

Wirkungsmessung NRP- und Interreg-Projekte 2024:

Wirkungsmessung «Popup Academy TALK»



Quelle: Flyer Popup Academy TALK

| Das Projekt in Kürze | |
|--|--|
| Kanton | Bern |
| Beginn des Förderprojekts | Januar 2020 |
| Ende des Förderprojekts | Dezember 2023 |
| Unterstützung Finanzierung | À-fonds-perdu-Beiträge NRP: 190'000 CHF |
| Projektkosten | 271'000 CHF <ul style="list-style-type: none"> – Anteil Projektträger (Eigenleistungen/Einnahmen): 81'000 CHF (30%) – Anteil Bund und Kanton (NRP): 190'000 CHF (70%) |
| Kontext und Inhalte NRP-Projekt | <ul style="list-style-type: none"> – Im Tourismus ist die Digitalisierung nicht mehr wegzudenken. Das Marketing und die Buchungen laufen hauptsächlich über Online-Plattformen. Die Destinationen müssen dementsprechend gut gerüstet sein. – In der strategischen Ausrichtung von Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg (TALK) wird der Digitalisierung eine bedeutende Rolle zugeschrieben. – Das NRP-Projekt bestand aus vier Projektphasen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Vorprojekt: Vorbereitung und Umstrukturierung der TALK in Richtung digitale Marketingorganisation 2. DMO Workshop: Interne Schulung der DMO (Destination Marketing Organisation) TALK zu Digitalisierungsthemen 3. Schulungen/Coaching der Leistungsträger: Knowhow-Transfer an DMO zur selbständigen Durchführung von Schulungen der Leistungsträger 4. Weiterführende Schulungen: Aufbau einer nachhaltigen Weiterbildungsplattform – Die Schulungsinhalte für die 3. und 4. Phase wurden 2022 angepasst (Projektänderung) und auf die Implementierung der digitalen Gästekarte fokussiert. |
| Ziele / strategische Ausrichtung NRP-Projekt / Einordnung in übergeordnete Strategie | <ul style="list-style-type: none"> – Die Popup Academy TALK soll einerseits die Mitarbeitenden der TALK in Digitalisierungsthemen schulen (Innenwirkung) und andererseits die touristischen Leistungsträger für digitales Marketing, Plattformnutzung und Buchungstechnologien (Aussenwirkung) sensibilisieren. – Die neu gegründete TALK sollte zudem durch das Projekt gefestigt werden und die Zusammenarbeit zwischen den sechs Berner Destinationen (Jungfrau Region Tourismus, Tourismus Organisation Interlaken, Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg, Gstaad Saanenland Tourismus, Bern Welcome, Jura & Drei-Seen-Land sowie ihre Promotionsagentur BE! Tourismus AG) gestärkt werden. – Das Projekt gründet auf dem Impulsprogramm Tourismus und der Destinationsstrategie des Kantons Bern (Wirtschaftsstrategie 2025). |

Projektaufbau (Input)

Aufbau

- Gründung der TALK AG
- Digitalisierung als Teil der strategischen Ausrichtung der Tourismusorganisation
- Popup Academy zur Förderung der Digitalisierung der Destination
- Projektleitung durch TALK in Zusammenarbeit mit JRT und SHS
- Zwischenzeitliche Verzögerung aufgrund Corona

Während der NRP-Förderung

- Die TALK AG wurde als Nachfolgeorganisation zum Verein Berner Oberland 2018 gegründet und übernimmt seither die strategischen und operativen Aufgaben in der Tourismusentwicklung, dem Marketing und der Gästeinformation der Destination.
- 2020 entstand die Idee, die TALK als Tourismusorganisation durch Qualifizierungsmassnahmen im Bereich Digitalisierung zu stärken und den Wissenstransfer zu den Leistungsträgern zu fördern. Zudem beschlossen die sechs Berner Destinationen die Bildung von Kompetenzzentren. Eines davon bildete die Popup Academy.
- Zur Umsetzung der Popup Academy wurde im Februar 2020 ein Projektleiter in der TALK eingestellt, der das Projekt auf einem Basiskonzept des Kantons mit vier Elementen zur Förderung der Digitalisierung (E-Fitness-Checks, E-Learning, Seminare & Workshops und Digital Coaching) aufbaute.
- In Zusammenarbeit mit der Popup Academy JRT (Jungfrau Region Tourismus) und dem Weiterbildungsinstitut für Schweizer Hotellerie von Swiss Hospitality Solutions (SHS Academy) wurden die Inhalte für die Angebote konzipiert und schliesslich durchgeführt. So konnte auf bestehendem Wissen aufgebaut und Synergien zwischen den Destinationen genutzt werden.
- Für die technische Umsetzung der digitalen Gästekarte wird mit der IT-Firma feratel zusammengearbeitet.
- Das übergeordnete Ziel des NRP-Projekts ist der nachhaltige Kompetenzaufbau im Bereich digitales Marketing, der verbesserte Zugang zu den Leistungsträgern und verstärkte Vernetzung der Leistungsträger, um den Wissenstransfer innerhalb der Destination Adelboden-Lenk-Kandersteg zu steigern.
- Durch die Corona-Pandemie und der dadurch fehlenden Ressourcen sowie einem Wechsel in der Geschäftsleitung und im Verwaltungsrat verzögerten sich die Schulung der TALK um fast ein Jahr.
- Der Titel «Popup Academy» generierte gewisse Unsicherheiten bei (potenziellen) Schulungsteilnehmenden, weshalb im Projektverlauf auf die Verwendung des Titels für die Bewerbung der Schulungen verzichtet wurde.

Nach der NRP-Förderung

- Die Weiterbildung und Refresher in Digitalisierungsthemen für die (neuen) TALK-Mitarbeitenden werden auch nach Abschluss des NRP-Projekts weitergeführt und sind integraler Bestandteil der Strategie der TALK.
- Die Mitarbeitenden der TALK setzen die Projektergebnisse fort, was zur Weiterentwicklung der Mitarbeitenden und zu einer nachfrageorientierten Tourismusorganisation beiträgt und die Nähe zu den Leistungsträgern sichert.
- Es werden noch letzte Kurse für die Umstellung auf die digitale Gästekarte durchgeführt. Die TALK konnte sich über das Projekt hinaus als Anlaufstelle für digitale Gästeinformation und den Betrieb der digitalen Gästekarte etablieren.

Finanzierung und finanzielle Nachhaltigkeit

- À-fonds-perdu-Beiträge NRP von 190 TCHF
- Anteil Projektträger aufgrund der Projektänderung grösser als geplant
- Kosten-Nutzen-Verhältnis aufgrund der nachhaltigen Weiterführung der Projekthalte positiv
- Schulungen werden durch die TALK weitergeführt und -finanziert

Während der NRP-Förderung

- Mittel insgesamt: 271'000 CHF (davon 136'000 CHF für die Popup Academy und 135'000 CHF für die Gästekarte).
 - Anteil Projektträger (TALK): 81'000 CHF (30%)
 - Staatsbeitrag (NRP): 190'000 CHF (70%)
- Ursprünglich wurde von insgesamt 222'000 CHF Projektkosten (und einem eher hohen NRP-Anteil von 80%) ausgegangen. Aufgrund der Projektänderung beliefen sich die Projektkosten schlussendlich auf 270'000 CHF, womit der NRP-Anteil von 70% erreicht wurde.
- Die NRP-Finanzierung förderte insbesondere die Breitenwirkung, da Kurskosten gedeckt und die Kursbesuche auch finanziell schwächeren Leistungsträgern ermöglicht wurden.
- Das Projekt wäre vermutlich auch ohne die NRP-Förderung zustande gekommen (die digitale Gästekarte gab es bereits), jedoch führten die NRP-Mittel zu einer starken Beschleunigung und Professionalisierung (durch die Zusammenarbeit mit externen Partnern).
- Das Kosten-Nutzen-Verhältnis wird aufgrund der Nachhaltigkeit des Projekts positiv beurteilt. Die konkreten Auswirkungen (z.B. auf die Anzahl Logiernächte) und der zukünftige Nutzen für die Destination ist jedoch schwer abzuschätzen.

Nach der NRP-Förderung

- Die Schulungen der TALK-Mitarbeitenden und die Bearbeitung der digitalen Gästekarten werden durch die TALK weitergeführt und finanziert.
- Die Kurse für die Leistungsträger sind mittlerweile kostenpflichtig und die Finanzierung dadurch gesichert. Die Angebote sind somit ohne Bundesbeiträge nachhaltig finanzierbar.

Projektresultate und Wirkung auf die Zielgruppe (Output und Outcome)

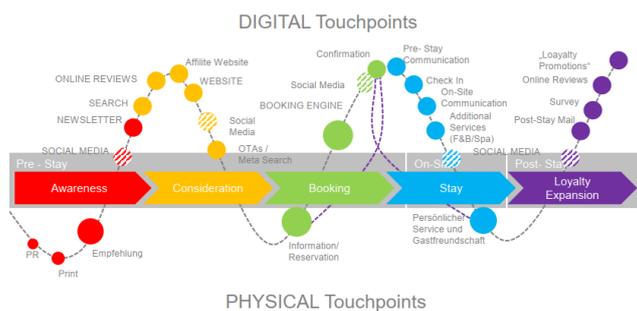
Infrastruktur / Angebote (Output)

Aufbau Popup Academy

1. Vorprojekt
 2. DMO Workshop
 3. Schulungen/Coaching der Leistungsträger
 4. Weiterführende Schulungen
- Projektänderung aufgrund geringer Nachfrage – Fokus auf die Umstellung aller Beherbergungsbetriebe auf digitale Gästekarte
 - Vernetzung der Akteure im Tourismus und Wissensaustausch (innerhalb und ausserhalb der Destination)

Im Rahmen des NRP-Programms wurde eine Popup Academy aufgebaut. Dies geschah in vier Phasen:

1. Vorprojekt: Die TALK konnte in Richtung einer digitalen Marketingorganisation umstrukturiert und die Digitalisierung in der «Unternehmensstrategie 2020 plus» verankert werden.
2. DMO Workshop: Die vier internen Schulungen der TALK-Mitarbeitenden wurden von der SHS durchgeführt. Dadurch entstand ein Knowhow-Transfer in Schlüsselbereichen wie Online Customer Journey, Content Marketing, Promotion und Online Performance.



Quelle: Präsentation Digital Marketing, SHS

3. Schulungen/Coaching der Leistungsträger: Insgesamt wurden vier von sieben geplanten Workshops von der Academy und SHS durchgeführt. Gemeinsam wurden Inhalte im digitalen Bereich geschaffen und für unterschiedliche Kenntnislevels angeboten. Folgende Kurse wurden durchgeführt: Basisschulung Fewo (1 Tag), Basisschulung Hotel (3 Tage), Analyse Fewo (1 Tag), Analyse Hotel Standard (1 Tag). Aufgrund geringer Nachfrage nicht durchgeführt: Basisschulung Restaurant, Analyse Hotel Premium, Analyse Restaurant.
4. Weiterführende Schulungen: Ab 2022 wurden weitere fünf Kurse von der Academy in Zusammenarbeit mit SHS, aber grösstenteils selbständig, zu den Themen Kundenverhalten, Digital Marketing und Online-Buchbarkeit durchgeführt. Dabei wurde auch mit Leistungsträgern zusammengearbeitet, die ihr Wissen teilten (zum Beispiel zu Website-Design). Folgende Kurse wurden durchgeführt (jeweils 1 Tag): Digitaltag, Hotel Update Tag, Fewo Digitaltag, Fewo Webinar 1, Fewo Webinar 2.



Quelle: Flyer Popup Academy

- Aufgrund der sinkenden Nachfrage für die Angebote wurden die Projektinhalte angepasst und die Schulungen auf die digitale Gästekarte konzentriert.
- Durch die DMO Workshops und die gemeinsame Erarbeitung von Inhalten für die Schulungen der Leistungsträger fand ein Knowhow-Transfer von der SHS und der Popup Academy JRT zu den Wissensträgerinnen und -träger innerhalb der TALK statt. Nicht zuletzt brachte das Projekt die TALK näher an die Leistungsträger in der Region.

Nutzung / Wirkung auf die Zielgruppe (Outcome)

Zielgruppe intern:

- grosses bereits bestehendes Wissen vorhanden

Zielgruppe extern:

- Rückmeldung zu Schulungen sehr positiv
- Schwierigkeiten, digital weniger affine Leistungsträger zu überzeugen, Nachfrage zu klein
- Gastronomie wurde nicht erreicht

- Zielgruppen waren die TALK-Mitarbeitenden und die Leistungsträger (Hotels, Ferienwohnungsvermieterinnen und -vermieter, Restaurationsbetriebe).
- Bei den TALK-Mitarbeitenden wurde das bereits bestehende Knowhow im digitalen Marketing (insbesondere von jungen Mitarbeitenden) unterschätzt. Im Gegenzug mussten mehr Ressourcen für weniger digital affine Mitarbeitende eingesetzt werden, da deren Veränderungsbereitschaft tendenziell überschätzt wurde.
- Die Schulungsteilnehmenden (Leistungsträger) wurden in unterschiedliche Niveaus eingeteilt. So konnten Kurse für alle Levels angeboten werden.
- Die Schulungen wurden von den Teilnehmenden sehr positiv beurteilt. Gemäss den Rückmeldungen empfahlen alle Teilnehmenden die Kurse weiter, da sie fachlich sehr kompetent

gestaltet sind, die Teilnehmenden Inspirationen und News erhalten, das Training motivierend war und man Teammitglieder anderer Hotels kennenlernte.

- Eine grosse Herausforderung war jedoch, nicht digital affine Leistungsträger zu motivieren, an den Schulungen teilzunehmen. Um die Partizipation und Verbindlichkeit der Teilnehmenden zu verbessern, wurden Kursgebühren eingeführt, was jedoch keine Wirkung auf die Anzahl Anmeldungen hatte.
- Weniger als die Hälfte der geplanten Teilnehmenden konnten in der Phase 3 erreicht werden. Insbesondere die Gastronomieurse (zu Themen wie Tripadvisor etc.) wurden nicht nachgefragt und schliesslich nicht durchgeführt. Dies ist vermutlich auf die Vielzahligen Herausforderungen durch Corona zurückzuführen.

| Kurs | Erwartete Teilnehmerzahl | Effektive Teilnehmerzahl |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Basisschulung Fewo | 35 | 11 |
| Basisschulung Hotel | 30 | 24 |
| Basisschulung Restaurant | 30 | 0 |
| Analyse Fewo | 35 | 11 |
| Analyse Hotel Premium | 8 | 0 |
| Analyse Hotel Standard | 10 | 24 |
| Analyse Restaurant | 20 | 0 |
| Total | 168 | 70 |

- In der Phase 4 wurden die Kurse auf Ferienwohnungen und Hotellerie und die Einführung der digitalen Gästekarte fokussiert. Dadurch konnten folgende Teilnehmerzahlen erreicht werden:

| Kurs | Erwartete Teilnehmerzahl | Effektive Teilnehmerzahl |
|------------------|--------------------------|--------------------------|
| Digitaltag | 10 | 10 |
| Hotel Update Tag | 10 | 10 |
| Fewo Digitaltag | 15 | 10 |
| Fewo-Webinar 1 | 40 | 35 |
| Fewo-Webinar 2 | 30 | 30 |
| Total | 105 | 95 |

Weitere (ergänzende) Angebote

- Projektänderung 2022 aufgrund geringer Nachfrage
- Digitale Gästekarte in fast allen Betrieben (Hotel und Ferienwohnungen) umgesetzt
- Gegenseitige Unterstützung der Leistungsträger

- Aufgrund der geringen Nachfrage wurde das Projekt 2022 angepasst und auf die Umstellung auf die digitale Gästekarte fokussiert.
- Die digitale Gästekarte ermöglicht einerseits die Digitalisierung der Gästemeldung durch die Leistungsträger und die digitale Abrechnung der Kurtaxen durch die TALK. Andererseits bietet sie den Gästen die Möglichkeit, unterschiedliche touristische Angebote zu nutzen (bspw. ÖV, Hallenbad und Freibad Frutigen, Bergbahnen etc.).
- Die digitale Gästekarte wurde bis 2023 in fast allen Betrieben der Hotellerie und Ferienwohnungen umgesetzt. Die letzten Betriebe sind daran, diese umzusetzen.
- Durch das Zusammenkommen der Leistungsträger entstand das Angebot eines Leistungsträgers, weitere Betriebe beim Aufbau und der Umgestaltung der Webseite zu unterstützen.

Wirkung auf die Region (Impact)

Auswirkungen des NRP-Projekts im engeren Sinn

- Nachhaltiger Wissenstransfer in Digitalisierungsthemen zwischen TALK und Leistungsträgern gesichert
- Ausweitung der Nutzung der digitalen Gästekarte

- Durch das NRP-Projekt konnten die Digitalisierungsthemen in die Strategie der TALK überführt werden und ein nachhaltiger Wissenstransfer zwischen TALK-Mitarbeitenden und Leistungsträgern erstellt werden.
- Alle Mitarbeitenden der TALK nahmen an den Kursen teil (ca. 50 Personen) und 165 Personen aus ca. 45 Betrieben (Hotel und Ferienwohnungen) nahmen an den Workshops teil.
- Die NRP-Förderung war wichtig, um das Projekt zu starten, schneller umzusetzen und allen Leistungsträgern durch die Übernahme der Kurskosten Zugang zu bieten. Das NRP-Projekt förderte die fast flächendeckende Einführung der digitalen Gästekarte. Unterdessen verwenden ca. 500 Betriebe die digitale Gästekarte.
- Die Resultate des Projekts bestehen weiter. Die Mitarbeitenden der TALK werden weiterhin in Digitalisierungsthemen geschult und treten als Anlaufstelle für die Leistungsträger auf.
- Die TALK ist bestrebt, die Nutzung der digitalen Gästekarte auszuweiten und ist dazu in Kontakt mit verschiedenen Anbietern (wie ÖV).

Auswirkungen des Projekts im weiteren Sinn

- Beitrag zur Sicherung einer zukunftsfähigen Tourismusorganisation
- Einordnung in Destinationsstrategie Kanton Bern
- Förderung der Zusammenarbeit innerhalb der Destination, aber auch darüber hinaus (JRT, SHS)
- Auswirkungen auf Tourismuswirtschaft noch nicht abschätzbar

- Das NRP-Projekt fand im Rahmen der Organisationsentwicklung der TALK statt und leistet einen Beitrag zur Sicherung einer zukunftsfähigen Tourismusorganisation (TALK).
- Das NRP-Projekt fördert die Destination und ordnet sich damit in der Destinationsstrategie des Kantons Bern (Wirtschaftsstrategie 2025) ein.
- Die Beherbergungswirtschaft profitiert durch die Weiterbildungsmöglichkeiten in Digitalisierungsthemen und die fast flächendeckende Umsetzung der Gästekarte.
- Zudem förderte das Projekt die Zusammenarbeit zwischen den (digital affinen) Akteuren innerhalb der Tourismusregion Adelboden-Lenk-Kandersteg, aber auch darüber hinaus.
- Die Auswirkungen des Projekts auf den Tourismus bzw. die Anzahl Buchungen sind noch nicht messbar.

Investitionen

- Investitionen in SHS und feratel

- Aufgrund der im Rahmen des NRP-Projekts eingegangenen Kooperationen wurden folgende Investitionen getätigt:
 - 58'000 CHF an SHS für Consulting von DMO TALK
 - 103'000 CHF an SHS für Consulting von Leistungsträgern
 - 60'000 CHF an feratel für technische Umsetzung der elektronischen Gästekarte

Beteiligung lokaler Unternehmen

- Stärkung der TALK AG
- Zeitgemässe Gästeinformation in lokalen Beherbergungsbetrieben

- Das NRP-Projekt unterstützt die Entwicklung der lokalen Tourismusorganisation TALK.
- Zudem trägt das Projekt dazu bei, die zeitgemässe Gästeinformation in allen Beherbergungsbetrieben zu sichern.

Arbeitsplätze / regionale Beschäftigungswirkung

- Schaffung einer temporären Projektleitungsstelle
- Langfristige Verschiebung der Ressourcen innerhalb der TALK
- Förderung der Professionalisierung und Sicherung der Arbeitsplätze

- Zur Umsetzung des NRP-Projekts wurde ein Projektleiter bei der TALK eingestellt, der zu Beginn (Vorprojekt) 100% für das Projekt angestellt war. In der Umsetzungsphase belief sich das Pensum auf 20% beim Projektleiter und 10% bei weiteren TALK-Mitarbeitenden.
- Auch nach dem NRP-Projekt wird eine 100%-Stelle für die Gästemeldung via digitale Gästekarte bei der TALK besetzt (Verschiebung der Ressourcen).
- Das Projekt fördert die Professionalisierung der Beschäftigten und somit die Sicherung der Arbeitsplätze in der Region.
- Konkrete Effekte auf die Beschäftigung in der Hotellerie und weiteren vom Tourismus abhängigen Branchen sind jedoch schwer abzuschätzen.

Regionale Umsätze

- Positive Bilanz der TALK 2023
- Potenzial zur Erhöhung der regionalen Umsätze

- Die Entwicklung der regionalen Wirtschaft ist insgesamt positiv zu beurteilen. Zum zweiten Mal in Folge schliesst die TALK AG das Geschäftsjahr (2023) mit mehr als zwei Millionen Logiernächten ab. Das Ergebnis konnte im Vergleich zum Vorjahr um 6% auf total 2,17 Millionen Franken gesteigert werden.
- Die Rolle des NRP-Projekts für die Steigerung der regionalen Umsätze ist dabei schwer abzuschätzen.

Digitalisierung

Übergeordnete Fragestellungen

- Tourismus stark digitalisiert
- Unterstützung von Digitalisierungsprojekten im Tourismus durch Kanton
- Bereits bestehendes Knowhow bei TALK bei Projektbeginn
- NRP-Projekt zur Befähigung der TALK und der Leistungsträger sowie zur Nutzung von Synergien
- Digital nicht affine Zielgruppe schwer erreichbar

- Die Digitalisierung ist im Tourismus nicht mehr wegzudenken (Buchungsplattformen, Social Media Marketing etc.). Aus diesem Grund war für die Tourismusorganisation TALK klar, die Digitalisierung in ihren Strategieprozess einzubeziehen, um auch zukünftig wettbewerbsfähig zu bleiben.
- In der TALK bestand bereits Knowhow zu Digitalisierungsthemen. Der Leiter des NRP-Projekts absolvierte die Weiterbildung «CAS Digitale Transformation» an der Universität Bern.
- Die Digitalisierung ist gemäss Umsetzungsprogramm im Zentrum der touristischen Fördermassnahmen des Kantons Bern. Er unterstützt die Destinationen bei ihrer digitalen Transformation mit einem modularen Basis-Konzept, worauf die Destinationen ihre Angebote aufbauen und bedürfnisorientiert umsetzen können.
- Die Befähigung der TALK-Mitarbeitenden und der Leistungsträger in Digitalisierungsthemen waren im Fokus des Projekts.
- Die digitale Gästekarte sollte schliesslich die Gästemeldung vereinfachen und die Nutzung von Synergien zwischen verschiedenen Betrieben der Tourismuswirtschaft stärken.
- Die Herausforderung bestand insbesondere darin, nicht digital affine Leistungsträger (v.a. kleine Betriebe) für die Schulungen und die digitale Gästekarte zu gewinnen. Eine enge Begleitung der Leistungsträger durch die TALK war wichtig, um diese Gruppe für die Themen zu sensibilisieren und Ängste abzubauen

Handlungsfelder (HF)

- Qualifizierung und Sensibilisierung

- Die Digitalisierung hielt im NRP-Projekt in unterschiedlichen Formen und Phasen Einzug.
- In der ersten Phase des Projekts bildete die Digitalisierung

- Kooperation, überbetriebliche Vernetzung und Wissensaustausch
- Angebots- und Produktentwicklung: digitale Gästekarte
- Gute Zugänglichkeit durch Online-Angebote während Corona und Informationen vor Ort

- den Kern des Wissensaufbaus und der -erweiterung. So wurden die Schulungsinhalte auf Digitalisierungsthemen wie Digital Marketing ausgerichtet.
- In der zweiten Phase (nach der Anpassung des Projekts) wurde der Digitalisierungsfokus ausgeweitet und ein konkretes Produkt, die Umsetzung der digitalen Gästekarte, in das Zentrum des Projekts gestellt.
- Durch die digitale Gästekarte werden die Prozesse der Gästemeldung vereinheitlicht und effizienter gestaltet sowie die Transparenz über die Buchungen bei den Leistungsträgern gegenüber der TALK verbessert.
- Das NRP-Projekt förderte durch die Interaktion infolge der Schulungen (online und vor Ort in der TALK) die Vernetzung und Kooperation – zwischen der TALK und den Leistungsträgern, aber auch zwischen den Leistungsträgern.
- Während der Coronapandemie konnten die Kurse online angeboten werden, wodurch die Reichweite des Projekts erhöht wurde.
- Die Möglichkeit, bei Problemen einen Ansprechpartner vor Ort zu haben (TALK), baut Hürden für die Leistungsträger ab und erhöht die Zugänglichkeit zur digitalen Gästekarte.
- Insbesondere in der Parahotellerie und in kleineren Hotelbetrieben ist die Umstellung auf das webbasierte System der Gästemeldungen zu einem späteren Zeitpunkt erfolgt, da ein Mehraufwand befürchtet wurde und somit mehr Überzeugungsarbeit geleistet werden musste.

Mehrwert der Digitalisierung für Region

- Sensibilisierung / Kompetenzentwicklung
- Unterstützung des Strukturwandels im Tourismus
- Weiterentwicklung der Gästekarte und der Staffcard

- Das NRP-Projekt fördert die digitale Transformation auf Ebene der Tourismusorganisation TALK und auf Ebene der Leistungsträger. Es leistet einen nachhaltigen Beitrag zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden der Tourismusorganisation TALK und der Leistungsträger (Hotels und Ferienwohnungen).
- Die TALK-Mitarbeitenden konnten ihre Kompetenzen in Digitalisierungsthemen in den Schulungen erweitern und diese nun selbstständig durchführen.
- Die Gastronomie konnte bisher nicht einbezogen werden und ist im Rahmen von zukünftigen Digitalisierungsbestreben der Region mitzubedenken.
- Zur Attraktivitätssteigerung der Region als Arbeitgeber wird momentan ein Projekt für eine Staffcard (als Gegenstück zur Gästekarte) ausgearbeitet. Dabei sollen die Angestellten der Region gewisse Vorteile (ähnlich zur Gästekarte) erhalten.
- Die Angebote der Gästekarte sollen weiter ausgebaut werden. Die TALK ist mit verschiedenen (möglichen) Anbietern im Gespräch.

Würdigung entlang der Evaluationskriterien

- Relevanz
- Effektivität
- Effizienz
- Nachhaltigkeit

Relevanz:

- Das Bedürfnis, die Vernetzung der Akteure zu fördern und die zeitgemässe Gästeinformation zu sichern wurde abgedeckt. Mit der Projektänderung wurde auf das Bedürfnis der Leistungsträger eingegangen.
- Breiter Einbezug der Mitarbeitenden der TALK und der Beherbergungsbetriebe. Die Koordination mit SHS und JRT ist gut gelungen. Jedoch konnte die Gastronomie (noch) nicht erreicht werden.
- Projekt ist vollständig im Einklang mit den NRP-Zielen und trägt durch die Kompetenzsteigerung der TALK-Mitarbeitenden zur Sicherung der Arbeitsplätze bei. Die Sensibilisierung und der Knowhow-Transfer der Leistungsträger wird gefördert.

Effektivität:

- Die geplanten Massnahmen und Angebote wurden erstellt und umgesetzt. Aufgrund der geringen Nachfrage wurden die Angebote auf die digitale Gästekarte fokussiert, die nun in fast allen Betrieben umgesetzt ist.
- Die Rückmeldungen auf die Angebote (Schulungen) waren durchwegs positiv. Jedoch war es schwierig, nicht digital affine Personen (meist kleinere Betriebe) für die Schulungen zu gewinnen. Durch die enge Begleitung der TALK konnte die digitale Gästekarte fast flächendeckend umgesetzt werden.
- Die Weiterbildungen in Digitalisierungsthemen und die Vernetzung der Akteure tragen zu einer zukunftsfähigen Tourismusdestination bei.

Effizienz:

- Gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis insbesondere durch die Projektänderung, da somit der Finanzierungsanteil durch den Projektträger erhöht werden konnte und die Mittel dort eingesetzt wurden, wo sie notwendig waren.
- Aufgrund der Zusammenarbeit mit SHS und JRT konnte auf bestehendem Wissen und Produkten aufgebaut werden und somit die Effizienz gesteigert werden. Das Projekt benötigte aber viel Überzeugungsarbeit und Unterstützung von nicht digital affinen Betrieben durch die TALK.
- Die Projektsteuerung lag zu Beginn bei einer Person, womit die Vorbereitungsphase effizient umgesetzt werden konnte. Der Wechsel der Projektleitung funktionierte gut, die Projektergebnisse werden durch bestehende Mitarbeitende der TALK weitergeführt.

Nachhaltigkeit:

- Die Ergebnisse des NRP-Projekts werden auch nach Abschluss weitergeführt. Die Schulungen zu Digitalisierungsthemen sind fester Bestandteil der TALK-Strategie und die Weiterentwicklung der digitalen Gästekarte wird gefördert.
- Die TALK AG ist als Tourismusorganisation professionell und kompetent aufgestellt und hat die notwendigen Kapazitäten, die Projektergebnisse weiterzuführen. Mit feratel ist auch die technische Umsetzung der Gästekarte gesichert.
- Das Projekt ist im regulären Budget der TALK einkalkuliert. Die zukünftige Finanzierung der Schulungen und des Knowhowtransfers innerhalb der Region ist somit gesichert.

| Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung | |
|--|--|
| Typ | Ex-post-Wirkungsmessung |
| Durchführung | Maxie Bernhard / regiosuisse / maxie.bernhard@regiosuisse.ch Anja Stucki / regiosuisse |
| Projekträgerschaft | Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg, TALK AG |
| Einbezogene Personen: | Beatrice Schärz, Projektleiterin TALK AG Daniel Wüthrich, Leiter Tourismus und Regionalentwicklung, Amt für Wirtschaft Kanton Bern |
| Zeitraumen | Juni 2024 – August 2024 |