

Anzeiger von Saanen

Drei Destinationen, ein Team: mit «Co-opetition» zur digitalen Transformation

🕒 24.10.2025 🏠 Tourismus



Die Geschäftsführer der drei Tourismusorganisationen: v.l. Dominique Lüthy, Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg AG, Helena Galanakis, Lenk-Simmmental Tourismus AG, und Flurin Riedi, Gstaad Saanenland Tourismus. FOTO: ZVG

Saanenland, Adelboden-Lenk-Kandersteg und Lenk-Simmmental, drei starke Tourismusorganisationen im Berner Oberland, ziehen seit 2020 an einem Strang: Mit dem Projekt «Berner Oberland West – gemeinsam digital» gestalten sie ihre digitale Zukunft gemeinsam. Dabei setzen sie auf ein zukunftsweisendes Prinzip, das Zusammenarbeit und Wettbewerb miteinander verbindet: Co-opetition.

Der Begriff vereint Cooperation (Zusammenarbeit) und Competition (Wettbewerb) und beschreibt genau das Spannungsfeld, in dem sich die drei Destinationen bewegen, wie sie in einer Medienmitteilung schreiben. Als eigenständige Organisationen und Marken stünden sie im Wettbewerb um Gäste. Gleichzeitig arbeiteten sie eng zusammen, um gemeinsame digitale Projekte umzusetzen. Daraus entstünden Synergien, die keine Destination für sich allein realisieren könnte: ein Modell, das die regionale Wettbewerbsfähigkeit stärke und die digitale Transformation für alle Akteure beschleunige.

Das Vorhaben werde von der Neuen Regionalpolitik (NRP) des Bundes und des Kantons Bern unterstützt. Ziel sei es, die gemeinsamen Verbundvorteile optimal zu nutzen – von der Entwicklung und Umsetzung einer destinationsübergreifenden Digitalisierungsstrategie über die koordinierte Beschaffung und Einführung bis hin zum effizienten Betrieb digitaler Systeme. Gleichzeitig würden der Erfahrungsaustausch gestärkt und die digitalen Kompetenzen der Mitarbeitenden sowie der Leistungspartner gezielt weiterentwickelt, so die Destinationen weiter.

Mit dem Kick-off zur dritten und letzten Projektphase, die bis Ende 2027 läuft, solle der Weg für eine dauerhafte digitale Zusammenarbeit geebnet werden – im Interesse der Gäste, der Leistungspartner und der gesamten Region. Geleitet wird das Projekt von der conim AG in Zürich. Die Forschungsstelle Tourismus – CRED-T (Universität Bern), die touristika GmbH und Made in Bern sind seit Beginn weitere Projektpartner. Zudem Sorge ein starkes Miteinander dafür, dass die Zusammenarbeit auch über das Projekt hinaus Bestand habe. «Der Mehrwert liegt im engen Schulterschluss: Wir teilen Wissen, bringen unsere Erfahrungen ein und unterstützen uns gegenseitig. Wenn Fragen auftauchen, ist es selbstverständlich, zum Hörer zu greifen und miteinander Lösungen zu finden. Genau dieses Miteinander macht das Projekt so stark», sagt Helena Galanakis, Geschäftsführerin von Lenk-Simmental Tourismus.

Ob bei der Ferienplanung, beim Buchen oder während des Aufenthalts: Gäste würden künftig in allen drei Destinationen ein attraktives digitales Angebot entlang der Customer Journey finden. So profitierten sie von einer digitalen Gästekarte, klar strukturierten Onlineangeboten und einem zentralen Zugang zu Informationen und Erlebnissen. «Wir möchten den Gästen ein unkompliziertes und herzliches Willkommen bereiten, digital genauso wie vor Ort. Das schaffen wir, indem wir unsere Kräfte bündeln und gemeinsam denken», so Flurin Riedi, Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus.

Zusammenarbeit bringt Vorteile für alle

Durch die enge Kooperation setzten die drei Tourismusorganisationen auf die gleichen digitalen Werkzeuge. Das spare Kosten, erleichtere den Betrieb und schaffe Freiräume für kreative Angebote. Ein konkretes Beispiel: «Die technische Grundlage für die Websites wurde nur einmal entwickelt. Sie basiert auf einer gemeinsamen Architektur, wird jedoch individuell auf jede Destination angepasst und ausgespielt. So entsteht ein einheitlicher technischer Standard bei gleichzeitigem Erhalt des regionalen Charakters. Davon profitieren nicht nur die Destinationen selbst, sondern auch Hotels, Bergbahnen und viele weitere Leistungspartner. Sie können ihre Angebote direkt in die Systeme einspielen und erreichen die Gäste über die Websites und die digitale Gästekarte», so die Tourismusorganisationen.

Aufgaben im Bereich Digitalisierung würden künftig in Kompetenzteams organisiert. Für wichtige Themen übernehme jeweils eine Tourismusorganisation die Führung und bringe ihre Expertise ein.

Mehr Gästeorientierung durch Daten

In der aktuellen dritten Phase werde das Fundament der digitalen Transformation weiter ausgebaut. Neue Anwendungen – wie etwa der «Digitale Concierge» an der Lenk – sollen den Aufenthalt der Gäste vor Ort noch attraktiver gestalten. Gleichzeitig trage die Einführung eines neuen CRM-Systems dazu bei, die internen Prozesse weiter zu optimieren. Ein «Tourismusbarometer» werde implementiert, um die Entwicklung der Region mit wertschöpfungsbasierten Kennzahlen besser messbar zu machen. Tools würden jeweils in einer Destination pilotiert und nach gewonnenen Erkenntnissen in den anderen

Destinationen ausgespielt. «Durch die gemeinsame Digitalisierung können wir künftig im Marketing noch stärker datenbasierte Entscheidungen treffen und unsere Kampagnen effizienter gestalten», ist Dominique Lüthy, Geschäftsführer der Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg AG, überzeugt.

Ein Modell für andere Regionen

Die Kooperation habe Vorbildcharakter: Das «Haus der Digitalisierung», das die drei Organisationen gemeinsam bauen, stehe sinnbildlich für eine Zukunft, in der jede Region ihre Eigenständigkeit behalte und dennoch von gemeinsamen Strukturen und Kompetenzteams profitiere, sind die drei Destinationen überzeugt.

PD/AMO



<https://www.anzeigervonsaanen.ch/drei-destinationen-ein-team-mit-co-opetition-zur-digitalen-transformation>