

Lenk, 21.10.2025

Medienmitteilung

3 Destinationen, 1 Team: Mit «Co-opetition» zur digitalen Transformation

Gstaad Saanenland, Adelboden-Lenk-Kandersteg und Lenk-Simmental, 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. Als eigenständige Organisationen und Marken stehen sie im Wettbewerb um Gäste. Gleichzeitig arbeiten sie eng zusammen, um gemeinsame digitale Projekte umzusetzen. Daraus entstehen Synergien, die keine Destination für sich allein realisieren könnte: ein Modell, das die regionale Wettbewerbsfähigkeit stärkt und die digitale Transformation für alle Akteure beschleunigt.

Das Vorhaben wird von der Neuen Regionalpolitik (NRP) des Bundes und des Kantons Bern unterstützt. Ziel ist 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 werden der Erfahrungsaustausch gestärkt und die digitalen Kompetenzen der Mitarbeitenden sowie der Leistungspartner gezielt weiterentwickelt.

Mit dem Kick-Off zur dritten und letzten Projektphase, die bis Ende 2027 läuft, soll der Weg für eine dauerhaft 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 sorgt ein starkes Miteinander dafür, dass die Zusammenarbeit auch über das Projekt hinaus Bestand hat. «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 finden künftig in allen drei Destinationen ein attraktives digitales Angebot entlang der Customer Journey. So profitieren sie von einer digitalen Gästekarte, klar strukturierten Online-Angeboten 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 setzen die drei Tourismusorganisationen auf die gleichen digitalen Werkzeuge. Das spart Kosten, erleichtert den Betrieb und schafft Freiräume für kreative Angebote. Ein

konkretes Beispiel: Die technische Grundlage für die Webseiten 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 Webseiten und die digitale Gästekarte.

Aufgaben im Bereich Digitalisierung werden künftig in Kompetenzteams organisiert. Für wichtige Themen übernimmt jeweils eine Tourismusorganisation die Führung und bringt ihre Expertise ein.

Mehr Gästeorientierung durch Daten

In der aktuellen dritten Phase wird 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 trägt die Einführung eines neuen CRM-Systems dazu bei, die internen Prozesse weiter zu optimieren. Ein «Tourismusbarometer» wird implementiert, um die Entwicklung der Region mit wertschöpfungs-basierten Kennzahlen besser messbar zu machen. Tools werden 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 hat Vorbildcharakter: Das «Haus der Digitalisierung», dass die drei Organisationen gemeinsam bauen, steht sinnbildlich für eine Zukunft, in der jede Region ihre Eigenständigkeit behält und dennoch von gemeinsamen Strukturen und Kompetenzteams profitiert.

Medienkontakt:
Lenk-Simmental Tourismus AG
Helena Galanakis, Geschäftsführerin
Tel. +41 33 736 35 35
h.galanakis@lenk-simmental.ch

Bildlegende 1 (v.l.n.r.)

Shashi Wahala (Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg AG), Moritz Maier (Berner Fachhochschule), Monika Bandi (CRED-T, Universität Bern), Helena Galanakis (Geschäftsführerin Lenk-Simmental Tourismus AG), Urs Keiser (conim AG), Dominique Lüthy (Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg AG), Ronnie Oehrli (touristika GmbH), Janine Stampfli (conim AG), Andrea Rufener (Gstaad Saanenland Tourismus), Flurin Riedi (Gstaad Saanenland Tourismus)

Bildlegende 2 (v.l.n.r.)

Dominique Lüthy (Geschäftsführer Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg AG), Helena Galanakis (Geschäftsführerin Lenk-Simmental Tourismus AG), Flurin Riedi (Geschäftsführer Gstaad Saanenland Tourismus)