

Projektskizze für einen Innotour Antrag

Filmtourismus: Chancen und Herausforderungen für den Schweizer Tourismus

Touristische Inwertsetzung von Filmproduktionen in der Schweiz.

Kurzversion

z.H der Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren der Schweiz (RDK)

Film Commission
Switzerland 

HSLU Hochschule
Luzern

Zürich und Luzern, April 2024

1. Einleitung

Filmproduktionen haben grosses Wertschöpfungspotenzial in zweierlei Hinsicht: Erstens direkt und kurzfristig während der Produktionsphase, durch Jobs in der Filmbranche und bei verschiedenen externen Dienstleistungsunternehmen sowie durch Übernachtungen und Verpflegung von Produktionsteams, Schauspielenden und Statisten. Zweitens indirekt und langfristig durch Pflege und Weiterentwicklung des touristischen Images des Drehortes sowie den zahlreichen Gästen, welche die Filmdrehorte besuchen. Letzteres wird auch als Filmtourismus bezeichnet.

Dieses Projekt hat insbesondere diese zweite Phase, den Filmtourismus, im Visier: Es möchte die touristischen Auswirkungen von Filmen besser verstehen und konkrete Hilfestellung für Tourismusorganisationen erarbeiten, wie mit Filmtourismus umzugehen ist. Es gilt das enorme Potential besser auszuschöpfen und ungewünschte Begleiterscheinungen zu minimieren.

Die zunehmende Globalisierung von Film- und Serienproduktionen, auch auf Online-Plattformen wie Netflix, Sky oder Amazon, führt zu einer wachsenden Tourismuskonsumnachfrage, welche die Destinationen oft unvorbereitet und unkontrolliert trifft. Beispiele wie Iseltwald am Brienersee (durch die koreanische Fernsehserie „Crash Landing on You“) zeigen exemplarisch auf, wie schnell eine Gemeinde mit der zusätzlichen Tourismuskonsumnachfrage überfordert ist und mit unbeliebten Massnahmen reagieren muss.

Auf der anderen Seite stehen Erfolgsgeschichten wie beispielsweise das Schilthorn, welche seit den 1970er Jahren den James Bond Dreh «Im Geheimdienst Ihrer Majestät» geschickt als touristisches Erlebnis inszeniert und sich so langfristig und nachhaltig als einzigartiges Ausflugsziel positioniert.

Das Projekt ist in drei Teilprojekte gegliedert.

- **Auslegeordnung:** In einem ersten Schritt soll durch eine systematische Auslegeordnung eine Übersicht über die Aktivitäten im Filmtourismus in der Schweiz und in vergleichbaren Ländern gewonnen werden. Daraus sollen die Chancen und Herausforderung für die touristischen Destinationen der Schweiz abgeleitet werden.
- **Erfolgsfaktoren:** Auf Basis der Ergebnisse von Teilprojekt 1 wird ein idealtypischer Umgang von Destinationsmanagement Organisationen (DMO) mit dem Filmtourismus erarbeitet. Es werden Erfolgsfaktoren bestimmt und Massnahmen zur Minderung von negativen Effekten entwickelt.
- **Dissemination:** Im dritten Teil werden die erarbeiteten Erkenntnisse einem breiten Publikum zugänglich gemacht. Das gewonnene Wissen soll mit Vertretern der Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft geteilt werden.

2. Projektaufbau

Teilprojekt 1: Auslegeordnung: Chancen und Gefahren des Filmtourismus

Aufgaben	Methode	Lead
<ul style="list-style-type: none"> - Auswahl verschiedener Destinationen aus dem In- und Ausland - Analyse von Chancen und Gefahren sowie Stärken und Schwächen des Filmtourismus - Laufender (iterativer) Prozess, der auch während TP2 und TP3 fortgeführt wird 	Desk Research, Interviews	Universität Basel, Hanna Janta

Teilprojekt 2: Erfolgsfaktoren: Massnahmen im Umgang mit Filmtourismus

Aufgaben	Methode	Lead
<ul style="list-style-type: none"> - Erarbeiten von Massnahmen zur Förderung der touristischen Wertschöpfung im Filmtourismus in der Schweiz (innovative Produkte und Angebote, frühzeitige Zusammenarbeit zw. Film und Tourismus) - Erarbeiten von Massnahmen zur Minderung von negativen Effekten (Besucherlenkung, Kommunikation, Produktionsbegleitung) - Bestimmen von Erfolgsfaktoren, Ausarbeiten einer Toolbox mit Leitfaden für einen smarten Umgang mit Filmtourismus. 	Partizipative Workshops mit Touristikern und Destinationen Zuzug von Experten	Hochschule Luzern, Florian Eggli

Teilprojekt 3: Dissemination: Erkenntnisse für Film und Tourismus

Aufgaben	Methode	Lead
<ul style="list-style-type: none"> - Dissemination der Erkenntnisse in Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft. 	Vorträge an Fachtagungen, Branchenanlässe. Publikationen.	Film Commission Switzerland, Nicole Barras, Peter Beck

3. Zeitplan

	2024				2025			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
TP1: Auslegeordnung								
TP2: Erfolgsfaktoren								
TP3: Dissemination								
Projektmanagement								

4. Budget

Aufwand	CHF	Total
TP1: Auslegeordnung	100'000	
TP2: Erfolgsfaktoren	250'000	
TP3: Dissemination	20'000	
Projektmanagement	30'000	400'000

Ertrag	CHF	Total
Unterstützung Tourismusorganisationen*	80'000	
Unterstützung Filmindustrie*	40'000	
Unterstützung SECO (70%)	280'000	400'000

***Anmerkung:** Die Unterstützung erfolgt zu jeweils ca. einem Drittel 'in cash' und zu ca. zwei Dritteln 'in-kind' in Form von unvergüteter Arbeitsleistung. Es wird mit zirka acht touristischen Destinationen gerechnet, welche je CHF 3'000 in cash sowie CHF 6'000 in-kind beisteuern. Der Betrag der Filmindustrie setzt sich aus privaten Produktionsfirmen, öffentlichen Förderinstitutionen und Filmkommissionen zusammen (gleicher Ratio).

5. Projektergebnis

Innovation	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von innovativen touristischen Produkten und Dienstleistungen zur direkten und indirekten Wertschöpfung durch Filmtourismus • Innovative Massnahmen zur Minderung bzw. besseren Lenkung von unerwünschten Begleiteffekten. • Beitrag zur innovativen Positionierung der Schweiz als international renommierter Filmdrehort.
Zusammenarbeit	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung der frühzeitigen Zusammenarbeit von internationalen Filmproduktionen und lokalen Tourismusorganisationen (z.B. zur Sicherung der Bild- und Namensrechte für Marketing-Promotion) • Förderung von Kooperation zwischen den einzelnen Film-Destinationen der Schweiz sowie nationalen Verbänden und Organisationen • Entwicklung von Kooperationsstrukturen zwischen Film Commissions, Tourismus Management Organisationen und Verwaltungsstellen.
Wissensaufbau	<ul style="list-style-type: none"> • Systematisches Sammeln und Aufbereiten von Erfahrungswissen im Umgang mit Filmtourismus in der Schweiz • Aufbau von Wissen im Umgang mit verschiedenen Kulturen/Genres (wie Bollywood, Hollywood, südkoreanische Serien und weitere) • Diffusion des aufgebauten Wissens an einer eigenen Fachtagung und in bestehenden Gefässen (z.B. Break-Out-Session am Schweizer Ferientag oder an Industry Events an Schweizer Filmfestivals).

6. Fazit

Film und Tourismus haben viele Gemeinsamkeiten. Sie spielen mit Sehnsüchten, erzählen Geschichten und schaffen bleibende Erinnerungen. Im Idealfall senden beide Formate die gleichen Botschaften und bedienen sich ähnlichen Images. Doch ohne erlernten Umgang kann die Tourismusindustrie dieses grosse Potenzial nicht ausschöpfen bzw. werden sogar negative Reaktionen bei Gästen und Bewohnenden ausgelöst. Viele Beispiele aus dem Ausland beweisen, dass dies auch anders geht und dass sich eine strategische Verzahnung von Film und Tourismus lohnt. Dieses Projekt will dazu die Grundlage schaffen und den Filmtourismus in der Schweiz fördern.

7. Teilnehmende Organisationen

Film Commission Switzerland, Nicole Barras

Vorstandsmitglied der Film Commission Switzerland und seit 2014 Geschäftsleiterin des nationalen Berufsverbandes der Schweizer Filmtechniker:innen und Filmschauspieler:innen SSFV. Sie verfügt über ein weites Netzwerk in der Schweizer Audiovisionsbranche und ist Mitglied der Schweizer Filmakademie. 2021 hat sie die Weiterbildung zur zertifizierten Green Consultant an der Hochschule der Medien Stuttgart (HdM) erfolgreich abgeschlossen.

Film Commission Switzerland, Peter Beck

Vorstandsmitglied Film Commission Switzerland und seit 42 Jahren als Produzent, Drehbuchautor und Regisseur im Bereich Auftrags- und Werbefilm tätig. Während 17 Jahren setzte er sich als Präsident der Swissfilm Association für die Branche der Auftrags- und Werbefilmproduzenten ein. Er ist Jurymitglied beim Cannes Corporate Wettbewerb sowie Mitbegründer und langjähriger Creative Director des Edi. Der Schweizer Auftrags- und Werbefilmpreis, der jährlich vom Eidgenössischen Departement des Innern verliehen wird.

Hochschule Luzern, Florian Eggli

Florian Eggli forscht und lehrt am Institut für Tourismus und Mobilität an der Hochschule Luzern, unter anderem auch über das Phänomen des Filmtourismus. Er promovierte an der Universität Lausanne zum Thema 'Overtourism' und verfügt über Praxiserfahrung im Standortmarketing, Tour Operating sowie in der touristischen Angebots-/Produktentwicklung.

Universität Basel, Hanna Janta

Hanna Janta (Hania) ist eine Tourismusforscherin und Dozentin. Sie war die Projektkoordinatorin des Forschungsprojekts 'FilmInd – The Indian Film Industries as a driver of new socio-economic connections between India and Europe' an der Universität Basel. Im Jahr 2023 hat sie ein Buch über zeitgenössische indische Filmproduktionen in der Schweiz und Europa sowie das Phänomen des Filmtourismus mitverfasst.