

2. Forum Regionalpolitik

Tourismus vor der Haustür – Naherholung als Chance nutzen

Donnerstag, 23. Oktober 2025, Mattenhofsaal, Gümliigen

Herzlich willkommen!

RKBM – 2025

Begrüssung und Einführung

Stefan Lehmann, Präsident Kommission Regionalpolitik

Isabel Aerni, Fachbereichsleiterin Regionalpolitik

RKBM – 2025

Programm 2. Forum Regionalpolitik

16.30 **Begrüssung und Einführung**

Stefan Lehmann, Präsident Kommission Regionalpolitik RKBM
Isabel Aerni, Fachbereichsleiterin Regionalpolitik RKBM

Potenziale und Angebotsgestaltung im ländlichen Raum

Dr. Monika Bandi Tanner, Leiterin Forschungsstelle Tourismus CRED-T

Blick in die Werkstatt: Aufbau der Koordinationsstelle Tourismus Region Laupen

Livia Nydegger, Leitung Geschäftsstelle Tourismus Region Laupen
Sascha Heimberg, Vorstandsmitglied Tourismus Region Laupen, Neuenegg

Clientis-Flowtrail Marbachegg – Neue Perspektive für das Skigebiet

Martin Knüsel, Präsident Verwaltungsrat und Geschäftsführer Sportbahnen Marbachegg AG

17.45 **Pause**



Programm 2. Forum Regionalpolitik

18.00 **Wege und Wirkung: NRP-Erfahrungen aus dem Zürcher Oberland**

Mirjam Wüthrich, Standortförderung Zürioberland, Leiterin Geschäftsfeld Tourismus

Podiumsdiskussion: Tourismus vor der Haustür – wie nutzen wir Naherholung und Ausflugs-tourismus als Chance?

- ▶ Dr. Monika Bandi Tanner, Leiterin Forschungsstelle Tourismus CRED-T
- ▶ Marlise Gerteis, Gemeindepräsidentin Neuenegg, Projekt Aufbau Koordinationsstelle Tourismus Region Laupen
- ▶ Martin Knüsel, Präsident Verwaltungsrat und Geschäftsführer Sportbahnen Marbachegg AG
- ▶ Mirjam Wüthrich, Standortförderung Zürioberland, Leiterin Geschäftsfeld Tourismus
- ▶ Peter Rubi, Gemeindepräsident Iseltwald

Moderation: Stefan Lehmann, Präsident Kommission Regionalpolitik RKBM

Abschluss

Stefan Lehmann, Präsident Kommission Regionalpolitik RKBM

19.00 **Apéro**



Aufgaben und Auftraggeber der RKBM



Raumplanung

Baugesetz des Kantons Bern



Gesamtverkehr

Kantonales Gesetz über den öffentlichen Verkehr



Kultur

Kantonales Kulturförderungsgesetz



Neue Regionalpolitik

Gesetz zur Neuen Regionalpolitik



Energieberatung

Kantonales Energiegesetz



Wirtschaft

Beteiligte Gemeinden



Neue Regionalpolitik NRP

Unterstützung für den ländlichen Raum

- Finanzielle Förderung innovativer Projekte, Initiativen und Programme

Wirkungsziele

- Wettbewerbsfähigkeit des ländlichen Raums steigern
- Wertschöpfung im ländlichen Raum steigern
- Arbeitsplätze in der Region sichern und schaffen

Förderkriterien und Wirkungserimeter

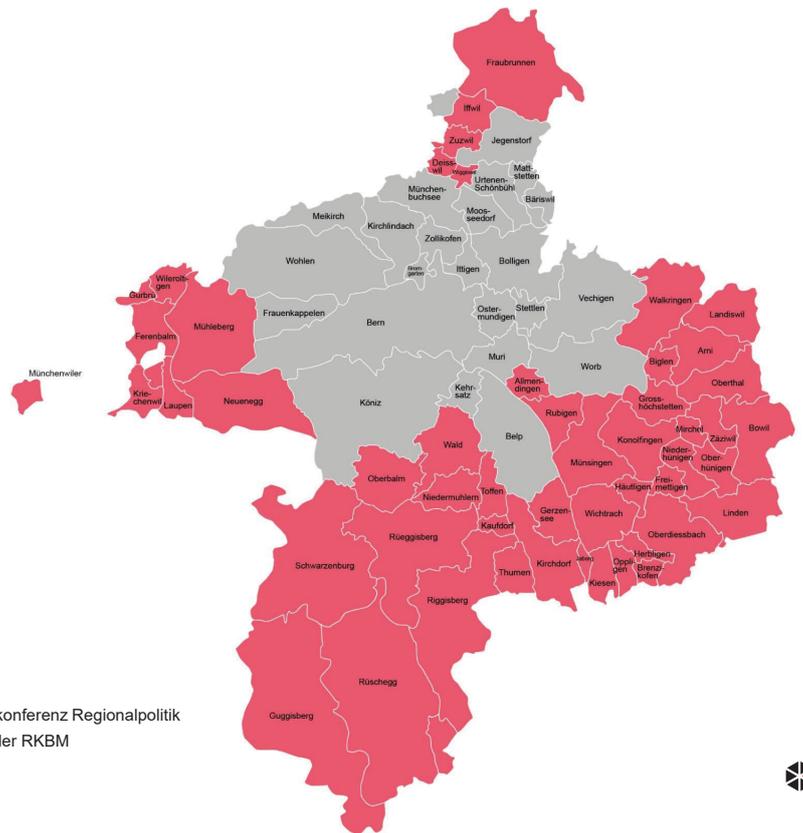
- Festgelegt durch die Geldgeber Bund und Kanton

Umsetzung der NRP

- Region unterstützt Kanton bei der Umsetzung
- Grundlage: Regionales Förderprogramm



Teilkonferenz Regionalpolitik



■ Gemeinden der Teilkonferenz Regionalpolitik
 ■ Übrige Gemeinden der RKBM

Regionales Förderprogramm 2024–2027

Förderschwerpunkte



Tourismus



Wirtschaft und erneuerbare Ressourcen



Innovative regionale Angebote

Querschnittsthemen: Digitalisierung / Nachhaltige Entwicklung / lokale Wirtschaft / Kleininfrastrukturen / Mobilität

Förderakzente

Naherholung und Freizeit

Professionalisierung und Koordination

Kultur

Kreislaufwirtschaft

Erneuerbare Energien

Regionale Märkte und Produkte

Regionales Arbeitskräftepotenzial

Attraktiver Lebensraum

Coworking und Treffpunkte

Nutzung leer stehender Flächen

Gesundheitsangebote

Förderinstrument Neue Regionalpolitik NRP

Zwei Förderinstrumente

► Projektbeiträge à fonds perdu:

- Anschubfinanzierungen für Projekte (Konzeptarbeiten)
- in Einzelfällen für systemrelevante Kleininfrastrukturen

► Zinslose Darlehen für Infrastrukturprojekte

Erfüllung NRP-Förderkriterien von Bund und Kanton, für den Tourismusbereich wichtig:

- Inwertsetzung lokaler Besonderheiten und Potenziale
- Innovativer Charakter
- Direkter oder indirekter Beitrag zur Steigerung der Wertschöpfung im ländlichen Raum
- Anschubfinanzierung für beschränkte Projektdauer (keine Betriebsbeiträge)
- Anlässe: Einmalige Anlässe werden nicht unterstützt

Wir beraten Sie gerne:

- Isabel Aerni, Fachbereichsleiterin Regionalpolitik, Telefon: 031 370 40 70, regionalpolitik@bernmittelland.ch



Geförderte Projekte im Bereich Tourismus seit 2023

Naherholung und Freizeit

Trailrunning Gantrisch (2025)



Touristische Inwertsetzung Historische Sternwarte Uecht (2024)



Konzept Mountainbike-Routen Naturpark Gantrisch (2023)



Kultur

Entwicklung Szenischer Dorfrundgang Schwarzenburg (2023)



Touristische Inwertsetzung Spycherweg Region Gantrisch (2024)



Etablierung und Durchführung Schlossfestspiele Laupen (2023)



Professionalisierung und Koordination

Aufbau Koordinationsstelle Tourismus Region Laupen (2023)



Ziele des heutigen Anlasses

Die Teilnehmenden ...

- ▶ ... erhalten einen Überblick über die Fördermöglichkeiten der NRP und wissen, an wen sie sich mit Projektideen wenden können.
- ▶ ... erhalten Inspiration und Einblicke, wie Naherholung und Ausflugstourismus als Chance genutzt werden können.
- ▶ ... fühlen sich motiviert, selber ein Projekt anzupacken.



11 RKBM – 2025

Regionalkonferenz
BernMittelland

Potenziale und Angebotsgestaltung im ländlichen Raum

Dr. Monika Bandi Tanner, Leiterin Forschungsstelle Tourismus CRED-T

RKBM – 2025

Potenziale & Angebotsgestaltung im ländlichen Raum

Regionalkonferenz Bern

Dr. Monika Bandi Tanner
23. Oktober 2025 | Bern

Inhalt

1. Potenziale der Region
2. Reiseprozess: Potenziale mit Handlungsfelder
3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

1. Potenziale der Region

Die Region auf einen Blick

- Lage & Erreichbarkeit: Nähe zu Bern; kurze Wege, starke ÖV-/Bike-Anbindung.
- Landschaft & Räume: Voralpine Höhenzüge, Wald-/Wiesenräume, Gewässer, Dörfer.
- Angebotsklammern: Naturerlebnis, Bewegung (Wandern/Bike), Genuss & Kultur, Familienangebote.
- Besonderheit Gantrisch: Dark-Sky-Qualitäten, Sternwarte Uecht, Gägersteg als Leuchttürme.



17 23.Oktober 2025, Bern

Zentrum für Regionalentwicklung, Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)

1. Potenziale der Region

Drei zugespitzte Potenziale

1. Naherholung & grüne Infrastruktur rund um Bern
 - Alltagsrelevanz (Feierabend, Halbttag, Wochenende).
 - Kurze Mikro-Auszeiten (2–4 Std.) mit klaren Treffpunkten.
 - Kombis aus Natur, Bewegung & regionalem Genuss..
2. Natur- & Sternenhimmel-Erlebnisse im Gantrisch
 - Dark-Sky-Angebote: Führungen, Beobachtungen, Workshops.
 - Sternwarte Uecht als buchbarer Erlebnisanker.
 - Storytelling zu Himmel, Stille & Orientierung..
3. Genuss, Kultur & Bewegung
 - Routen mit Höfen, Manufakturen & kleinen Museen.
 - Velo/Wandern als Trägermedien für Kulinarik & Begegnung.
 - Saisonale Themen (Herbstgenuss, Winterstille ...).

Lehmann Friedli, T., Bandi Tanner, M. & Herzog, J. (2016)

18 23.Oktober 2025, Bern

Zentrum für Regionalentwicklung, Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)

1. Potenziale der Region

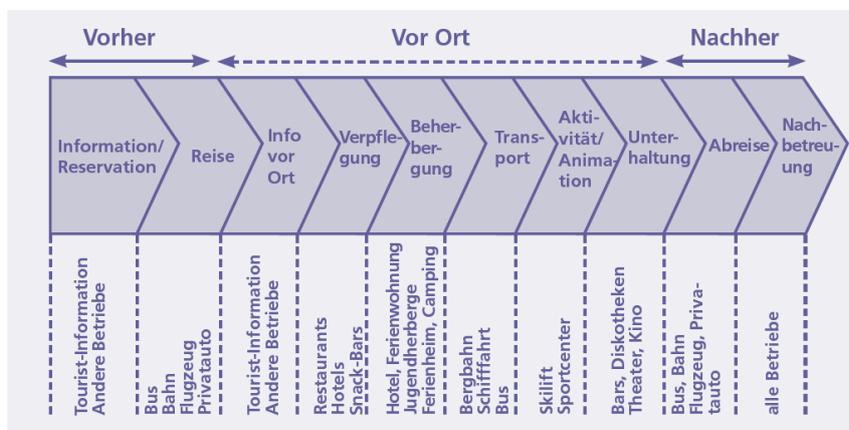
Hürden & Hebel

- **Hürden**
 - Zersplitterte Vermarktung ausserhalb der Stadt Bern.
 - Austauschbare Einzelangebote ohne erkennbare Profilierung.
 - Fehlende Bündelung zu thematisch dichten Erlebnissen.
- **Hebel**
 - Koordination & Auftritt: stärkere Zusammenarbeit mit Bern Welcome/Bern Tourismus.
 - Produktscouting: gezielte Tests und Entwicklung kleiner, buchbarer Micro-Packages.
 - Klammern & Events: thematische Reihen (z. B. Dark Sky, Velo & Genuss, Kultur im Hof).
 - Daten & Feedback: einfache Wirkungsmessung über Buchungen und Bewertungen.

Lehmann Friedli, T., Bandi Tanner, M. & Herzog, J. (2016)

2. Reiseprozess

Customer Journey im Tourismus

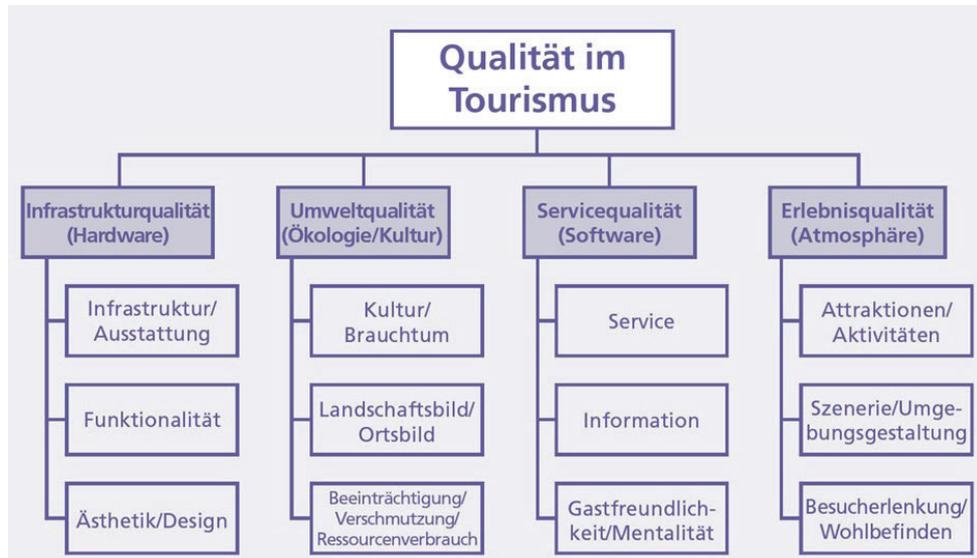


Erlebnisqualität entsteht entlang der gesamten Dienstleistungskette – vom ersten Impuls bis zur Erinnerung.

Quelle: Bandi, M., Müller, HR. (2024), S. 154

2. Reiseprozess

Qualität im Tourismus



(Quelle: Bandi Tanner & Müller 2024, S. 195, in Anlehnung an Romeiss-Stracke 1995)

2. Reiseprozess

Qualität entsteht nicht punktuell, sondern im Zusammenspiel entlang der gesamten Reisekette.

1. Kontaktqualität – Inspiration & Information

- Der erste Eindruck formt Erwartungen. Klare Botschaften, stimmige Bilder und glaubwürdige Informationen prägen die Servicequalität (Software).→ Erwartungsmanagement als Teil konsistenter Kommunikationsqualität.

2. Schnittstellenqualität – Planung & Buchung

- Nahtlose Übergänge zwischen Informations- und Buchungssystemen schaffen Vertrauen und erhöhen die Infrastrukturqualität (Hardware).→ Verlässlichkeit und Einfachheit fördern Entscheidungssicherheit.

3. Prozessqualität – Anreise & Aufenthalt

- Koordinierte Abläufe und abgestimmte Services verbinden Infrastruktur- und Servicequalität.→ Kooperation und Synchronisation sichern ein reibungsloses Gesamterlebnis.

4. Erlebnisqualität – Teilhabe & Inszenierung

- Bedeutung, Emotion und Atmosphäre verbinden Erlebnis- und Umweltqualität (Kultur, Landschaft, Atmosphäre).→ Erlebnisse sind gestaltete Resonanzräume.

(Quelle: Bandi Tanner & Müller 2024, S. 195, in Anlehnung an Romeiss-Stracke 1995)

2. Reiseprozess

Potenziale und Handlungsfelder

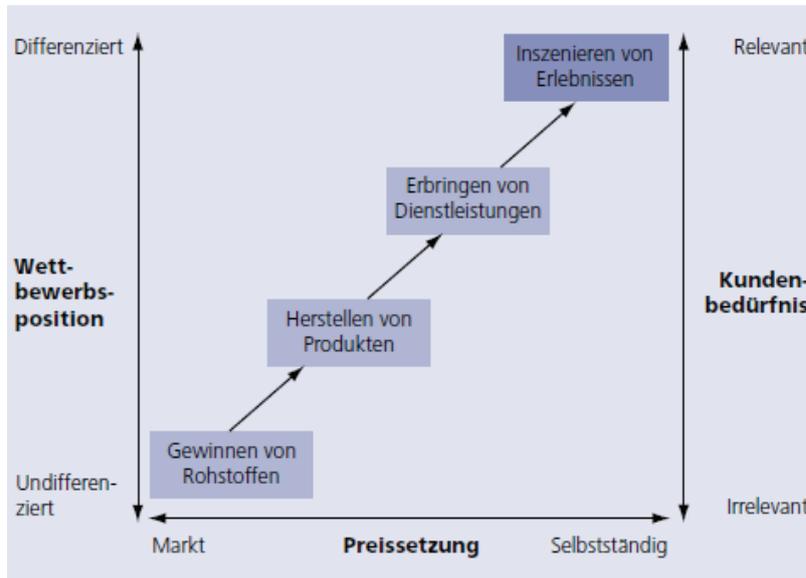
- Hebelpunkte - Region
 - Inspiration: klare Themen (Dark Sky, Velo, Genuss).
 - Planung: Überblick & Erlebnisfinder/Packages.
 - Aufenthalt: Wegeleitung, ÖV-Anbindung, Bike-/Trail-Services.
 - Erlebnis: Mikro-Events, Führungen, Storytelling.
 - Nachwirkung: Community, Newsletter, Reaktivierung.
- Hebelpunkte Anbieter
 - Produkt: klarer Nutzen, fixe Dauer (2–4 h / 1–2 Tage).
 - Preis: transparente Bundles (z. B. Shuttle + Erlebnis + Snack).
 - Distribution: präsent, wo die Gäste suchen/buchen.
 - Kommunikation: Emotion + Orientierung (Was erlebe ich, wo, wie?).
 - Bewertungen: aktiv einholen, beantworten, lernen.

3. Von der Ware zum Erlebnis

- Qualität entsteht im Zusammenspiel von Erwartung und Wahrnehmung.
→ Nach der GAP-Logik heisst Erlebnisqualität: Lücken erkennen und schliessen – in Information, Leistung und Kommunikation.
- Erlebnis ist mehr als Konsum.
→ Nach dem Konzept des Erlebnis-Settings entsteht es aus Raumgestaltung, Dramaturgie und Gastgeberrolle.
- Für die Region bedeutet das:
→ Räume kuratieren, Sinn stiften, Emotion und Orientierung verbinden. → Erlebnisqualität wird damit Teil der regionalen Identität – nicht Zusatz, sondern Haltung.



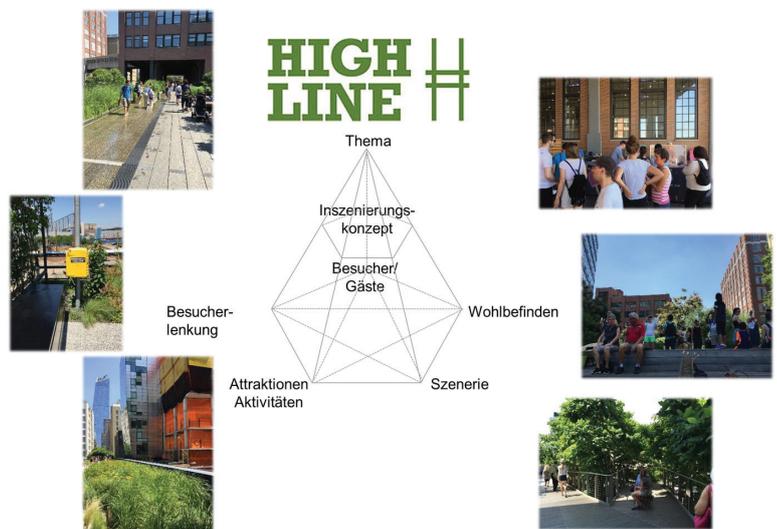
3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität Progression des ökonomischen Wertes



(Quelle: Müller & Scheurer, 2007
nach Pine & Gilmore, 1999)

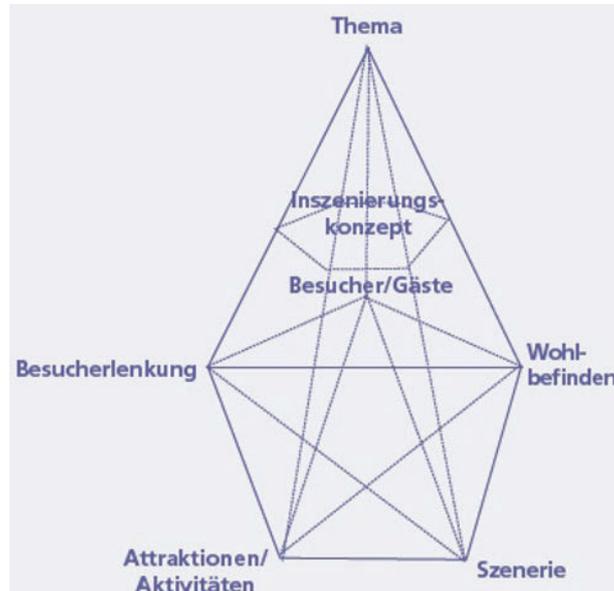
3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität Best Practice: High Line

- Transformation: Infrastruktur → öffentlicher Erlebnisraum.
- Kuratiert & modular: Abschnitte, Kunst, Sitz-/Aussichtsorte, klare Wege.
- Starke Bildwelt & Community: Identität, Stolz, Wiederkehr.
- Lehre für die Region: Kuratieren, verdichten, verweilen lassen — nicht nur ‚durchleiten‘.



3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

Das Konzept des Erlebnis-Settings



27 23.Oktober 2025, Bern

Zentrum für Regionalentwicklung, Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)

3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

Das Konzept des Erlebnis-Settings

Thema – Kohärenz und Sinnstiftung



- Theorie:
 - Das Thema ist die konzeptionelle Leitidee des gesamten Erlebnisses.
 - Es gibt Orientierung, Bedeutung und Wiedererkennbarkeit.
 - Themen wirken, wenn sie authentisch, kulturell verankert und emotional anschlussfähig sind.
- Region Bern:
 - Themenräume definieren (z. B. Wasser, Bewegung,...).
 - Kohärente Bildwelt und Sprache über Orte hinweg.
 - „Erzählen statt addieren“ – weniger Vielfalt, mehr Identität.

28 23.Oktober 2025, Bern

Zentrum für Regionalentwicklung, Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)

3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

Das Konzept des Erlebnis-Settings

Inszenierungskonzept – Dramaturgie und Rhythmus



- Theorie:
 - Inszenierung = Gestaltung der räumlichen und zeitlichen Abfolge.
 - Dramaturgie lenkt Aufmerksamkeit und Emotion: Anfang – Höhepunkt – Abschluss.
 - Wichtig: Pausen, Übergänge, Spannungsbögen.
- Region Bern:
 - Wegeföhrung bewusst inszenieren (nicht nur planen).
 - Übergänge schaffen: Wald → Aussicht → Begegnung → Ruhe.
 - Fokus auf Erlebnisrhythmus statt Dauerangebot.

3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

Das Konzept des Erlebnis-Settings

Szenarie – Atmosphäre und Ästhetik



- Theorie:
 - Szenarien = multisensorische Gestaltung (Material, Farbe, Licht, Sound).
 - Atmosphäre ist die emotional spürbare Qualität eines Ortes.
 - Sie wirkt still, aber entscheidend auf Erinnerung und Wohlbefinden.
- Region Bern:
 - Atmosphäre kuratieren: kleine Eingriffe genügen (Licht, Wasser, Holz, Stille).
 - Fokus: „Wie fühlt sich der Ort an?“ – nicht: „Was steht da?“

3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

Das Konzept des Erlebnis-Settings

Besucher:innen – Teil des Erlebnisses



- Theorie:
 - Erlebnisse entstehen im Kopf der Gäste – sie sind aktive Mitgestalter.
 - Wahrnehmung, Emotion und Erinnerung sind subjektiv.
 - Gute Erlebnisse schaffen Anlässe für Selbstwirksamkeit und Resonanz
- Region Bern:
 - Gäste aktiv einbeziehen (Begegnungsräume, lokale Guides, Beteiligung).
 - Erlebnisqualität = geteilte Verantwortung von Anbieter und Nutzer.

3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

Das Konzept des Erlebnis-Settings

Wohlbefinden – physisch & emotional



- Theorie:
 - Grundlage jeder Erfahrung: Sicherheit, Orientierung, Komfort.
 - Wohlbefinden entsteht aus Balance von Reiz und Ruhe, Aktivität und Erholung.
 - Es ist das emotionale Rückgrat der Erlebnisqualität.
- Region Bern:
 - Qualität = Einfachheit + Pflege + Zugewandtheit.
 - „Wohlfühlpunkte“ bewusst gestalten (Sitzbank, Aussicht, Trinkwasserstelle).

3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

Das Konzept des Erlebnis-Settings

Besucherlenkung – Struktur schafft Freiheit



- Theorie:
 - Besucherlenkung = Balance zwischen Orientierung und Autonomie.
 - Sie verhindert Überforderung, steuert Flüsse und schützt Ressourcen.
 - Erfolgreiche Lenkung ist unsichtbar, intuitiv, lesbar.
- Region Bern:
 - Wege lesbar machen: visuelle, narrative, digitale Orientierung.
 - Fokus: „Führen durch Sinn, nicht durch Schilder.“

3. Angebotsgestaltung & Erlebnisqualität

Das Konzept des Erlebnis-Settings

Attraktionen & Aktivitäten



- Theorie:
 - Aktivitäten schaffen Beteiligung, aber erst durch Einbettung ins Thema werden sie bedeutsam.
 - Weniger Aktion, mehr Interaktion → Erlebnis mit Tiefe.
- Region Bern:
 - Aktivitäten als Ergänzung, nicht als Kern.
 - Qualität entsteht durch Wiedererkennbarkeit und Resonanz, nicht durch Neuheit.

3. Vom Projekt zur Praxis – Strategische Leitlinien



1. Themen und Identität bündeln
 - Gemeinsame thematische Klammern schaffen, die Wiedererkennung und Profil schärfen.
2. Kooperationen als Qualitätstreiber verstehen
 - Zusammenspiel von Akteuren, Kanälen und Orten kuratieren, nicht nur koordinieren.
3. Erlebnisqualität als Haltung etablieren
 - Fokus auf Dramaturgie, Gastgeberrolle und kontinuierliche Qualitätsentwicklung.
4. Wissen teilen und Wirkung sichtbar machen
 - Lernen aus Daten, Feedback und Resonanz – Qualität als lernendes System.
5. Mut zur Verdichtung und zum Weglassen
 - Erlebnisse nicht multiplizieren, sondern verdichten, inszenieren und sinnstiften.

35 23.Oktober 2025, Bern

Zentrum für Regionalentwicklung, Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)

u^b „Erlebnisse entstehen nicht durch das, was wir zeigen – sondern durch das, was Menschen darin erkennen.“

(nach Müller & Scheurer, 2007)



36 23.Oktober 2025, Bern

Zentrum für Regionalentwicklung, Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)

Danke!

Fragen – Ideen – Feedbacks?



Dr. Monika Bandi Tanner

Leiterin Forschungsstelle Tourismus CRED-T

monika.bandi@unibe.ch

Blick in die Werkstatt: Aufbau der Koordinationsstelle Tourismus Region Laupen

Livia Nydegger, Leitung Geschäftsstelle Tourismus Region Laupen

Sascha Heimberg, Vorstandsmitglied Tourismus Region Laupen, Neuenegg

RKBM – 2025

2. Forum Regionalpolitik: Tourismus vor der Haustür – Naherholung als Chance nutzen



Blick in die Werkstatt

Vortrag vom 23. Oktober 2025 in Gümligen

Blick in die Werkstatt



Livia Nydegger

Leitung Geschäftsstelle
Tourismus Region Laupen

Operating Manager Tourist Information
Bern Welcome

aus Mamishaus



Sascha Heimberg

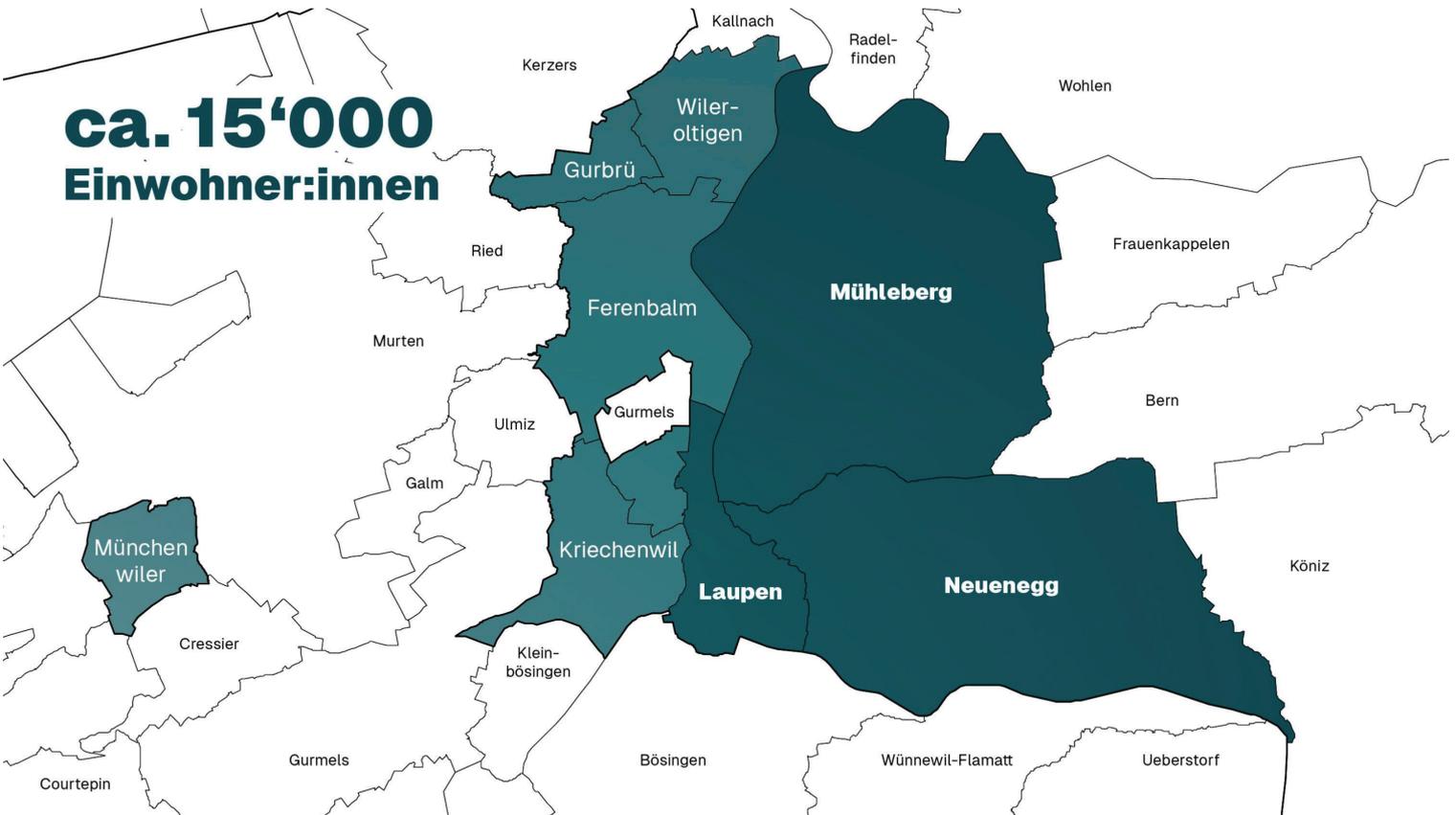
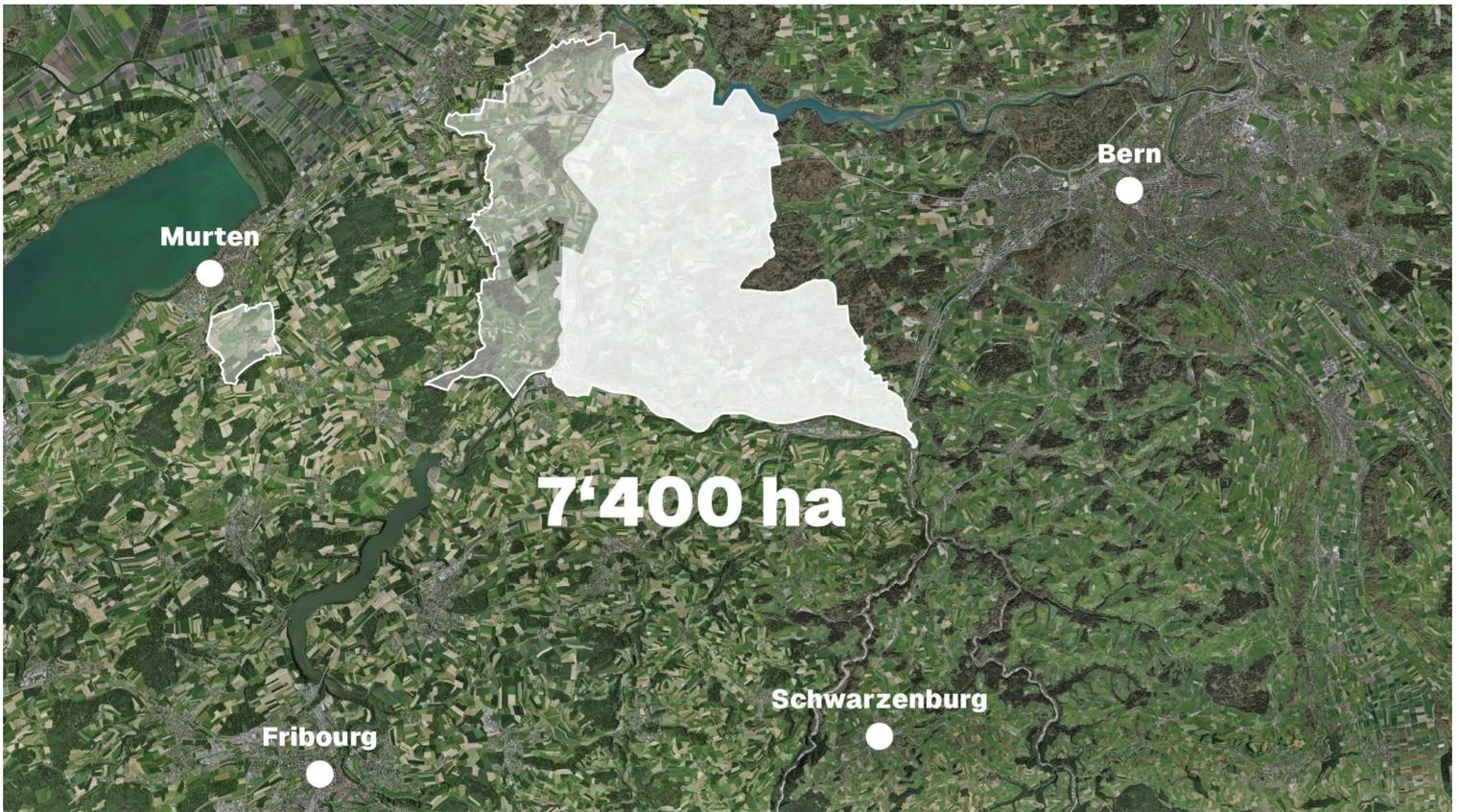
Vorstandsmitglied
Tourismus Region Laupen
Pro Neuenegg

Inhaber & Geschäftsführer
GRAFIKREICH AG

aus Neuenegg



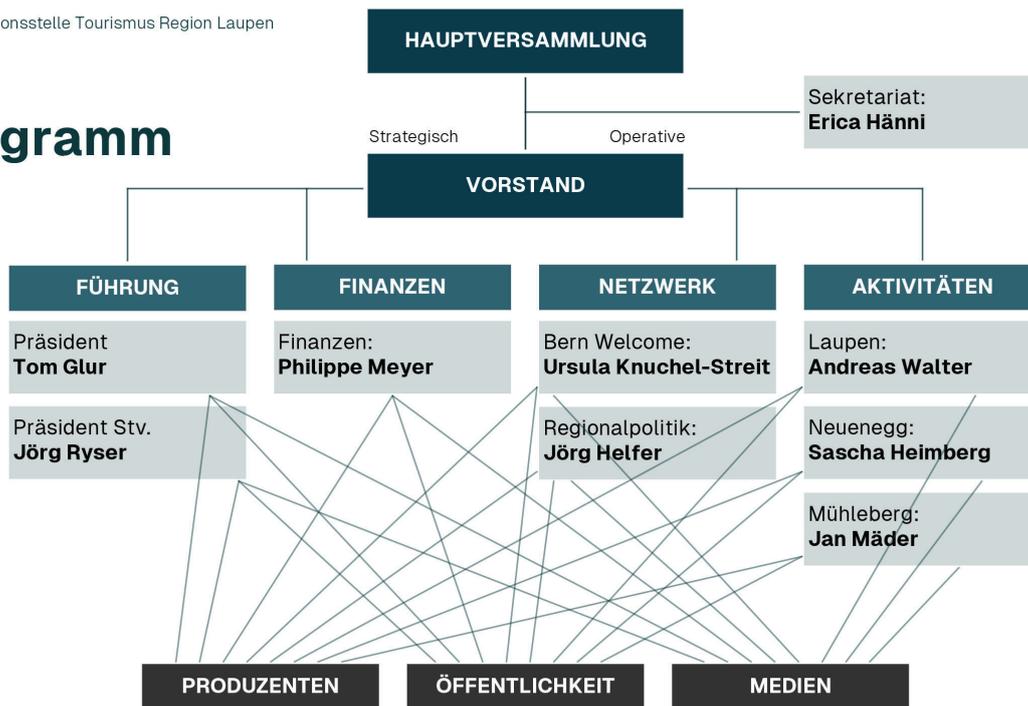
Willkommen in der Region Laupen



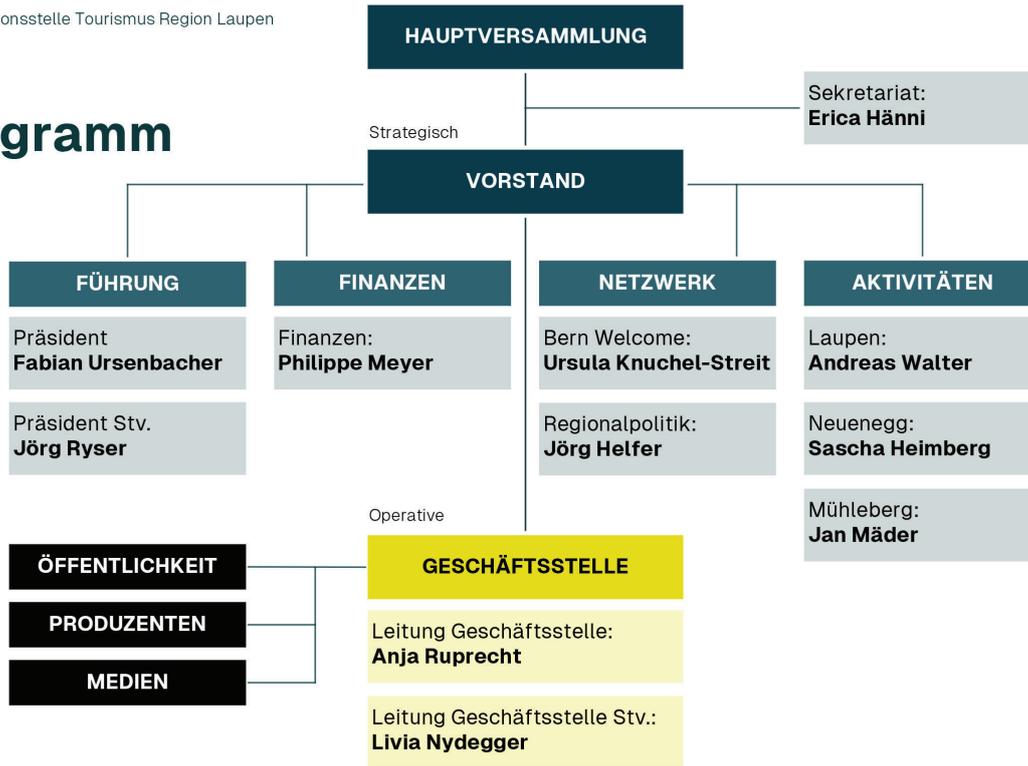
Was hat unsere Region zu bieten?



Organigramm 2023



Organigramm 2025



Zweck der Koordinationsstelle

Aufbau einer professionellen **Tourismusorganisation** in Laupen mit Anlaufstelle (physisch/digital) **40%**

Verknüpfungen bestehender Angebote, Entwicklung neuer Angebote

engere **Zusammenarbeit mit Bern Welcome** / Schweiz Tourismus / Agro Tourismus

schaffen von buchbaren Angeboten, **Lancierung Buchungsplattform**

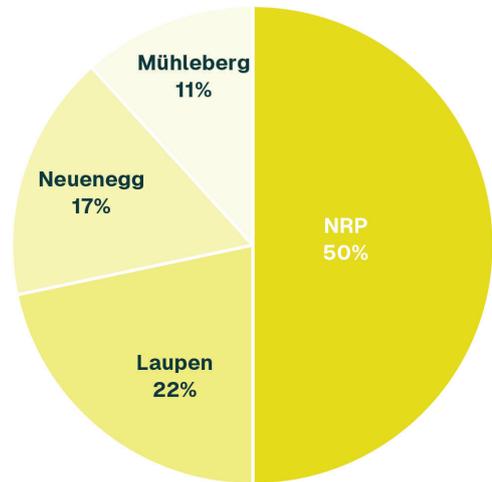
Aufbau einer **neuen Webpräsenz** und Social Media

Träger 3 Gemeinden NRP Verein Tourismus Region Laupen	Ziel Die Koordinationsstelle (40%) soll sich nach diesen 4 Jahren selbst finanzieren können	Kosten 360'000.-	Projektdauer 4 Jahre
---	---	----------------------------	--------------------------------

Wer beteiligt sich an den Kosten?

Geplanter Verteilschlüssel:

	Laupen	Neuenegg	Mühleberg
Anzahl Einwohner	2	3	1
Bedürfnis	3	2	1
Anzahl Angebot	3	2	1
Potential	3	1	2
Total	11	8	5
24 Punkte = 50%	22%	17%	11%



10

Was wurde seit Projektstart erreicht?

2023

Die Steuergruppe wird gegründet und das **NRP-PROJEKT EINGEREICHT**

Vorabklärungen und Vorbereitungen

2024

Geschäftsstelle wird mit Anja besetzt

WISSENSAUFBAU + NETWORKING

verstärkte Zusammenarbeit BEW
Leistungsvereinbarung mit BEW

Lancierung Newsletter

Präsenz Lokalbüro,
Professionalisierung der bestehenden
Events TRL Apéro und HV

Produktgestaltung (Führung Laupen im
Wandel / Laupener Zeitreise)

2025

ABGABE BUSINESSPLAN AN NRP

Gewinnung Neumitglieder

regelmässige Kommunikation auf allen
Sozialen Medien

Ausschreibung und Umsetzung
Redesign

Seislermäss / Präsenz an Events

REGIONALPLATTFORM AUFBAU

Screen Bahnhof

11

An welchen Projekten arbeiten wir derzeit?

Angebotsentwicklung

Freizeitpfad - mit dem Handy individuell buchbar für die Zielgruppe Familien

Offline-CAMP's - auf Anfrage buchbar für die Zielgruppe MICE-Gäste und Gruppen allgemein

Römerweg - Unterhalt und Erneuerung der Infotafeln und Broschüren

Ziel = Erreichung neuer Zielgruppe und Erweiterung der Angebotspalette in der Region

Marketing

Wöchentliche Vermarktung von Events und Angeboten auf den sozialen Kanälen des TRL
Instagram, Facebook und LinkedIn

Versand Broschüren

Presse- und **Öffentlichkeitsarbeit**

Mitarbeit bei öffentlichen Events der **Leistungspartner** (bsp. Gastrofutura)

Ziel = Sichtbarkeit schaffen, Kund:innenbindung stärken & Zusammenarbeit fördern

Mitgliedschaft

Neue Mitglieder:innen gewinnen: Leistungsbetriebe, umliegende Gemeinden, Einzelmitglieder:innen

Bestehende Mitgliedschaften ausbauen und einbinden in die Angebotsentwicklung

Ziel = touristisches Netzwerk erweitern und Mehreinnahmen durch wiederkehrende Mitgliederbeiträge

Aktuelle Zusammenarbeit mit den Gemeinden

Interessensvertretung der Gemeinden in touristischen Belangen

Erreichbarkeit bei touristischen Anfragen per Mail und Telefon sowie **persönlich im Lokalbüro**

Bearbeitung der **Broschürenanfragen** und versenden des gewünschten Materials als Marketingstrategie

Vernetzung der umliegenden Gemeinden im Bereich Tourismus und Synergien nutzen (bspw. Infoanlass für und mit den Gastrobetrieben)

Zusammenarbeit mit und Koordinierung von **ehrenamtlichen Mitarbeitern** (bspw. Instandhaltung Römerweg mit Berner Wanderwege)

Standortförderung für die Gemeinde: Enge Zusammenarbeit mit Tourismuspartnern wie Bern Welcome und damit die Einbindung unserer Region in grösseren Kampagnen ermöglichen

Presse und **Öffentlichkeitsarbeit** (Bsp. Sichtbarkeit Seisler Mässe)

Leistungspartner:innen werden bei touristischen Anliegen sowie administrativen Arbeiten unterstützt (Reorganisation des Buchungssystems der öffentlichen Führungen in der Region, Koordinierung Buchungen für weitere buchbare Aktivitäten in der Region)



Mission

Die Geschäftsstelle Tourismus Region Laupen ist das Bindeglied zwischen den Leistungsträgern, dem Gast, Bern Welcome und den Gemeinden und vermarktet die Region als eine attraktive und authentische Destination.



Vision

Wir leisten einen unverzichtbaren Beitrag an die Bekanntmachung der Region Laupen als bedeutende Freizeit- und Naherholungsregion.

Meilensteine

Realisation **neue Angebote** mit den Leistungspartnern

Aufbau **Buchungsplattform** auf regionlaupen.ch

Vermarktung Angebote

Verkauf und **Ablaufoptimierung** mit den Leistungspartner

Broschüren entwickeln/erneuern

Bündeln der Angebote und als **Packages** vermarkten

Vernetzung und Akquise der Mitglieder:innen

Aufbau Verrechnung **Kurtaxen**

...Fortlaufend

Packages und Angebote weiterentwickeln, Anpassung der Angebotspalette entsprechend Gästebedürfnisse

Marktanalyse und Entwicklung anhand der dynamischen Bedürfnisse

Ausbau und Pflege Webseite regionlaupen.ch inkl. des Online-Buchungssystems

Jährliche **Media- und Marketingplanung** sowie Realisierung dieser

Sicherstellung des laufenden Betriebes der Touristeninformation

Grundsatz

In der Region muss ein Bewusstsein für den Tourismus entstehen und die Zusammenarbeit mit den Mitgliedern (Gemeinden, Leistungspartner, Einzelmitglieder:innen) funktioniert dabei Hand in Hand. Zusammen können wir die Region nachhaltig stärken.

zukunftsfähige Finanzierung

Ziel: Am Ende des NRP-Projekts soll die Struktur des TRL mit den Leistungspartnern und den Gemeinden selbsttragend sein.

Langfristige Finanzierung

- Einkommen eigene Angebote über die Buchungsplattform
- Einkommen Angebote der Leistungspartner, welche auf regionlaupen.ch buchbar sind (Kommissionssystem)
- Einkommen anhand der Kurtaxen (Zweckgebunden, Leistung für Gäste)
- Mitgliederbeiträge
- Evtl. Sponsoring bei Integration in die Angebotsentwicklung
- Einnahmen aus Merchandising



Kosten zukünftig

- Personal- und Betriebskosten der Geschäftsstelle
- Entwicklung und Pflege der Webseite sowie der digitalen Tools, welche wir mit Partnern entwickelt haben
- Marketing- und Kommunikationsmassnahmen
- Erweiterung Angebotspalette



2. Forum Regionalpolitik: Tourismus vor der Haustür – Naherholung als Chance nutzen



Herzlichen Dank! Fragen?

Vortrag vom 23. Oktober 2025 in Gümligen

Verein Tourismus Region Laupen
Schloss 1, 3177 Laupen

regionlaupen.ch



Clientis-Flowtrail Marbachegg – Neue Perspektive für das Skigebiet

Martin Knüsel, Präsident Verwaltungsrat und Geschäftsführer Sportbahnen Marbachegg AG

Clientis-Flowtrail Marbachegg

Neue Perspektive für das Skigebiet

2010

Ein Konkurs und ein offenes Berghaus

der Einzelfirma Berghaus Eigerblick Marbachegg pleite ist: Die Beiz auf dem Ausflugsberg bleibt offen

Bernerzeitung, 29.09.2010

Resultat unbefriedigend, aber Zuversicht vorhanden

Marbach: Sportbahnen Marbachegg AG vor der GV

Den Aktionären wird an der morgigen Generalversammlung ein **Jahresergebnis 2009/10** präsentiert, das nicht befriedigt. Verwaltungsratspräsident und Geschäftsführer Martin Knüsel ist aber zuversichtlich, dass die gegenwärtige Liquiditätskrise gemeistert werden kann.

Josef Küng, Entlebucher Anzeiger



2025

- Clientis Flowtrail
- Grasski
- Events
- Berggasthaus
- Gleitschirm
- Carts



Regionalkonferenz
BernMittelland

Pause

bis 18.00 Uhr

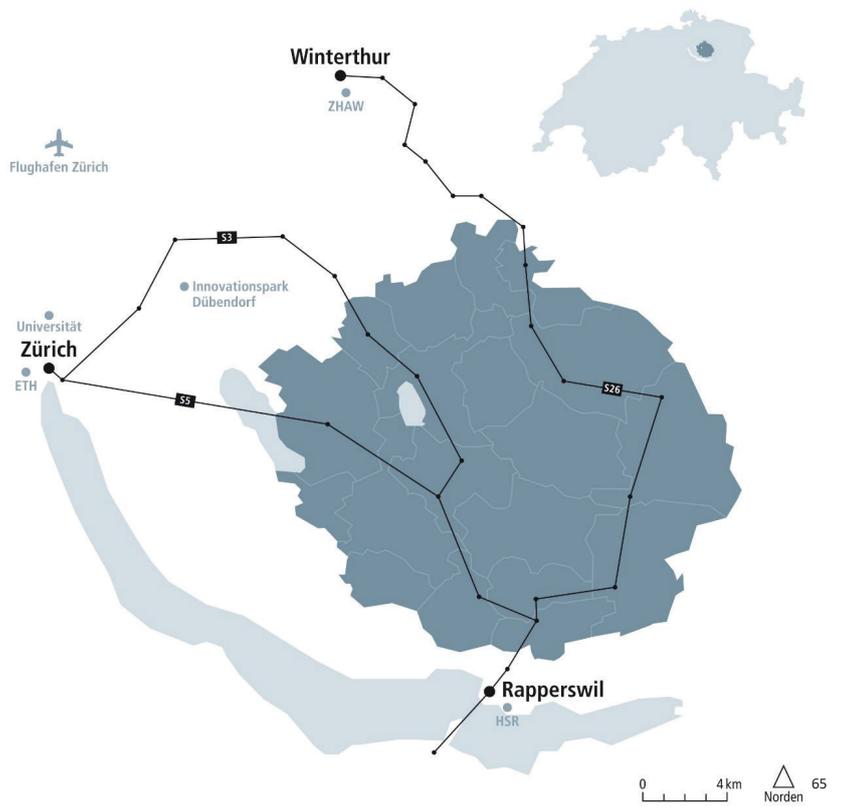
Wege und Wirkung: NRP-Erfahrungen aus dem Zürcher Oberland

Mirjam Wüthrich, Standortförderung Zürioberland, Leiterin Geschäftsfeld Tourismus

RKBM – 2025



Lage



- 26 Mitgliedergemeinden
- 13 NRP-Gemeinden
- aus Kantonen ZH, TG und SG



Schnebelhorn: Höchster Gipfel des Kantons Zürich mit 1292 m ü. M.

Drumlinlandschaft: charakteristischste und wertvollste Landschaft der Schweiz



Neuthal: Europas komplettestes Industrieensemble



Uster: Urbanes Zürcher Oberland



Juckerhof: der wohl bekannteste Bauernhof der Schweiz



Integrierte Standortförderung

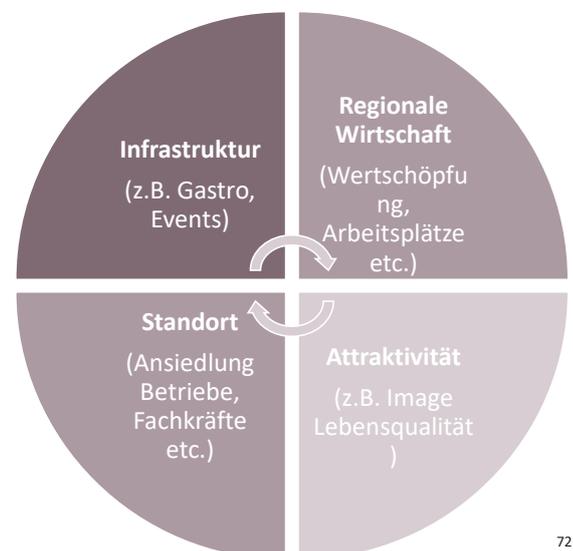


71

Fokus Tourismus

- Positionierung als nachhaltiges Naherholungsgebiet und attraktiver Lebensraum
- Sorgfältige touristische Entwicklung durch Angebotsgestaltung und Gästelenkung
- Fokusthemen: Themen Wandern, Bike, Industriekultur
- Geschäfts- und Freizeittourismus

Effekte des Tourismus



180'000 Logiernächte
verzeichnen die Hotel- und Übernachtungsbetriebe pro Jahr.

72

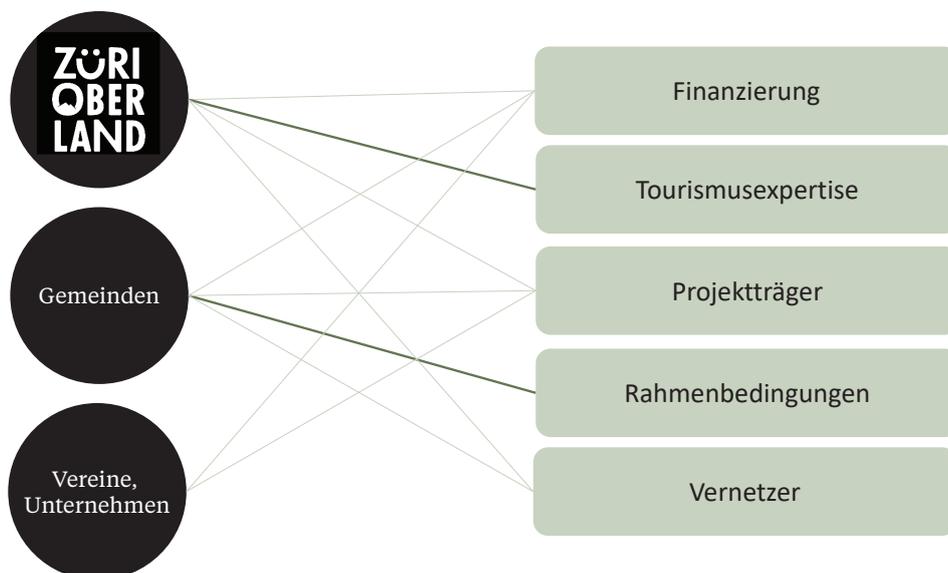
Einordnung Neue Regionalpolitik



Bund	Neue Regionalpolitik
Kanton	Kantonales Umsetzungsprogramm
Regionen	2 NRP-Umsetzungsregionen im Kanton Zürich
Städte/Gemeinden	13 Gemeinden beteiligen sich mit CHF 2.– pro Einwohner:in an der NRP

73

Rollen innerhalb der NRP-Umsetzung



74

Grundlagenarbeit – Mountainbike

10% der Schweizer Bevölkerung fahren
Mountainbike



75

Wertschöpfungskette stärken Hörnli-Bergland

Waldlichtung zum Hörnli-Bergland
beim Kloster Fischingen



76

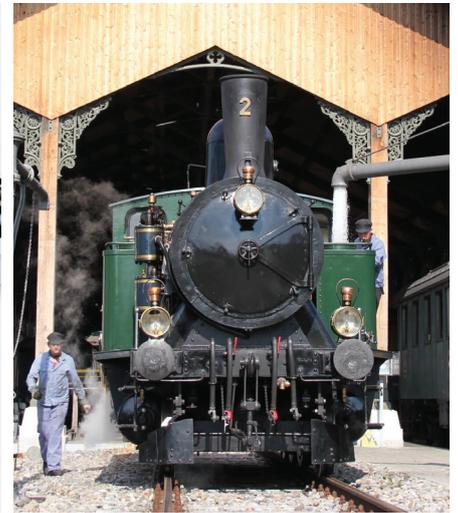
Angebotsentwicklung



Herzschlaufe Wil



Zürioblerland-Gutschein



Depotareal Dampfbahn Zürcher Oberland

Gescheiterte Projekte



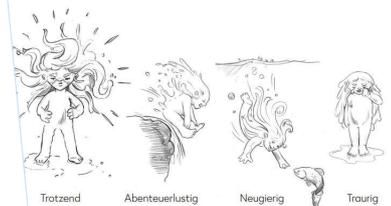
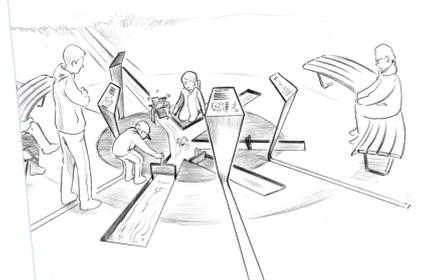
Tourismus im Tösstal

Verein Erlebnisraum löst sich definitiv auf

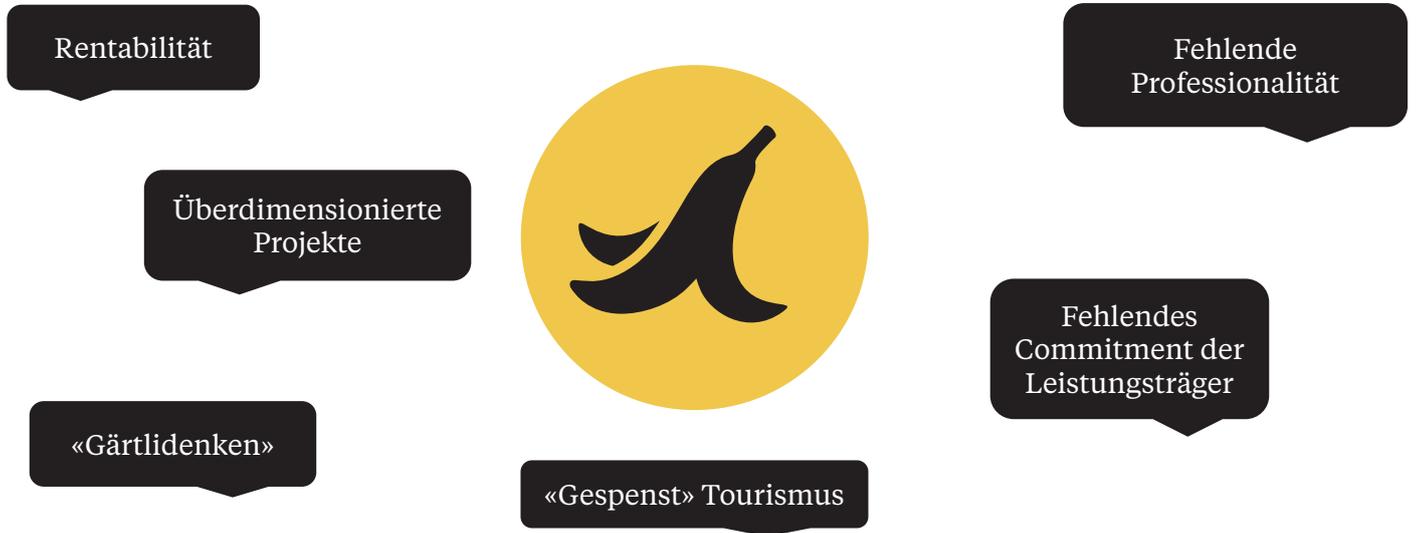
Turbenthal, Wila, Bauma, Fischenthal und Wald haben entschieden, den Verein hinter dem gescheiterten Tourismusprojekt Erlebnisraum aufzulösen. Die Erkenntnisse sollen erhalten bleiben.

Nicole Döbel
Publiziert: 20.04.2025, 06:00

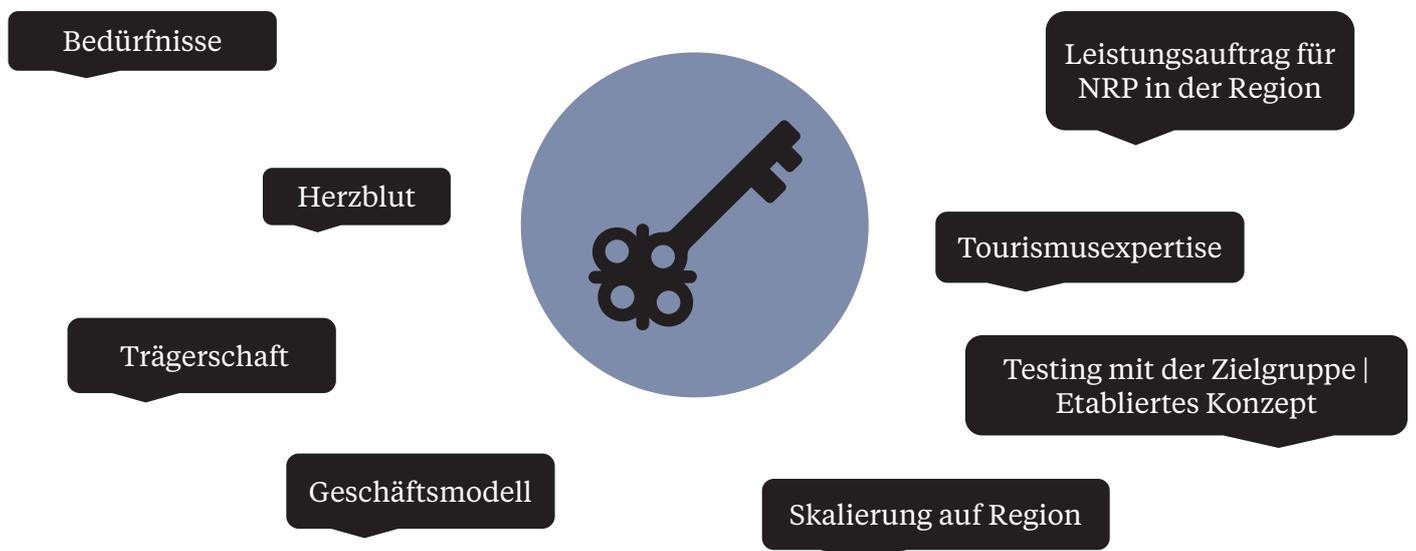
Der Weg des Tourismusprojekts Erlebnisraum endet definitiv.
Foto: Madeleine Schödel



Stolpersteine



Schlüssel zum Erfolg



Auch aus gescheiterten Projekten bleiben die Unterlagen zugänglich, damit diese für Folgeprojekte genutzt werden können.



Wenn ein Projekt gescheitert ist, muss die Region daraus lernen.

FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

Ich freue mich auf Ihre Fragen und die Diskussion im Rahmen des Podiums.



MIRJAM WÜTHRICH

Leiterin
Geschäftsfeld Tourismus
mirjam.wuethrich@zuerioberlan
d.ch
Direkt +41 52 396 50 92

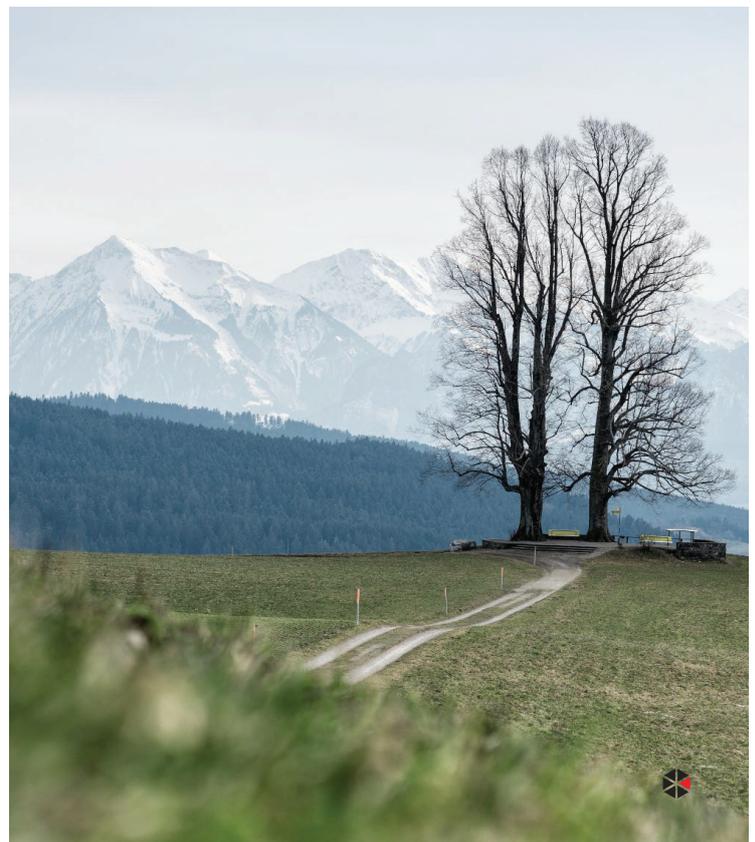


Standortförderung Zürrioberland
Bahnhofstrasse 13 | 8494 Bauma
Telefon +41 52 396 50 90
info@zuerioberland.ch | zuerioberland.ch

Podiumsdiskussion

- ▶ Dr. Monika Bandi Tanner, Leiterin
Forschungsstelle Tourismus CRED-T
- ▶ Marlise Gerteis, Gemeindepräsidentin Neueneegg,
Projekt Aufbau Koordinationsstelle Tourismus
Region Laupen
- ▶ Martin Knüsel, Präsident Verwaltungsrat und
Geschäftsführer Sportbahnen Marbachegg AG
- ▶ Mirjam Wüthrich, Standortförderung Zürrioberland,
Leiterin Geschäftsfeld Tourismus
- ▶ Peter Rubi, Gemeindepräsident Iseltwald

Moderation: Stefan Lehmann, Präsident Kommission
Regionalpolitik RKBM



Schlusswort

Stefan Lehmann, Präsident Kommission Regionalpolitik

RKBM – 2025

Einladung zum Apéro riche

Herzlichen Dank für Ihr Kommen!

Wir freuen uns über Ihre
Rückmeldung zum Anlass:



Kontakt: regionalpolitik@bernmittelland.ch, Telefon 031 370 40 70

RKBM – 2025