



Tourismusvision und Handlungsfelder

Vision du tourisme et champs d'action

Synergy Day
9. Mai 2023

www.parks.swiss



Christian Meixner Fotografie

Ablauf

11:00	Begrüssung & Ziele
11:05	Einleitung Tourismusvision & Handlungsfelder
11:20	Workshop & Diskussion
11:55	Ausblick
12:15	Mittagessen im Gasthof Ochsen, Arlesheim

Déroulement

11:00	Accueil et objectifs
11:05	Introduction Vision tourisme et champs d'action
11:20	Workshop & discussion
11:55	Perspectives
12:15	Déjeuner au Gasthof Ochsen, Arlesheim

Ziele der zwei Tage

- Wissenstransfer / Mitarbeit bei den Workshops Produktentwicklung (Ganzjahrestourismus, Aufenthaltsverlängerung) + Gästeinformation
- Zusammenarbeit mit Tourismusorganisationen aktiv fördern
- Aktive Positionierung der Pärke im Bereich Nachhaltigkeit im Tourismus in der Branche

Objectifs des deux journées

- Transfert de connaissances / participation aux workshops de développement de produits (tourisme à l'année, prolongation des séjours) + information aux visiteurs·euses
- Promouvoir activement la collaboration avec les organisations touristiques
- Positionner activement les parcs dans le domaine de la durabilité du tourisme dans la branche.

TOURISMUSVISION *(IM JUNI AN GV VALIDIERT)* UND HANDLUNGSFELDER

***VISION TOURISME (VALIDÉE EN JUIN PAR L'ASSEMBLÉE
GÉNÉRALE) ET CHAMPS D'ACTION***

Tourismusvision 2030-2050 der Schweizer Pärke

Die Schweizer Pärke sind Vorreiter für echte Nachhaltigkeit in Tourismus und Freizeit

Wir, die Schweizer Pärke, engagieren uns dafür, dass Tourismus- und Freizeitaktivitäten in den Pärken eine positive Wirkung auf die Bewohner:innen und die Gäste, die Kultur und die lokale Wirtschaft haben bei gleichzeitiger Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft.

- ✓ Wir wollen negative Auswirkungen der Tourismus- und Freizeitaktivitäten auf unsere Lebensgrundlage, d.h. die Biodiversität, sowie unsere Natur- und Kulturlandschaften reduzieren und uns proaktiv an den Klimawandel anpassen.
- ✓ Wir wollen, dass die touristische Entwicklung zum Wohlbefinden der Menschen beiträgt, sowohl heute als auch in Zukunft. Wir binden die lokale Bevölkerung und die Gäste ein, fördern das gegenseitige Verständnis und sensibilisieren für die Werte der Pärke, die zum nachhaltigen Handeln animieren.
- ✓ Wir wollen mit den Tourismus- und Freizeitaktivitäten die Wirtschaft in den Parkregionen stärken. Dabei sind Regionalität, lokale Wertschöpfung und regenerative Kreislaufwirtschaft besonders wichtig. Wir fördern den stetigen Lernprozess hin zu einer nachhaltigeren Wirtschaft.

Als Leuchttürme für eine enkeltaugliche Tourismusentwicklung engagieren wir uns zusammen mit unseren Partnern in einem kontinuierlichen und ganzheitlichen Verbesserungsprozess, um diese Vision zu erreichen.

Vision tourisme des parcs suisses 2030-2050

Les parcs suisses sont des pionniers en matière de durabilité forte dans le tourisme et les loisirs

Nous, les Parcs suisses, nous engageons à ce que les activités touristiques et de loisirs dans les parcs aient des effets positifs sur les habitant-e-s, les visiteur-euse-s, la culture et l'économie de proximité tout en préservant et valorisant la nature et le paysage.

- ✓ Nous voulons réduire les impacts négatifs des activités touristiques et de loisirs sur la nature (biodiversité, paysages naturels et culturels) et nous adapter de manière proactive au changement climatique.
- ✓ Nous voulons que le développement du tourisme contribue aujourd'hui comme demain au bien-être des gens. Nous mettons en relation la population locale avec les visiteur-euse-s, encourageons la compréhension mutuelle tout en sensibilisant aux valeurs des parcs, ce qui les stimule pour agir en faveur de la durabilité.
- ✓ Nous voulons renforcer l'économie dans les régions des parcs grâce aux activités touristiques et de loisir. La régionalité, la valeur ajoutée locale et l'économie circulaire régénérative sont ainsi particulièrement importantes. Nous soutenons le processus d'apprentissage continu vers une économie plus durable.

En tant que régions phares en matière de développement touristique orienté vers les générations futures, nous nous engageons, avec nos partenaires, dans une démarche d'amélioration globale et continue qui permette d'atteindre cette présente vision.

Champs d'action pour le développement touristique dans les parcs suisses, qui concerne les OTs

Basés sur 7 valeurs

Champ d'action 1 : Conservation et valorisation de la nature et du paysage

- ✓ *Nous encourageons les acteurs touristiques des parcs à concevoir leurs offres de tourisme et de loisirs en veillant à la préservation des ressources naturelles, à promouvoir la transition énergétique et à prévenir les émissions négatives.*

Champ d'action 2 : Valeur ajoutée régionale

Champ d'action 3 : Coopération

- ✓ *Nous encourageons la collaboration entre les acteurs tout au long de la chaîne de valeur ajoutée touristique et nous nous engageons pour plus de durabilité.*
- ✓ *Nous développons le tourisme dans les régions des parcs en étroite collaboration avec les organisations touristiques*

Champ d'action 4 : Innovation et qualité , p.ex. concernant le climat

Champ d'action 5 : Identité territoriale et culture

Champ d'action 6 : Valeurs éthiques et santé

Champ d'action 7 : Sensibilisation et communication

- ✓ *Nous partageons les valeurs des parcs avec nos partenaires et créons ainsi une communauté de valeurs solide et reconnue.*

Handlungsfelder für die touristische Entwicklung in den Schweizer Pärken, die TOs betreffen

Basierend auf 7 Werte

Handlungsfeld 1: Erhalt und Aufwertung von Natur und Landschaft

- ✓ *Wir ermutigen die touristischen Akteure in den Pärken bei den Tourismus- und Freizeitangeboten die natürlichen Ressourcen zu schonen, die Energiewende zu fördern und negative Emissionen zu verhindern.*

Handlungsfeld 2: Regionale Wertschöpfung

Handlungsfeld 3: Zusammenarbeit

- ✓ *Wir fördern die Zusammenarbeit der Akteure entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette und setzen uns hier für mehr Nachhaltigkeit ein.*
- ✓ *Wir entwickeln den Tourismus in den Parkregionen in enger Zusammenarbeit mit den Tourismusorganisationen*

Handlungsfeld 4: Innovation und Qualität, z.B. bezüglich Klima

Handlungsfeld 5: Regionale Identität und Kultur

Handlungsfeld 6: Fairness und Gesundheit

Handlungsfeld 7: Sensibilisierung und Kommunikation

- ✓ *Wir teilen mit unseren Partnern die Werte der Pärke und schaffen so eine starke Wertegemeinschaft, die wahrgenommen wird.*

Positionierung der Pärke

Pärke positionieren sich mit:

ihren ausserordentlichen **Natur-, Landschaft- und Kulturwerten** (Basis)
in der **Nachhaltigkeit im Tourismus**, mit Fokus auf

- Klima
- Regionale Produkte & lokale Bevölkerung (Regionale Naturpärke)
- Barrierefrei & Gesundheit

mit

- ✓ Sensibilisierung/Information und Bildung sowie
- ✓ Mobilität und Besucherlenkung in
- ✓ Zusammenarbeit mit allen Beteiligten entlang der ganzen Servicekette

Positionnement des parcs

Les parcs se positionnent avec:

leurs valeurs **naturelles, paysagères et culturelles exceptionnelles** (base)
dans la **durabilité dans le tourisme**, en mettant l'accent sur

- Le climat
- Les produits régionaux & la population locale (Parcs naturels régionaux)
- L'accessibilité & la santé

Avec

- ✓ Sensibilisation/information et éducation ainsi que
- ✓ Mobilité et orientation des visiteurs·euses en
- ✓ collaboration avec toutes les parties prenantes de la chaîne de services

STUDIE «CHANCE LANDSCHAFT» (2021)

ETUDE «LE PAYSAGE, UNE OPPORTUNITÉ» (2021)

Chance Landschaft

«Pärke und geschützte Landschaft sind **überdurchschnittlich attraktiv**, aber touristisch **unterdurchschnittlich vernetzt und kommuniziert.**»

«Die Pärke agieren **angebotsbezogen** und **nicht** besucherorientiert.»

Download: [hier](#)

Quelle: Chance Landschaft – Eine touristische Potenzialberechnung; Schmid, Pelli & Partner; 2021

Le paysage, une opportunité

«Les parcs et paysages protégés présentent **un attrait exceptionnel**, mais leur **interconnexion et la communication en matière de tourisme insuffisantes**»

«Les parcs agissent **en fonction des offres** et non **pas** en se basant sur les visiteurs»

Télécharger: [ici](#)

Touristisches Potenzial

- Aufbau Wissen in touristischer Angebotsentwicklung
 - Besucherorientierung
 - Buchbarkeit
 - Premium Reisemarkt
- Verstärkung Park-Kommunikation
- Verbesserung und den näheren Destinationen
- Verbesserung Vernetzung zwischen den TO's

Potentiel touristique

- Acquisition de connaissances en matière de développement de l'offre touristique
 - Orientation des visiteurs·euses
 - Réservabilité
 - Marché du voyage haut de gamme
- Renforcement de la communication du parc
- Amélioration et destinations voisines
- Amélioration de la mise en réseau entre les OT

DISKUSSION

DISCUSSION

Frage - Question

Touristisches Potenzial: Wie steht ihr zu der Schlussfolgerung von der Studie «Chance Landschaft»?

Potentiel touristique : *Que pensez-vous de la conclusion de l'étude «Le paysage, une opportunité» ?*

Zusammenarbeit: Was benötigen die Pärke, um die Zusammenarbeit mit den TO's zu optimieren und damit sie die Vision der Pärke tragen?

Collaboration : *De quoi les parcs ont-ils besoin pour optimiser la collaboration avec les OT et pour qu'ils soutiennent la vision des parcs ?*

Zielgruppen: Wie setzt ihr die zielgruppenspezifische touristische Kommunikation um? Wer sind eure Zielgruppen?

Les groupes cibles : *Comment mettez-vous en œuvre la communication touristique destinée à des groupes cibles spécifiques ? Qui sont vos groupes cibles ?*

Nächster Programmpunkt:

Prochain point au programme:

Mittagessen Gasthof Ochsen, Arlesheim
Repas de midi Gasthof Ochsen, Arlesheim

Mittwoch:

Mercredi:

14:00-16:00 Obergeschoss / Étage supérieur



VIELEN DANK!

MERCI !

