

Filmtourismus: Chancen und Herausforderungen für den Schweizer Tourismus

Touristische Inwertsetzung von
Filmproduktionen in der Schweiz.

Input an der RDK vom 13. Juni 2024 im Kursaal Bern

KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ (RDK)
CONFERENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME REGIONAUX DE SUISSE (CDR)
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDR)
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIUNALS SVIZZERS DAL TURISSEM (CDR)





Knausrige Koreaner sorgen für rote Köpfe

Berner Gemeinde wegen Netflix-Serie überrannt

Gemeindepräsi von Iseltwald BE über Koreaner-Ansturm und Drehkreuz-Gebühren

«Bei Schweizern ist das Unverständnis grösser»

Drehkreuz in Iseltwald BE irritiert Touristen

«Wieso gleich fünf Franken? Das ist zu teuer!»



Manuela R

Kaltenkirchen, Deutschland • 1'127 Beiträge

👍 0 ...



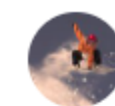
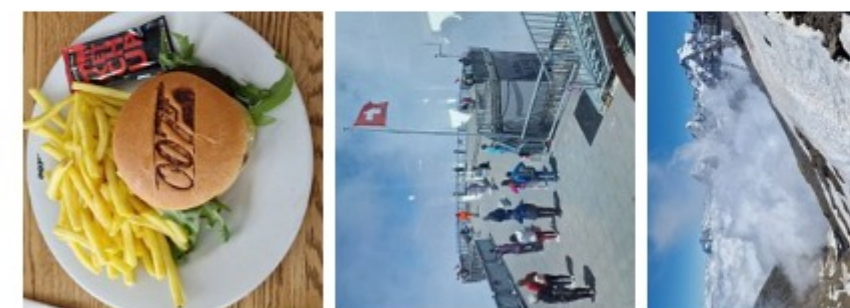
Bei schönem und klaren Wetter, hat man hier fantastische Aussichten auf die Bergwelt.

Natürlich hatten wir extra auf einen guten Wetterbericht mit Sonne etc. gewartet, damit wir diese doch recht teure Seilbahn - Tour machen können.

Ein großer, gebührenpflichtiger Parkplatz steht in Stadelberg zur Verfügung, direkt am Eingang der Seilbahn.

Die Seilbahnfahrt selbst dauert gute 30 Minuten. Oben bei Piz Gloria kann man ein-und aussteigen. Oben bei Piz Gloria ist es ein ganz tolle

[Mehr lesen](#) ▾



Dreamer35009399387

1 Beitrag

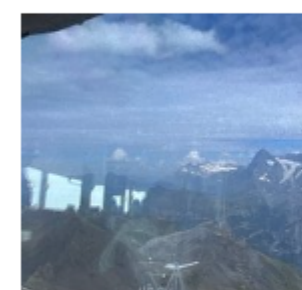


Die schillernden Bond 007 Tage sind über 50 Jahre her! Die Luft ist raus!

Aug. 2023 • Freunde

Wir waren gestern mit zwei Paaren auf dem Schilthorn. Nachdem wir unsere Tickets inkl. Piz Gloria Zvieri am Morgen online gebucht hatte war der reibungslose Teil leider schon vorbei. Die Talstation war eine Baustelle, vor der Auffahrt gab es eine 30min lange Schlange und die Aufteilung mit-und-ohne Ticket war aufgehoben. Alle 4 QR Codes auf den Tickets konnten nicht gelesen werden und vor jeder Schranke musste man dem Personal 2min die Situation erneut erklären um manuell eingelassen zu werden. Die Gondeln waren zum Bersten gefüllt, keine Klimaanlage, keine Lüftung alles noch nach Schweiß entspannen und den Ausblick genießen konnte man nicht....

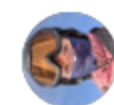
[Mehr lesen](#) ▾



👍 0 ...

👍 0 ...

visor LLC. Tripadvisor überprüft



Roxy

Grindelwald, Schweiz • 3 Beiträge



So lala

Der James Bond Brunch ist sehr grosszügig und hat für jeden etwas dabei. Leider hat das Personal aber nicht überzeugt. Die Begrüssung war sehr freundlich, danach wurde aber nicht erklärt, wie wo was funktioniert und man war sich unsicher, ob man einfach ans Buffet gehen konnte. Schliesslich hat das Personal dauernd lautstark vor den Gästen diskutiert, was das schöne Ambiente leider kaputt machte.

Verfasst am 14. August 2023

Diese Bewertung ist die subjektive Meinung eines Tripadvisor-Mitgliedes und nicht die von Tripadvisor LLC. Tripadvisor überprüft Bewertungen.



Trail776348

2 Beiträge



Tolles Erlebnis

Juli 2023 • Freunde

Top Aussicht und sehr interessant als Bond-fan. Das Essen wird auch im 007 look präsentiert. Für das Essen alleine lohnt es sich aber überhaupt nicht.



Verfasst am 16. Juli 2023

Ziele Innotour-Projekt «Filmtourismus in der Schweiz»

- Verständnis der touristischen Auswirkungen von Filmen auf Destinationen
- Konkrete Hilfestellung für DMO im Umgang mit Filmtourismus
 - zur besseren Ausschöpfung des Potentials
 - zur Minimierung der ungewünschten Begleiterscheinungen.
- Stärkung der Schweizer Tourismuslandschaft

Projektaufbau:

- **Auslegeordnung:** Systematische Übersicht über die Aktivitäten im Filmtourismus (Schweiz und Ausland) mit SWOT für die touristischen Destinationen der Schweiz.
- **Erfolgsfaktoren:** Erarbeiten eines idealtypischen Umgangs mit dem Filmtourismus durch DMO. Bestimmen von Erfolgsfaktoren und Entwicklung von Massnahmen zur Minderung von negativen Effekten.
- **Dissemination:** Teilen des gewonnenen Wissens mit Vertretern der Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft sowie weiteren Destinationen.

Zeitplan

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

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 Drittel '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, Förderinstitutionen und Filmkommissionen zusammen (gleicher Ratio).

Projektergebnisse

- **Innovation:** Touristische Angebots- und Produktentwicklung zur direkten und indirekten Wertschöpfung durch Filmtourismus, Massnahmen zur Minderung bzw. besseren Lenkung von unerwünschten Begleiteffekten.
- **Zusammenarbeit:** Frühzeitige Kooperation von internationalen Filmproduktionen und lokalen Tourismusorganisationen (z.B. zur Sicherung der Bild- und Namensrechte für Marketing-Promotionen), von Schweizer Film-Destinationen mit nationalen Verbänden und Organisationen bzw. zwischen Film Commissions, DMO und Verwaltungsstellen.
- **Wissensaufbau:** Know-How zur Inwertsetzung von Filmtourismus, im Umgang mit verschiedenen Kulturen/Genres (wie Bollywood, Hollywood, etc.) sowie Diffusion des aufgebauten Wissens.

Diskussion

- Grundsätzliches Feedback zum Projektvorhaben?
- Rückmeldung zu geplantem Aufbau und angedachter Rollenverteilung?
- Interesse an Mitwirkung?

Hochschule Luzern

Wirtschaft

Institut für Tourismus und Mobilität ITM

Dr. Florian Eggli

Dozent

T direct +41 41 228 41 86

florian.eggli@hslu.ch