



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für  
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF

**Staatssekretariat für Wirtschaft SECO**  
Direktion für Standortförderung

---

# **Förderung von Grossveranstaltungen mit den tourismuspolitischen Förderinstrumen- ten des Bundes**

## **Informationsdokument**

Dezember 2021

---

# 1. Ausgangslage und Zielsetzung

Der Bundesrat hat in seiner Tourismusstrategie vom 15. November 2017 Ziele und Handlungsfelder definiert. Diese werden einerseits durch gezielte Massnahmen und andererseits über die vier tourismuspolitischen Förderinstrumente<sup>1</sup> umgesetzt. Ein Ziel der Strategie betrifft die Verbesserung der Attraktivität des touristischen Angebots sowie die Stärkung des Marktauftritts. Das darin enthaltene Handlungsfeld 8 widmet sich Grossevents als Impulsgeber. Grossevents haben das Potenzial als Impulsgeber für die touristische und regionalwirtschaftliche Entwicklung der Schweiz zu dienen. Im Vordergrund der Strategie stehen Events mit internationaler Ausstrahlung wie z.B. Olympische Winterspielen und weiteren Sportgrossanlässen sowie Weltausstellungen oder Landesausstellungen.

Das Handlungsfeld 8 wurde vor dem Hintergrund der Kandidatur Sion 2026 formuliert. Aufgrund der Tatsache, dass in Sion im Jahr 2026 keine Olympischen Winterspiele stattfinden werden, wurde das Handlungsfeld nach Rücksprache mit der Begleitgruppe Tourismuspolitik<sup>2</sup> angepasst. Folglich wurde festgehalten, dass das SECO in einem Informationsdokument aufzeigt, wie über die tourismuspolitischen Förderinstrumente Grossveranstaltungen als Impulsgeber unterstützt werden können. Dabei soll es aber bewusst nicht nur um Grossveranstaltungen in der Dimension von Olympischen Winterspielen oder Weltausstellungen gehen. Es soll insbesondere ein Beitrag geleistet werden, damit das Legacy-Potenzial von Grossevents künftig besser genutzt werden kann. Auf das vorliegende Informationsdokument hat der Bundesrat auch in seiner Stellungnahme zum Postulat de Montmollin (20.4181) «Die Attraktivität der Schweiz für MICE und Grossveranstaltungen stärken» verwiesen.

Das vorliegende Informationsdokument gibt einen Überblick, wie mit Schweiz Tourismus, der Neue Regionalpolitik und Innotour Grossveranstaltungen unterstützt werden können und wo eine Unterstützung ausgeschlossen ist<sup>3</sup>.

# 2. Schweiz Tourismus (ST)

Schweiz Tourismus fördert auf der Basis des Bundesgesetzes über Schweiz Tourismus im Auftrag des Bundes die Nachfrage für die Schweiz als Reise- und Tourismusland. Die Aufgaben von ST sind im Gesetz abschliessend aufgezählt. Sie umfassen zum einen das Basismarketing für das Tourismusland Schweiz wie etwa den Unterhalt von Vertretungen im Ausland, die Bearbeitung der Märkte, die Pflege der Marke und die Kundeninformation. Zum anderen hat ST einen Koordinations- und Beratungsauftrag. Im Rahmen des Koordinationsauftrags führt ST beispielsweise themenspezifische Kampagnen oder Markt Key Partnerschaften im Sinne offener Marketingplattformen durch. Zusammen mit Destinationen und Leistungsträgern wird die Angebotsentwicklung und Produktinnovation vorangetrieben und ins Marketing integriert.

ST verfügt über ein jährliches Budget von über 90 Mio. Franken. Der Bund gewährt ST auf der Basis von Artikel 6 des Gesetzes im Rahmen der bewilligten Kredite jährliche Finanzhilfen. Die Bundesversammlung bestimmt alle vier Jahre den Zahlungsrahmen mit einem einfachen

---

<sup>1</sup> Innotour (Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau), Neue Regionalpolitik NRP, Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH und Schweiz Tourismus.

<sup>2</sup> Die Umsetzung der Tourismusstrategie wird von einer Begleitgruppe begleitet.

<sup>3</sup> Auf die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH als viertes tourismuspolitisches Förderinstrument wird nicht weiter eingegangen, da eine Veranstaltungsunterstützung durch die SGH ausgeschlossen ist.

Bundesbeschluss. Für 2020-2023 beläuft sich der Zahlungsrahmen auf 230 Mio. Franken (exklusive Recovery Plan).

## **Unterstützung von Grossveranstaltungen durch Schweiz Tourismus**

Schweiz Tourismus kann Grossveranstaltungen auf unterschiedliche Art und Weise unterstützen. Bei Grossveranstaltungen ist beispielsweise ein Engagement im Bereich Medienarbeit denkbar. So kann ST Spezialprogramme für die angereisten Journalisten organisieren. Dies wurde zum Beispiel anlässlich der Euro'08 erfolgreich bewiesen. Dort wurden folgende Leistungen angeboten:

- Mediendesk Schweiz an den Austragungsorten mit Informationsmaterial und persönlicher Beratung
- Beliefern der Medienvertreter mit Geschichten zur touristischen Schweiz
- Organisieren von individuellen Medienreisen auf Wunsch der interessierten Medien

Je nach Thema der Veranstaltung ist auch eine intensive Vermarktung durch die jeweiligen Landesvertretungen sinnvoll. So ist das Thema Eishockey in gewissen Märkten wie Kanada, Russland, Nordische Länder etc. sehr populär und eine entsprechende Marketingaktion im Rahmen einer Eishockey-WM in der Schweiz stösst auf den entsprechenden Erfolg.

ST leistet auch im Bereich Business Events mit seinem „Switzerland Convention and Incentive Bureau“ (SCIB) Unterstützung. SCIB bearbeitet zusammen mit ihren Mitgliedern den Kongress-, Meeting- und Incentive Standort Schweiz.

Hier beispielhaft einige konkrete Leistungen welche ST für die Bewerbung und Durchführung von internationalen Kongressen anbietet:

- Oftmals ist ST bereits in die Recherche von einem möglichen Kongress involviert (Grösse des Kongresses, Thema relevant für die Schweiz, Potential in der Schweiz stattzufinden, auffinden der Schlüsselkontakte in der Schweiz und im internationalen Verband, Mithilfe beim Bidding Dossier etc.).
- Empfehlungsschreiben seitens Direktion und falls gewünscht nationaler Partner (e.g. SWISS, SBB) für das Kandidaturdossier
- Unterstützung der Inspektionsreise in die Schweiz von Entscheidungsträgern des internationalen Verbandes (Flugtickets in Zusammenarbeit mit SWISS, Bahntickets in Zusammenarbeit mit SBB/STS und gesamte Organisation und Koordination)
- Mithilfe bei der Einreichung der Kandidatur am Vorjahres-Kongress mit Schweizer Branding, Give-Aways, Filmmaterial, evtl. Empfang Schweizer Botschaft, evtl. Präsenz an einem früheren Kongress mit Stand
- Kongressdesk am Flughafen (Übernahme Kosten für Desk und Hostessen, minimale Teilnehmerzahl ca. 500 Personen)
- Unterstützung mit Schweizer Darbietungen am Willkommensabend in der Schweiz (Musik, Animation, Präsentation oder ähnlich)
- Promotionsmaterial (Film- und Bilder, Broschüren, Give-Aways)

Ausgeschlossen sind hingegen Cash-Beiträge von ST für direkte Veranstaltungskosten wie bspw. Sponsoring. ST verfolgt seit Jahren strikt den Grundsatz, keine Events, die in der Schweiz stattfinden, zu sponsern. Von diesem Grundsatz weicht ST aus folgenden zwei Gründen nicht ab.

- Erstens finden in der Schweiz jährlich mehrere Tausend sportliche, kulturelle, gesellschaftliche oder wirtschaftliche Veranstaltungen statt. Dies führt dazu, dass ST jährlich eine Vielzahl von Sponsoring-Anfragen erhält, was die Berücksichtigung aller Anfragen verunmöglicht. Wenn ST jedoch selektiv Anfragen berücksichtigen würde, wäre dies nicht fair und auch nicht zu rechtfertigen.
- Zweitens ist das Sponsoring von Events, die in der Schweiz stattfinden, aus marketing-strategischer Hinsicht aufgrund des limitierten Zusatznutzens für ST nicht zielführend.

### Recovery Plan 2022-2023

Der Bundesrat hat am 1. September 2021 ein Recovery Programm für den Schweizer Tourismus verabschiedet. Eine Massnahme darin besteht aus Zusatzmitteln in der Höhe von 30 Millionen Franken für die Nachfrageförderung über Schweiz Tourismus für die Jahre 2022 und 2023. Mit den zusätzlichen Mitteln sollen in erster Linie ausländische Gäste zurückgewonnen, die nachhaltige Tourismusentwicklung gestärkt, der Städte- und Geschäftstourismus wiederbelebt und die Tourismuspartner entlastet werden. Von den 30 Millionen Franken werden 17 Millionen im Jahr 2022 eingesetzt und 13 Millionen im Jahr 2023.

Schweiz Tourismus hat für die Jahre 2022/23 ein Recovery Plan konzipiert, in welchem unter anderem aufgezeigt wird, wie die Wiederbelegung des Städte- und Geschäftstourismus erreicht werden soll. Im Bereich Geschäftstourismus fokussiert ST klar auf die Akquisition von Business Events und setzt dabei auf folgende Aktivitäten:

- **Leuchtturmaktivität Meetings:** ST arbeitet ein Konzept aus mit dem Ziel für internationale Firmen und Meetings-Organisatoren Anreize zu setzen, ihre Meetings in der Schweiz durchzuführen.
- **Digitalisierung und Hybride Events:** ST berät und akquiriert Leistungsträger, die bereit sind in die notwendige Infrastruktur zu investieren, die nötig ist um hybride Events (teils physische Teilnahme vor Ort, teils virtuelle Teilnahme mit entsprechenden Technologien) durchzuführen. Um dies bei internationalen Kunden bekannt zu machen, initiiert und bewirbt ST eine zentrale Plattform, auf der die teilnehmenden Leistungsträger gelistet sind.
- **Redimensionierte Kongresse als Chance für die Schweiz:** Eine Folge der Pandemie und der Digitalisierung ist, dass Kongresse tendenziell mit weniger Teilnehmenden stattfinden. Dies bietet für die Schweiz eine grosse Chance, da ihre Kapazitäten in der Vergangenheit für Gross-Kongresse oft nicht ausreichten. ST identifiziert solche potenziellen Kongresse und bewirbt die Schweiz aktiv als attraktiven Austragungsort.
- **Nachhaltige Meetings:** Die Schweiz setzt auch im Business Event Bereich auf Nachhaltigkeit. Dank einem speziell geschaffenen Kongressticket können die Organisatoren von internationalen Kongressen die klimafreundliche Anreise zum Kongressort direkt ins Event-Package integrieren. Der Event selbst kann durch zusätzliche nachhaltige Elemente wie lokal und regional organisiertes Catering und Recycling, modernste Technologien (Wärmepumpe etc.) aufgewertet werden.

### **Beispiel World Conference of Science Journalists (1. – 7. Juli 2019)**

1137 Teilnehmer aus 83 Ländern, Lausanne (SwissTech Convention Center)

Wie der Anlass zustande kam:

- Der erste Kontakt entstand an einem Branchenanlass (Association Congress in Lausanne 5.-7. Mai 2015), für dessen Durchführung in der Schweiz SCIB zusammen Lausanne Tourismus kandidiert hatten. Der Präsident des Schweizer Verbandes (Swiss Association of Science Journalism) war ebenfalls auf der Teilnehmerliste und SCIB hat das Gespräch mit ihm gesucht.
- 2015: Start Besprechung Kandidatur, erste Gespräche/Sitzungen, Zusammenstellung Kandidaturdossier
- 2017: Kandidatur wird offiziell während Weltkongress in San Francisco präsentiert. Unterstützung Präsenz vor Ort (ST Mitarbeiter vor Ort, Standmaterial, Swiss Give Aways), Flugtickets für Kongress-OK. Resultat: Schweiz gewinnt Kandidatur gegen Vancouver
- 2018: Promotion an EuroScience Open Forum in Toulouse (Swiss Give Aways, Bild-/Filmmaterial)
- 2019: Official Carrier Agreement mit SWISS (Delegierte erhalten einen Rabatt, wenn sie mit SWISS fliegen), Airport Welcome Desk von SCIB, Willkommensschreiben im Hotelzimmer.

Dieser Film ([Film \(Case Study\)](#)) fasst den Anlass sehr gut zusammen.

Stolpersteine bei der Akquisition von grossen Kongressen und Konferenzen sind oftmals folgende:

- Begeisterung/Motivation der Schweizer Schlüsselpersonen für eine Kandidatur, da oftmals bedeutender Arbeitsaufwand und Bedenken betreffend Finanzierung
- Manche Konkurrenzländer unterstützen internationale Kongresse und Konferenzen mit bedeutenden finanziellen Mitteln und Anreizen.

Beides war bei dem erwähnten Anlass nicht der Fall.

## **3. Neue Regionalpolitik NRP**

Mit der Neuen Regionalpolitik fördert der Bund zusammen mit den Kantonen das Berggebiet, den weiteren ländlichen Raum und die Grenzregionen bei ihrer regionalwirtschaftlichen Entwicklung. Die Standortvoraussetzungen für Unternehmen sollen verbessert, die Innovationskraft erhöht und Wertschöpfung geschaffen werden, um die Wettbewerbsfähigkeit der Regionen zu stärken. Die NRP wurde 2008 gestützt auf das Bundesgesetz über Regionalpolitik in Kraft gesetzt.

Hauptstossrichtung der NRP ist es, innovativen Ideen, Projekten und Programmen, die die Regionen wettbewerbsfähiger machen, durch direkte finanzielle Unterstützung zum Durchbruch zu verhelfen. Eine zweite, begleitende Stossrichtung bezweckt eine verstärkte Abstimmung und Zusammenarbeit der Regionalpolitik mit den anderen raumbezogenen Politiken auf nationaler Ebene. Über die Netzwerkstelle Regionalentwicklung «regiosuisse» stellt der Bund ausserdem Angebote zur Vernetzung, zum Wissensaustausch und zur Weiterbildung der Akteure in den Regionen bereit.

Die Unterstützung von Initiativen, Projekten und Programmen zur Steigerung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit im Sinne der NRP liegt in der Kompetenz der Kantone. Zur Festlegung der individuellen Ziele schliesst der Bund mit den Kantonen vierjährige Programmvereinbarungen ab. Der Tourismus bildet einen Förderschwerpunkt in der NRP-Projektförderung. Rund die Hälfte aller NRP-Projekte sind der Tourismusbranche zuzuordnen.

Der Finanzrahmen für die aktuelle Förderperiode 2020-2023 umfasst Bundesmittel im Umfang von 160 Mio. Franken à-fonds-perdu-Beiträge und 270 Mio. Franken Darlehen. Hinzu kommen Kantonsbeiträge in ähnlicher Grössenordnung. Im Rahmen des Recovery Programms kann die NRP in den Jahren 2022-2023 zusätzliche Beträge von je 10 Mio. Franken von Bund und den Kantonen für die Projektförderung einsetzen.

### **Unterstützung von Grossveranstaltungen über die Neue Regionalpolitik**

Der Aufbau von Events oder Veranstaltungen aus dem kulturellen, sportlichen oder MICE-Bereich kann mit NRP-Mitteln unterstützt werden, sofern sich eine Region dadurch positionieren kann und regionalwirtschaftliche, nachhaltige Effekte erwartet werden können. Neben den üblichen NRP-Konformitätskriterien gelten folgende zusätzlichen Anforderungen:

- **Nachhaltige Wirkung und Wertschöpfung für die Region:** Die wirtschaftlichen Vorteile und die zusätzliche Wertschöpfung müssen den Rahmen der Veranstaltung überdauern und einen nachhaltigen Nutzen für die Region schaffen.
- **Innovativer Aspekt:** Die unterstützte Veranstaltung muss neu sein und bedeutende konzeptuelle Arbeiten voraussetzen. Zusätzlich muss sie beispielsweise in Bezug auf die Thematik oder das Zielpublikum einen für die Region innovativen Ansatz aufweisen.
- **Übereinstimmung mit der regionalen Strategie:** Die unterstützte Veranstaltung muss mit der regionalen Strategie im Einklang stehen. So wäre zum Beispiel die Unterstützung einer Sportveranstaltung mit motorisierten Fahrzeugen in einer Region, die für ihre Entwicklung auf den Langsamverkehr setzt, nicht förderberechtigt.
- **Unterstützung in Form einer Anstossfinanzierung:** Die Unterstützung einer Veranstaltung ist grundsätzlich nur für deren Erstausgabe möglich. Die nächste oder die zwei nächsten Veranstaltungen können im Ausnahmefall unterstützt werden, der Anteil der NRP-Finanzierung muss jedoch im Verhältnis zur vorherigen Ausgabe der Veranstaltung deutlich geringer sein.

#### **Beispiel Gästival Zentralschweiz**

Fünf Zentralschweizer Tourismusorganisationen, fünf Kantone und private Dienstleister haben gemeinsam eine überkantonale Grossveranstaltung realisiert. Unter dem Namen «Gästival» wurde 2015 in der Zentralschweiz 200 Jahre Tourismus und Gastfreundschaft gefeiert. Dafür hatten sich die Tourismusorganisationen der Kantone Luzern, Uri, Schwyz, Ob- und Nidwalden zu einem Trägerverein zusammengeschlossen. Eine breitgefächerte Auswahl von Aktivitäten und Projekten stellte die Gastfreundschaft in den Mittelpunkt. Mit einer Plattform für Kulturveranstaltungen (67'000 Besuchende), dem Waldstätterweg, den Friendly Hosts und einer breitangelegten Gästival-Mitmachkampagne mit 100 Einzelprojekten hat das Jubiläum in die ganze Zentralschweiz ausgestrahlt.

Das Gästival wurde aus folgenden Gründen über die NRP unterstützt:

- Im Zentrum steht die nachhaltige Wirkung einer NRP-Unterstützung. Das Gästival adressierte eine wichtige Herausforderung des Schweizer Tourismus, nämlich die langfristige Verbesserung der Gastfreundschaft. Das Projekt war darauf ausgerichtet, die Region dank einer verbesserten Gastfreundschaft wettbewerbsfähiger zu machen und langfristig die Wertschöpfung zu steigern.
- Das Gästival setzte wichtige strukturelle Impulse. Erstmals haben die Zentralschweizer Tourismusakteure (Tourismusorganisationen, Kantone, private Dienstleister) gemeinsam ein Projekt dieser Grösse umgesetzt. Mit dem Gästival wurde der Grundstein gelegt, um die Zentralschweiz künftig vermehrt als gemeinsame Erlebnisregion zu vermarkten. Es bildete den Ausgangspunkt für die Schaffung einer langfristigen Entwicklungsplattform Luzern Vierwaldstättersee. Im Rahmen dieser Destinationsentwicklung arbeiten die Zentralschweizer Tourismusorganisationen eng zusammen, bündeln Kräfte und nutzen Synergien.
- Mit dem Gästival wurden langfristige neue touristische Angebote geschaffen, z.B. der Waldstätterweg, die auch nach Abschluss des Gästival finanziell unabhängig von der NRP weiterbetrieben werden.

## 4. Innotour

Die touristische Innovations- und Kooperationsförderung sowie die Förderung des Wissensaufbaus durch den Bund mit dem Förderinstrument Innotour basieren auf dem Bundesgesetz über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus.

Innotour ist ein Förderinstrument, bei dem die touristischen Kreise den grösseren Teil der Kosten selbst tragen (mindestens 50%). Mit Innotour werden Anreize geschaffen, die Finanzierungs- und Managementverantwortung bleibt aber bei den Projektträgern. Diese Eigenverantwortung wird verstärkt, indem Finanzhilfen aus Innotour auf einmalige Anschubhilfen für Vorhaben beschränkt werden. Neben nationalen Vorhaben kann Innotour in der gesamten Schweiz ausserdem lokale und regionale Projekte unterstützen, falls sie Modellcharakter haben. Neben der Projektförderung finanziert Innotour auch Wissensgrundlagen wie die Tourismusprognosen oder Wissenstransferveranstaltungen wie das Tourismus Forum Schweiz.

Für die Finanzierung von Innotour wurde von den eidgenössischen Räten ein Verpflichtungskredit von 30 Millionen Franken für die Jahre 2020-2023 bewilligt (7,5 Mio. CHF pro Jahr). Für den Vollzug ist das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO zuständig.

### Unterstützung von Grossveranstaltungen über Innotour

Eine Unterstützung einer Grossveranstaltung kommt für Innotour dann in Frage, wenn im Zusammenhang mit der Veranstaltung konkrete langfristige Effekte erzielt werden. So kann – sofern die üblichen Innotour-Kriterien erfüllt sind – die Entwicklung neuer touristischer Produkte und Vertriebskanäle, welche auf Veranstaltungen aufbauen, unterstützt werden. Denkbar ist zum Beispiel, dass sich eine Destination aufgrund eines Anlasses auf innovative Art und Weise in einem Themenfeld neu positioniert. Damit kommt das Anliegen zum Ausdruck, dass eine Veranstaltung nicht nur kurzfristige, sondern auch langfristige Wirkungen erzielen

soll. Entsprechend werden in diesen Fällen nicht die Veranstaltungskosten an sich finanziert, sondern es können jene Kosten, welche sich konkret den langfristigen Effekten der Veranstaltung widmen, mitfinanziert werden.

Ausgeschlossen ist jedoch die Unterstützung von reinen Veranstaltungsprojekten. Projekte, welche einen reinen Veranstaltungsfokus haben (wie z.B. Messen oder Festivals, aber auch reine Wissensveranstaltungen), werden grundsätzlich nicht durch Innotour unterstützt. Es handelt sich dabei um Standardaufgaben der Tourismusbranche.

## **5. Fazit**

Der Bund ist sich der Bedeutung des MICE-Bereichs sowie von Grossveranstaltungen für die Schweizer Wirtschaft und insbesondere für den Tourismusstandort Schweiz bewusst. So waren MICE-Dienstleistungen und Grossveranstaltungen in den letzten Jahren einer der Haupttreiber für die dynamische Entwicklung des Städtetourismus und der Stadthotellerie.

Aufgrund von Covid-19 ergeben sich für den MICE-Bereich sowie für Grossveranstaltungen im Speziellen besondere Herausforderungen. Ähnlich wie beim Städte- und Geschäftstourismus ist jedoch unklar, wie sich die Nachfrage nach dem Abklingen der Covid-19-Pandemie wieder erholen wird.

Die tourismuspolitischen Förderinstrumente des Bundes können Grossveranstaltungen auf verschiedene Arten fördern. Während eine Unterstützung durch die Neue Regionalpolitik oder Innotour unter Einhaltung aller üblichen Förderkriterien v.a. dann möglich ist, wenn langfristige Effekte einer Grossveranstaltung erwartet werden können, kann Schweiz Tourismus Grossveranstaltungen auf unterschiedliche Art und Weise unterstützen. Denkbar ist bspw. ein Engagement im Bereich Medienarbeit. Mit dem Recovery Programm 2022 und 2023 kommt bei Schweiz Tourismus ein Programm hinzu, in welchem unter anderem die Wiederbelegung des Städte- und Geschäftstourismus unterstützt wird. Im Bereich Geschäftstourismus fokussiert ST auf die Akquisition von Business Events.

## 6. Kontakte

### Schweiz Tourismus

Schweiz Tourismus  
Morgartenstrasse 5a  
8004 Zürich

Tel. 044 288 11 11  
info@myswitzerland.com / stnet@switzerland.com  
<https://www.myswitzerland.com/> / <https://www.stnet.ch/de/>

### Neue Regionalpolitik

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO  
Regional- und Raumordnungspolitik  
Holzikofenweg 36  
3003 Bern

Tel. 058 462 28 73  
info.dsre@seco.admin.ch  
[www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Regional\\_Raumordnungspolitik.html](http://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Regional_Raumordnungspolitik.html)  
/ [www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch)

### Kantonale NRP-Fachstellen

Nachfolgender Link führt zu den Kontaktinformationen zu den kantonalen NRP-Fachstellen. In der Suchmaske sind die Filter «Kantone» und «NRP-Verantwortliche / Kant. NRP-Fachstellen» auszuwählen.

<https://regiosuisse.ch/adressen?contactGroupProjects=4&contactGroups=17>

### Innotour

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO  
Tourismuspolitik  
Holzikofenweg 36  
3003 Bern

Tel. 058 462 27 58  
tourismus@seco.admin.ch  
[www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour.html](http://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour.html)