

Drei Destinationen widmen sich einer Digital-Offensive

Gstaad Saanenland, Adelboden-Lenk-Kandersteg und Lenk-Simmental setzen seit 2020 auf eine gemeinsame Digitalstrategie. Das Projekt «Berner Oberland West – gemeinsam digital» nutzt das Prinzip der «Co-opetition», um Synergien zu schaffen, Effizienz zu steigern und Gäste digital noch besser zu begleiten.



Wollen gemeinsam eine neue Form von digitaler Zusammenarbeit in der DMO-Welt etablieren: das Projektteam «Berner Oberland West – gemeinsam digital».

Gstaad Saanenland, Adelboden-Lenk-Kandersteg und Lenk-Simmental verbinden Zusammenarbeit mit Wettbewerb. Als eigenständige Marken treten sie am Markt auf, bündeln aber ihre Kräfte bei digitalen Projekten. Möglich wird dies durch die Unterstützung der Neuen Regionalpolitik (NRP) von Bund und Kanton Bern.

Ein digitales Fundament für die Zukunft

Von der gemeinsamen Strategie über den Einkauf bis zum Betrieb: Die drei Destinationen nutzen dieselbe technische Basis, passen sie aber individuell an. Das spart Kosten, vereinfacht Abläufe und ermöglicht einheitliche Systeme – etwa bei Webseiten, Gästekarten oder Buchungstools.

Fokus auf Gäste und Partner

Digitale Services wie der «Digitale Concierge», ein neues CRM oder das geplante «Tourismusbarometer» schaffen Mehrwert für Gäste, Hotels und Leistungspartner. Datenbasierte Entscheidungen verbessern Marketing und Angebotsentwicklung – pilotiert jeweils in einer Destination und danach regional ausgerollt.

Ein Haus für die Digitalisierung

Mit dem Start der dritten und letzten Projektphase bis Ende 2027 soll die Zusammenarbeit dauerhaft gesichert werden. Das «Haus der Digitalisierung» steht sinnbildlich für ein Modell, das regionale Identität wahrt und dennoch auf gemeinsame Strukturen und Know-how setzt – ein Vorbild für andere Regionen. (mm)

Publiziert am Dienstag, 21. Oktober 2025

<https://www.htr.ch/story/tourismus/drei-destinationen-widmen-sich-einer-digital-offensive-44111>