

Schritt-für-Schritt-Anleitung

«Die eigene Region für Einheimische zugänglich machen»

Touristische Angebote für die eigene Bevölkerung und Zweitwohnende öffnen und dadurch **wirtschaftliche Impulse, Identifikation** und **Akzeptanz** stärken. Mit attraktiven Vergünstigungen und einfachen Zugängen werden Einheimische zu aktiven Nutzer:innen ihrer eigenen Region – und lokale Betriebe erhalten neue Kundschaft, auch in Nebensaisons.

Schritt	Was zu tun ist	Tipps aus Zürich
1. Partnerbetriebe gewinnen	Lokale Hotels, Restaurants, Freizeitbetriebe und ÖV-Anbieter einbinden.	Vorteile für Partner klar kommunizieren: zusätzliche Kundschaft, Marketingeffekte, Auslastung in Nebenzeiten. Ein kurzer, gemeinsamer Partner-Workshop kann helfen, Ideen zu bündeln und Vertrauen aufzubauen.
2. Angebot definieren	Auswahl an touristischen Leistungen, die für Einheimische zugänglich und attraktiv sind (z. B. Übernachtungen, Freizeitangebote, ÖV). Optimal ist eine Mischung, die sowohl spontane Ausflüge als auch Wochenenderlebnisse abdeckt.	Vielfalt ist entscheidend: Kombination aus Gastronomie, Kultur, Naturerlebnis und Mobilität schafft Anreize für unterschiedliche Zielgruppen. Um genau diese unterschiedlichen Zielgruppen bedienen zu können, eignet sich die Einbindung der Bevölkerung (siehe Modul 3).
3. Preisvorteile festlegen	Attraktive, klar kommunizierte Vergünstigungen oder Gutscheine definieren. Wichtig ist Transparenz: Einfache, verständliche Konditionen.	Deutliche Ersparnis spürbar machen (z. B. 20 % Rabatt, fixe Gutscheinwerte), um Teilnahme zu motivieren.
4. Zielgruppen ansprechen	Einwohner:innen, Zweitwohnende und lokale Community aktiv informieren.	Kombination aus direkter Ansprache (Gemeindeblatt, Postwurfsendung) und digitaler Bewerbung (Social Media, Webseite) nutzen. Denkbar sind auch Kooperation mit Vereinen oder Schulen, um jüngere, diversere Zielgruppen einzubinden.
5. Vertrieb und Zugang organisieren	Einfacher Bezug der Karte oder des Gutscheins – online oder vor Ort (z. B. Tourist Info, Gemeinde, Bahnhof, App).	Möglichst wenige Hürden: unkomplizierte Anmeldung, digitale und analoge Varianten anbieten.

6. Wirkung überprüfen	Nutzung erfassen und Feedback von Teilnehmenden und Partnerbetrieben einholen. Ergebnisse für Optimierung und Kommunikation nutzen.	Daten und Geschichten kombinieren: Neben Zahlen auch qualitative Rückmeldungen sammeln («Was hat dir besonders gefallen?»). Feedback sichtbar machen – z. B. in einem Jahresbericht oder auf Social Media.
Erfolgsfaktoren bei der Anwendung	<ul style="list-style-type: none">• Niederschwelliger Zugang: Einfacher Ablauf für Bezug und Nutzung steigert Teilnahme.• Breite Angebotspalette: Unterschiedliche Interessen und Zielgruppen bedienen – vom Tagesausflug bis zur Übernachtung, von Familien über Schüler:innen bis Senior:innen.• Attraktive Preisgestaltung: Ersparnisse müssen deutlich spürbar und einfach einzulösen sein, um Motivation zu wecken.• Saisonale Steuerung: Angebot gezielt in ruhigeren Zeiten bewerben, um Auslastung zu optimieren.• Kontinuierliche Kommunikation: Regelmässig auf die Vorteile aufmerksam machen – auch während der Laufzeit.	