auftritt für den Kanton Appenzell Innerrhoden „appenzell.ch“ bzw. „appenzell.info“ aufzubauen. Insgesamt waren zum Zeitpunkt des ersten NRP-Projektantrags im Dezember 2009 vier Teilprojekte vorgesehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Information: Vermittlung von touristischen Informationen</li> <li>– Verkauf / Aktualisierung: Verkauf und laufende Aktualisierung der Online-Angebote</li> <li>– Bewegte Bilder („Alpstein von oben“)</li> <li>– Touristisches Informationssystem (nicht realisiert)</li> </ul>
Inhalt NRP-Projekt	<p>Das Projekt „Aufbau und Umsetzung von e-Marketing im Tourismusbereich“ beinhaltet die Teilprojekte Information sowie Verkauf / Aktualisierung.</p> <p>Die Internetplattform des Appenzell Innerrhoder Tourismus soll damit den touristischen Leistungsträgern die Möglichkeit bieten, ihre Angebote direkt über diese Plattform zu vermarkten und zu verkaufen. Ziele bei diesem Projekt sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Stärkung der Plattform „appenzell.ch“ und „appenzell.info“</li> <li>– Anbieten von Hotelzimmern, Pauschalen, Ausflügen und Führungen zur Online-Buchung und Aufschaltung von Stellenangeboten</li> <li>– Dezentrale Eingabe der Angebote durch touristische Leistungsträger</li> <li>– Zentrale Informationsplattform für Touristen, Einheimische und Medien, insbesondere für den Alpstein</li> </ul>

## Projektaufbau und -umsetzung

### Aufbau

- Idee und Aufbau durch G. Buob als Geschäftsleiter des Appenzellerland Tourismus AI (VAT AI)
- Projektantrag von Lenkungsgruppe NRP als einmalige Anschubfinanzierung zur Unterstützung empfohlen

- Der Projektantrag wurde am 20.11.2009 durch den Projektverantwortlichen eingereicht. Auslöser war die Idee des Bergwirtsvereins Alpstein zu einer gemeinsamen Internetvermarktung der Angebote.
- An der Sitzung der Lenkungsgruppe NRP des Kantons Appenzell Innerrhoden vom 10. Dezember 2009 wurde der Projektantrag diskutiert und schliesslich angenommen. Der Beitrag wurde als eine einmalige Anschubfinanzierung für den Aufbau des E-Marketing verstanden.
- Der Entscheid der Lenkungsgruppe hat den Charakter einer Empfehlung. Definitiv beschlossen wurde die Unterstützung von der Wirtschaftsförderungskommission.

### Umsetzung

- Verkaufs- und Gästeorientierte Umsetzung des E-Marketing
- Politische Abgrenzung als Anfangsschwierigkeit
- Kurze Wege und gute Vernetzung dank Überschaubarkeit des kleinen AI
- Intensive Kontakte zu touristischen Leistungsträgern
- Commitment der Gemeinden zum Verzicht auf eigene touristische Vermarktung wird in Kürze erwartet

- Die Plattform sollte verkaufs- und gästeorientiert aufgebaut werden.
- Schwierig gestaltete sich die politische Abgrenzung des Angebots. Der Verein „Appenzellerland Tourismus Appenzell Innerrhoden“ (VAT AI) wird teilweise durch den Kanton Appenzell Innerrhoden (und damit durch Hoteliers aus AI) finanziert. Es sind jedoch auch Hotels aus dem Kanton Appenzell Auserroden auf der Plattform vorhanden. Dies liegt an den Bedürfnissen der Gäste, die sich nicht über Kantongrenzen definieren lassen.
- Die Überschaubarkeit des kleinen Kantons Appenzell Innerrhoden mündet in kurzen Wegen und einer guten Vernetzung aller relevanten Akteure. Dies half bei der Umsetzung des Vorhabens mit. Kontakte mit den touristischen Leistungsträgern und Organisationen sowie mit den politischen Entscheidungsträgern (z.B. in Gemeinden) konnten schnell hergestellt und intensiv gepflegt werden.
- Zwei der fünf Gemeinden in AI verzichteten offiziell auf die Vermarktung des Tourismus auf ihren eigenen Homepages. Ein offizielles Commitment der übrigen Gemeinden wird in Kürze erwartet.

### Finanzierung

- NRP-Beiträge
- Tourismusförderungsfonds des Kantons Appenzell Innerrhoden

- Die NRP-Beiträge sind als Anschubfinanzierung für das E-Marketing zu verstehen.
- Der Aufbau und der Betrieb des Internetauftritts sind im Grundauftrag des VAT AI enthalten und gehen zu Lasten dessen ordentlichen Budgets.
- Der VAT AI wird teilweise aus dem Tourismusförderungsfonds des Kantons Appenzell Innerrhoden finanziert.

## Betriebsphase

### Angebot

- Dezentrales System zur Erfassung, Vermarktung und Buchung von touristischen Angeboten
- Spezielles Portal „Alpstein“ bietet Übersicht über Öffnungs- und Betriebszeiten
- Tourismusbetriebe können Server des VAT AI für eigenen Auftritt nutzen
- Es konnten eine Vielzahl an Anbietern für die Nutzung des E-Marketing gewonnen werden

- Mittels der Plattform appenzell.info können die touristischen Leistungsanbieter im Appenzellerland ihre Angebote an zentraler Stelle online vermarkten und verkaufen (Anlässe, Führungen, Hotelzimmer, Stellenangebote usw.).
- Der Anbieter kann per Webinterface die eigenen Angebote und Informationen eintragen. Diese Angebote erscheinen danach auf der Plattform, können aber auch in die eigene Homepage des Anbieters eingebunden werden.
- Die Webseite „alpstein.ch“ verweist direkt auf einen Teilbereich des Online-Portals. Darin sind alle Berggasthäuser und die Seilbahnen auf dem Alpstein erfasst (Angebote, Neuigkeiten, Anlässe, Betriebszeiten usw.).
- Betriebe können Speicherplatz auf dem Server des VAT AI für ihre eigenen Webseiten nutzen.
- Es konnten viele Anbieter, darunter auch namhafte wie das Hotel „Hof Weissbad“ für die Nutzung der E-Marketing-Services gewonnen werden.

### Nutzung

- Besucherzahlen stiegen seit Lancierung im Jahr 2010 stetig an
- Deutlicher Anstieg der Seitenaufrufe im Sommer 2011
- Neuerlicher Niveauanstieg Anfang Jahr 2012 sichtbar
- Sprunghafter Anstieg im Mai 2012 aufgrund „Alpstein von Oben“

- Seit Lancierung der Plattform appenzell.info im Februar 2010 sind die Besucherzahlen stetig angestiegen. Im Sommerhalbjahr sind jeweils deutlich höhere Besucherzahlen festzustellen. Dies liegt an der Saison im Appenzeller Tourismus, die vor allem im Sommer stattfindet. Ein Anstieg der Buchungen konnte hingegen nicht ermittelt werden, da keine Vergleichsmöglichkeiten mit den Zahlen vor 2010 existieren (Bis 2010 bestand eine gemeinsame Plattform mit dem Tourismus im Appenzell Ausserrhodens. Die Zusammenarbeit der beiden Halbkantone in der Tourismusvermarktung wurde jedoch 2009 aufgelöst.).
- Im Mai 2012 wurde die Funktion „Alpstein von Oben“ (anderes NRP-Projekt mit 10'000 CHF à-fonds-perdu Beiträgen) eingeführt. Die Zahl der Besucher stieg danach sprunghaft (auf über 35'000) an und verblieb auf einem hohen Niveau.
- Bereits im Januar 2012 wurde eine deutlich höhere Zahl an Besuchern (ca. 15'000 Besucher) und Seitenaufrufen festgestellt als in der gleichen Periode im Jahr 2011 (ca. 10'000 Besucher).

### Exportorientierung

- Rund 85% der Plattformbesucher stammen aus der Schweiz

- Rund 85% der Plattformbesucher stammen aus der Schweiz und rund 15% aus dem Ausland.

## Auswirkungen

### Neu gegründete Unternehmen

- Im Zuge des NRP-Projekts ist kein neues Unternehmen gegründet worden

- Bisher ist kein neues Unternehmen entstanden.

### Investitionen

- Investitionsvolumen: rund 90'000 CHF

- Die Investitionen von rund 90'000 CHF sind alle in die Region Appenzell geflossen.
- Davon wurden rund 20'000 CHF (also 100% der NRP-Mittel) in das E-Marketing investiert.

### Umsatz und Kosten

- Leistungsträger können die Dienstleistungen kostenlos nutzen
- Für die E-Marketing-Plattform fallen jährlich laufende Kosten von 30-40'000 CHF an
- Eine Steigerung des Umsatz bei gebuchten Angeboten ist nicht feststellbar
- Logiernächte im Appenzell Innerrhoden stagnieren
- Stagnation wird im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld als Erfolg gewertet

### Direktes Umsatzvolumen Verein

Eine Änderung des Umsatzvolumens des Vereins Appenzellerland Tourismus AI lässt sich nicht durch das NRP-Projekts begründen. Die E-Marketing-Plattform kann durch die Leistungsträger kostenlos genutzt werden. Die Vermarktung des Tourismus gehört zum Grundauftrag des VAT AI.

Der Betrieb der Webplattform (inkl. E-Marketing) führt zu jährlichen Kosten von rund 30-40'000 CHF pro Jahr (Personal und Bezug von Vorleistungen).

### Direktes Umsatzvolumen Ausgaben der Besucher

Eine Steigerung des Umsatzvolumens bei den gebuchten Angeboten ist nicht festzustellen bzw. kann aufgrund mangelnder Vergleichsdaten nicht quantifiziert werden.

Gemäss der Logiernächtestatistik des Kantons Appenzell Innerrhoden ist (nur) eine leichte Abnahme bzw. eine Stagnation der Logiernächte zu beobachten. Im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld mit der Frankenstärke, der Finanz- und Wirtschaftskrise und schweizweit sinkenden Logiernächtezahlen wertet der Projektträger dies allerdings als einen Erfolg. Inwieweit dieser Erfolg durch das E-Marketing und die neue Webplattform herbeigeführt worden ist, lässt sich jedoch nicht beurteilen.

**Arbeitsplätze**

- Zusätzliche Lehrstelle in der Geschäftsstelle
- Auslastung einer 50%-Stelle in Appenzell für die professionelle Betreuung des Webauftritts
- Quantifizierung der im Tourismus geschaffenen oder erhaltenen Arbeitsplätze ist nicht möglich

**Direkter Beschäftigungseffekt**

Im Laufe des NRP-Projektes wurde in der Geschäftsstelle des VAT AI eine neue KV-Lehrstelle eingeführt. Während einem Drittel der Ausbildungszeit widmet sich der Lehrling der Kontrolle und Pflege des Webauftritts inklusive der E-Marketing-Angebote.

**Indirekter und induzierter Beschäftigungseffekt**

Vom Betrieb der Webplattform kann insbesondere eine lokale Internetfirma profitieren. Diese kann dank der Plattform einen Mitarbeiter bis zu 50% auslasten.

**Gesamter Beschäftigungseffekt durch Ausgaben der Besucher**

Wie erwähnt ist es nicht möglich, die aufgrund der E-Marketing-Plattform zusätzlich gebuchten Angebote und den Umsatz (bzw. die zusätzlichen Besucher) zu quantifizieren. Die allgemeine Entwicklung des Appenzeller Tourismus lässt im Lichte der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung ohnehin eher auf die Erhaltung denn auf die Schaffung von Arbeitsplätzen im Tourismus schliessen.

**Gesamter Beschäftigungseffekt**

Schaffung von mindestens einer Lehrstelle sowie gesicherte Auslastung in einem Appenzeller Betrieb.

**Weitere Auswirkungen des Projekts**

- Zentrale Anlaufstelle und Schaufenster für Tourismus
- Intensivierte Zusammenarbeit mit Partnern
- Commitment zu gemeinsamem Webauftritt
- Informationsplattform

Zur Einschätzung der Wirkung des E-Marketing-Angebots sind folgende Punkte zu erwähnen:

- Schaffung einer zentrale Anlaufstelle und eines qualitativ hochstehenden Schaufensters für den Tourismus im Appenzellerland / Alpstein inkl. zusätzlichem Kommunikationskanal
- Senkung der Kosten von Tourismus-Webseiten durch gemeinsames Hosting
- Umfassende Informationen zum Tourismus für Einheimische, Touristen und Medien
- Commitment der Gemeinden und touristischen Leistungsträgern zur gemeinsamen Verkaufs- und Vermarktungsplattform
- Zusammenarbeit mit anderen Partnern (z.B. Schweiz Tourismus, E-Domizil (Buchung von Ferienhäusern) etc.) ausgedehnt

**Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung**

Typ	Ex-Post Wirkungsmessung
Durchführung	Matthias Amacher / Ecoplan / amacher@ecoplan.ch
Projekträgerschaft	Verein Appenzellerland Tourismus Appenzell Innerrhoden (VAT AI)
Einbezogene Personen:	Guido Buob / Geschäftsleiter Verein „Appenzellerland Tourismus AI) / guido.buob@appenzell.ch
Zeitraumen	August – Oktober 2012