



Kantonale Tourismusstrategie Schaffhausen 2024 – 2030

Kernbotschaften – Stellenwert & Bedeutung – Mehrwerte

**Referat anlässlich des Tourismustages "Schaffhauserland"
vom 24. Oktober 2024**

**Daniel Fischer, Dr. oec. HSG
Unternehmer, Strategieberater & Management Coach**

Niederwangen b. Bern/Schaffhausen, 21. Oktober 2024



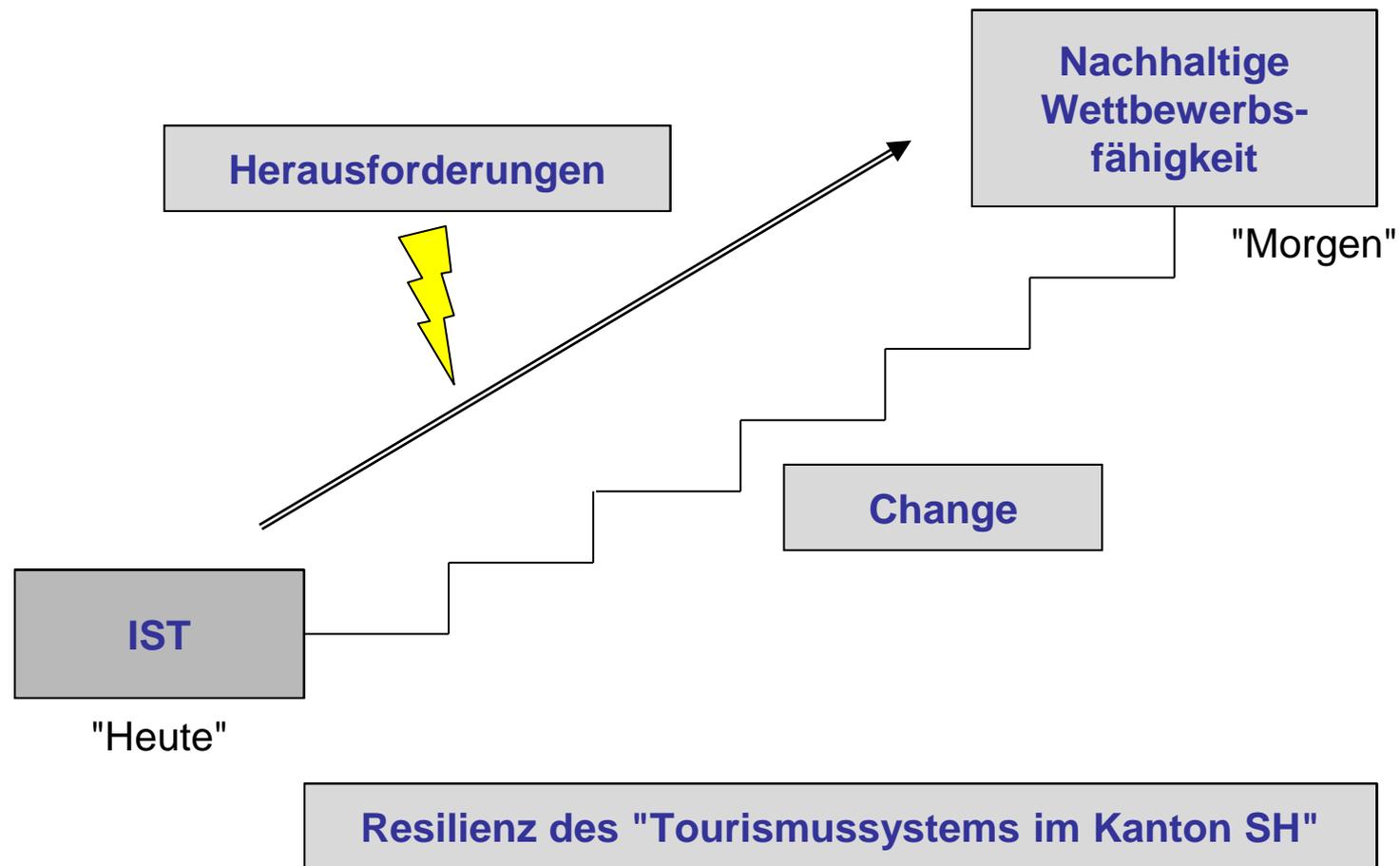
1	Warum eine kantonale Tourismusstrategie?	4
2	Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"	11
3	Externe Würdigung der "Strategie 2024 – 2030"	20
4	Relevanz für die Tourismusbranche	24



1 Warum eine kantonale Tourismusstrategie?



① Der Weg zur nachhaltigen Wettbewerbsstrategie

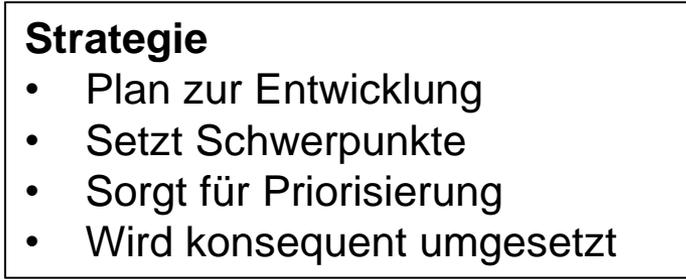
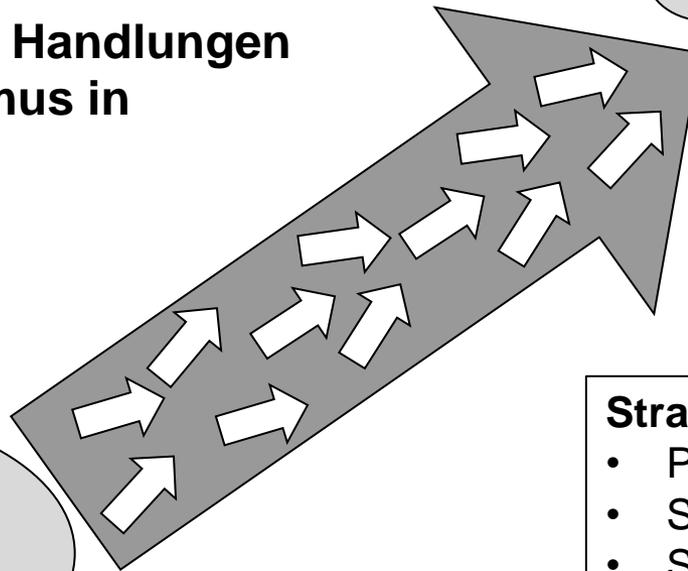
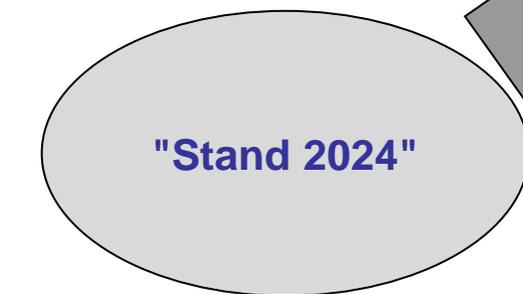


1 Warum eine kantonale Tourismusstrategie?



- ② Rolle & Mehrwerte einer Strategie
- ① Ausrichtung und Fokussierung der Kräfte

Leitplanken für alle Handlungen
betreffend "Tourismus in
Schaffhausen"

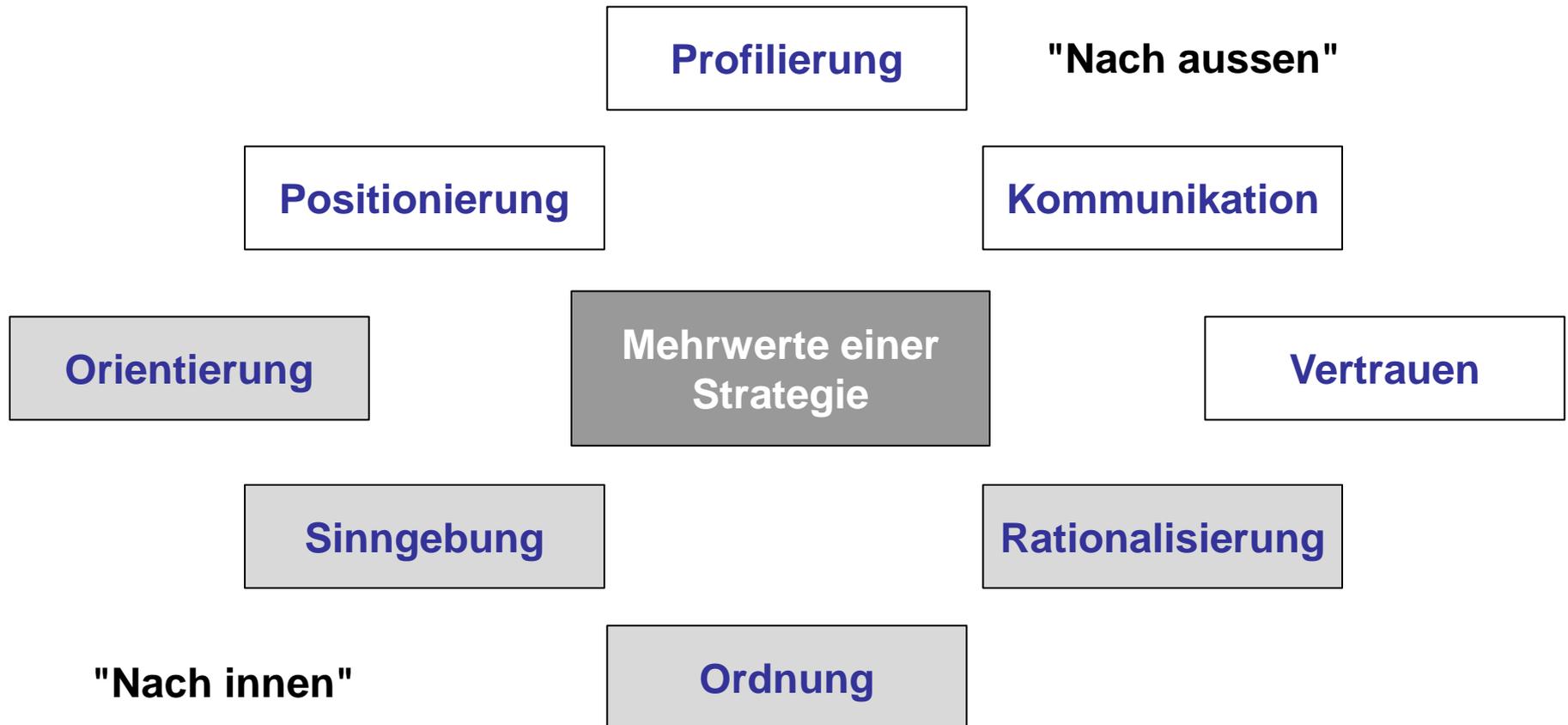


1 Warum eine kantonale Tourismusstrategie?



② Rolle & Mehrwerte einer Strategie

- ② Eine Strategie schafft Orientierung nach innen und Fokussierung nach aussen



1 Warum eine kantonale Tourismusstrategie?



② Rolle & Mehrwerte einer Strategie

③ Die Strategien innerhalb eines Raumes sind abzustimmen

Politische Ebene

- **Kantonale Tourismusstrategie**

-
- Strategien der **Gemeinden & Regionen**

+

Touristische Ebene

- **Destinationsstrategie** Schaffhauserland

-
- **SHLT-Unternehmensstrategie**

-
- Strategien der **Top-Leistungsträger**

Maximale Wirkung nach innen und aussen

1 Warum eine kantonale Tourismusstrategie?



③ "Klammerfunktion" der kantonalen Tourismusstrategie

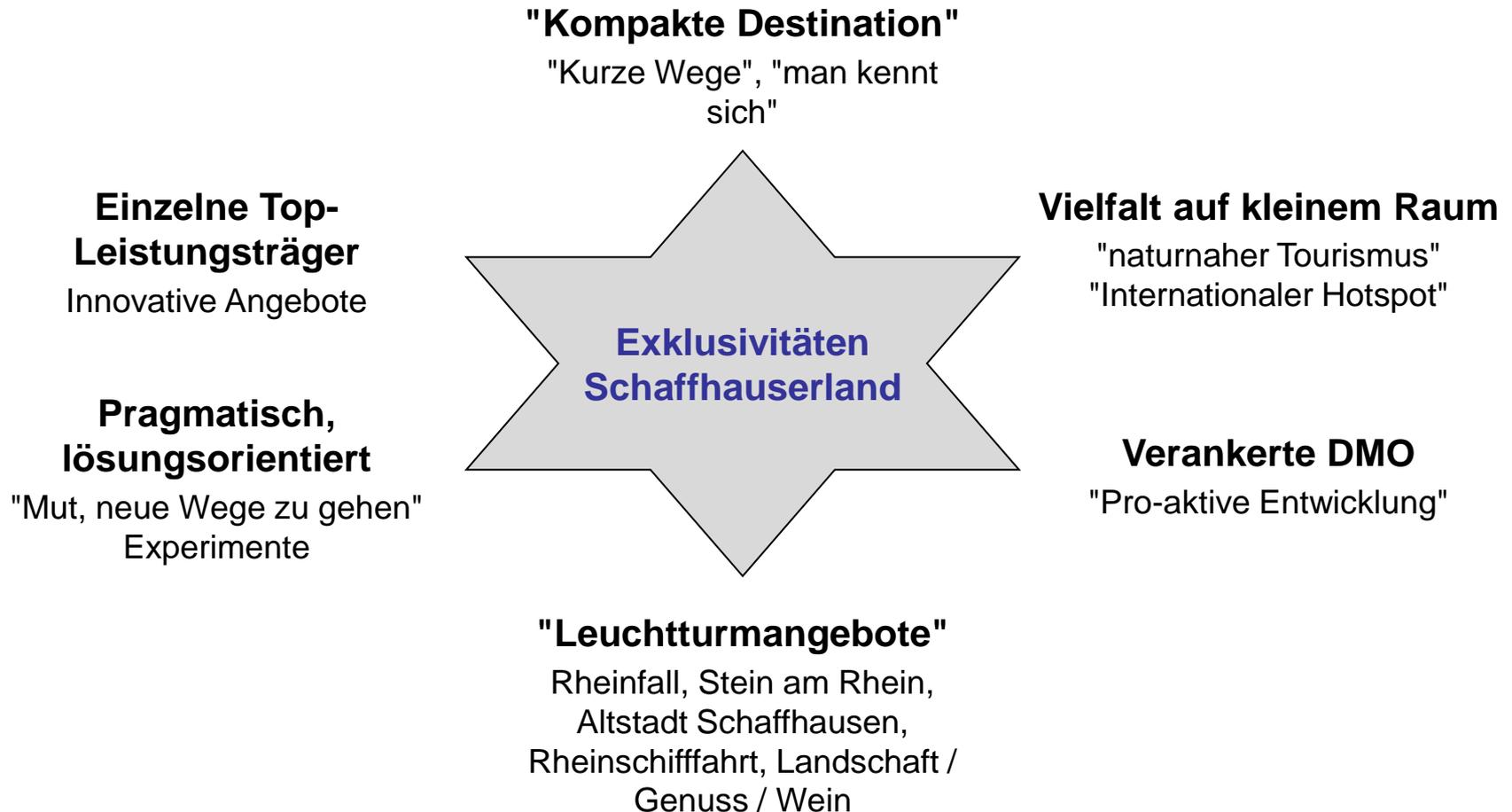


Die kantonale Tourismusstrategie bildet den Rahmen für die touristische Entwicklung in Schaffhausen

1 Warum eine kantonale Tourismusstrategie?



④ Was ist speziell in der Destination "Schaffhauserland"?

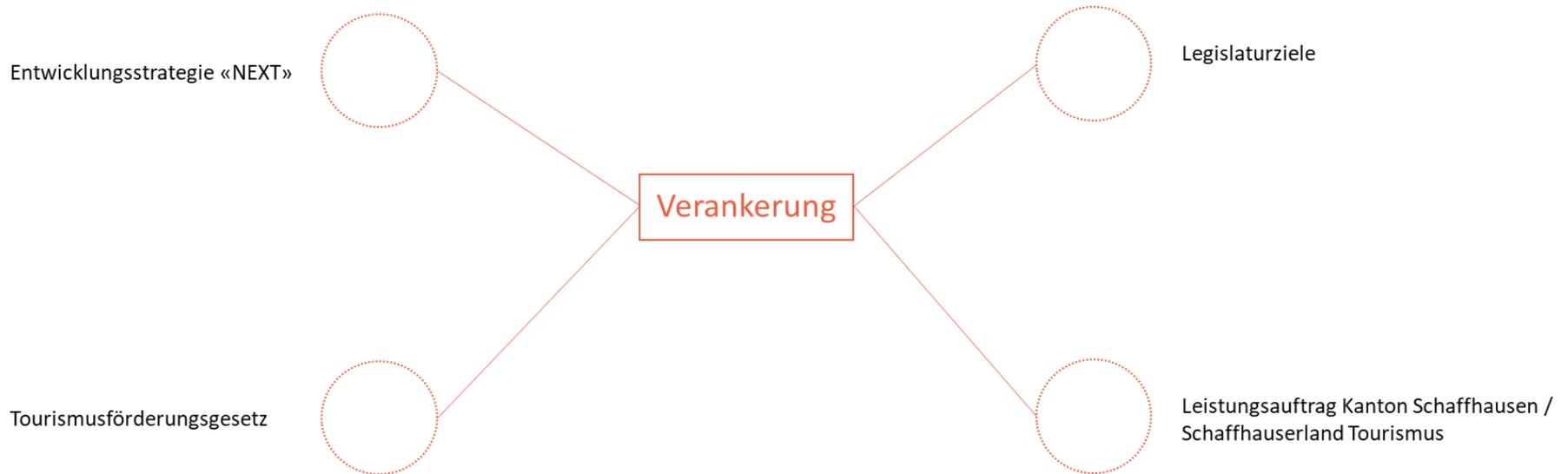




2 Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"



① Wo "dockt" die kantonale Tourismusstrategie Schaffhausen an?



2 Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"



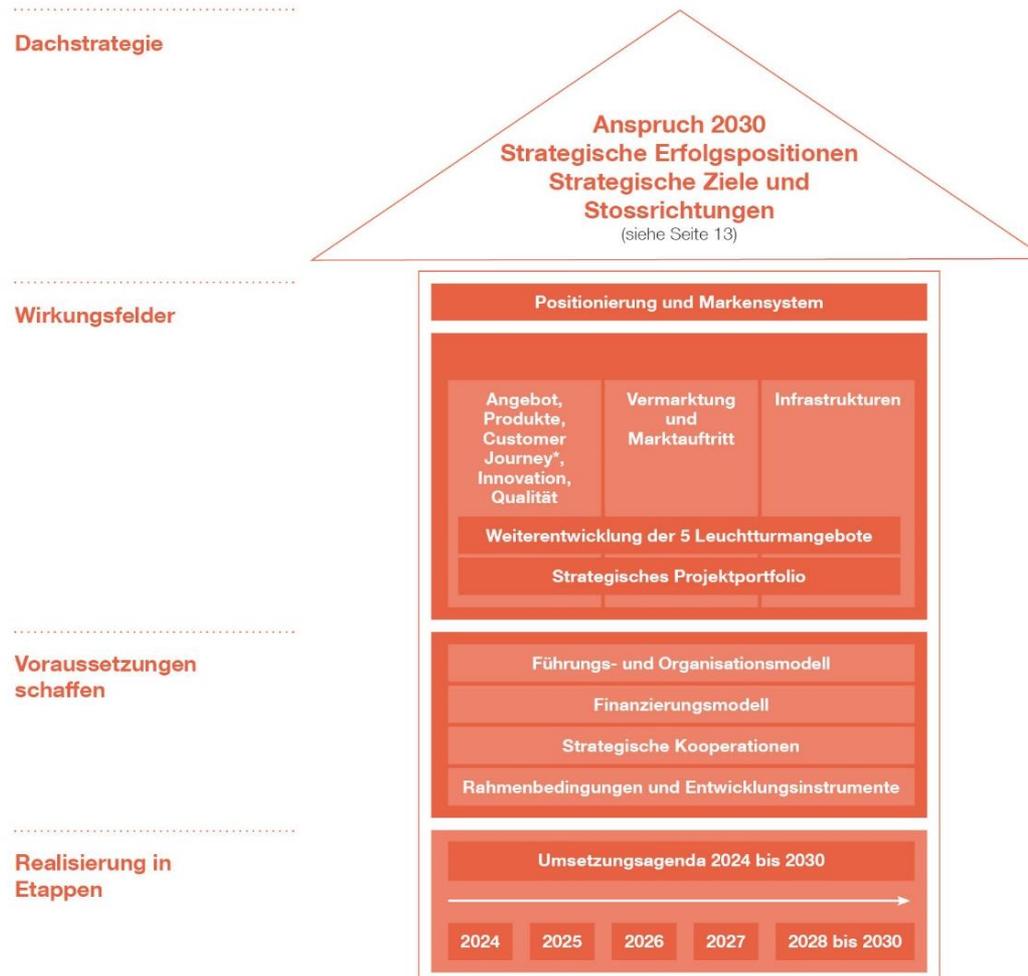
② Inhaltliche Ausgangslage – SWOT-Analyse

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none">• Attraktives Produkt / Angebot / Erlebnis• Auftritt / Image / Marke(n)• Lage / Grösse / Voraussetzungen• Funktionierende Destination / Zusammenarbeit• Touristische Leuchttürme<ul style="list-style-type: none">➢ Rheinfall, Stein am Rhein, Rheinschiffahrt, Landschaft, Genuss & Wein, Altstadt Schaffhausen• Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none">• Lücken im Angebot bzw. in der touristischen Infrastruktur<ul style="list-style-type: none">➢ Übernachtungsmöglichkeiten; Winterangebot• Ausstrahlung / Wahrnehmung<ul style="list-style-type: none">➢ "Man kennt vor allem den Rheinfall"• Finanzierung• Märkte und Zielgruppen<ul style="list-style-type: none">➢ Viele Tagesgäste• Tourismusbewusstsein / "Stolz"
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none">• Trends / Umweltentwicklung spielen Schaffhausen "in die Karten"<ul style="list-style-type: none">➢ "Naturnähe", "persönliche Note"• Lage & Erreichbarkeit• Potenziale der kantonalen Tourismusstrategie<ul style="list-style-type: none">➢ "Bündelung der Kräfte"• Finanzielle Lage des Kanton Schaffhausen	<ul style="list-style-type: none">• Klimawandel<ul style="list-style-type: none">➢ Bsp. "Eingeschränkte Schifffahrt auf dem Rhein"• Wirtschaftliche Lage / Inflation / Währung• Punktuelles "Overtourism-Risiko"<ul style="list-style-type: none">➢ Stein am Rhein, Rheinfall• Einseitige Saisonalität• Drohender Attraktivitätsverlust bzw. teilweise hoher Investitionsbedarf

2 Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"



③ Strategiegebäude – nach welcher Logik gehen wir vor?



2 Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"



④ Anspruch 2030 – die kantonale Tourismusstrategie baut auf den 3 Dimensionen der Nachhaltigkeit auf

Ökonomische Dimension

Etablierung eines 360-Tage (Stadt) bzw. eines 300-Tage (Region) Geschäftsmodells



Ökologische Dimension

Beitrag zum Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen

Soziale Dimension

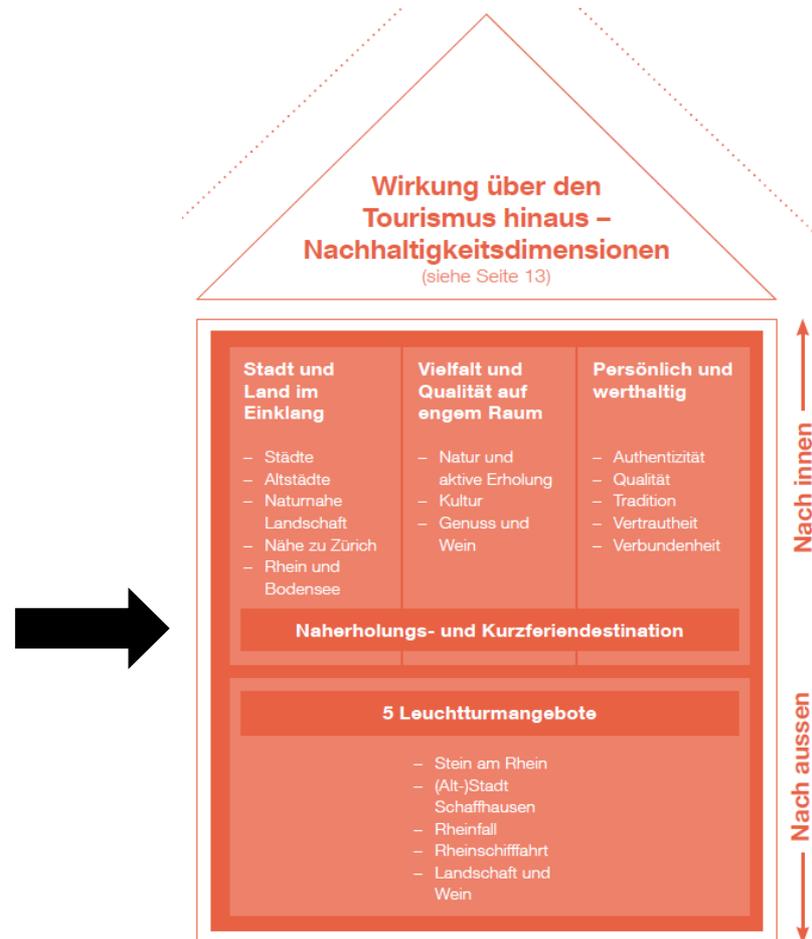
Beitrag zur Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung

"Der Tourismus leistet in Schaffhausen einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Lebensraums"

2 Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"



⑤ Positionierung – für was steht der Tourismus in Schaffhausen?



2 Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"



⑥ Strategische Ziele 2030 – was wollen wir gemeinsam erreichen?



2 Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"



⑦ Entwicklung im funktionalen Raum inkl. Kooperationen



2 Kerninhalte der "Strategie 2024 – 2030"



⑧ Rollenmodell – wie stellen wir uns auf für die Umsetzung?

Orchestrator, Systemarchitekt (Gesamtverantwortung, Monitoring)

- Kanton Schaffhausen (Volkswirtschaftsdepartement)



Rollenmodell

Das Rollenmodell definiert die Verantwortlichkeiten und Aufgaben um ein einheitliches organisationsübergreifendes Verständnis sicherzustellen.

Infrastruktur, Finanzen und Rahmenbedingungen (Investoren)

- Kanton Schaffhausen
- Gemeinden und Städte
- Dritte

Produkt, Markt, Customer Journey (Systemmanager)

- Kantonale Tourismusorganisation
- Touristische Leistungsträger als Content-Lieferant



3 Externe Würdigung der "Strategie 2024 – 2030"



① Was liegt mit der kantonalen Tourismusstrategie jetzt vor?

- ☑ Eine **gemeinsame übergeordnete Perspektive bzw. Anspruch** ("Wo wollen wir hin?")

- ☑ Eine **Positionierung** ("Wer sind wir und für was stehen wir?")

- ☑ Ein **Rahmen als Orientierung** für die **Akteure der Branche** sowie **SHLT als kantonale Tourismusorganisation**

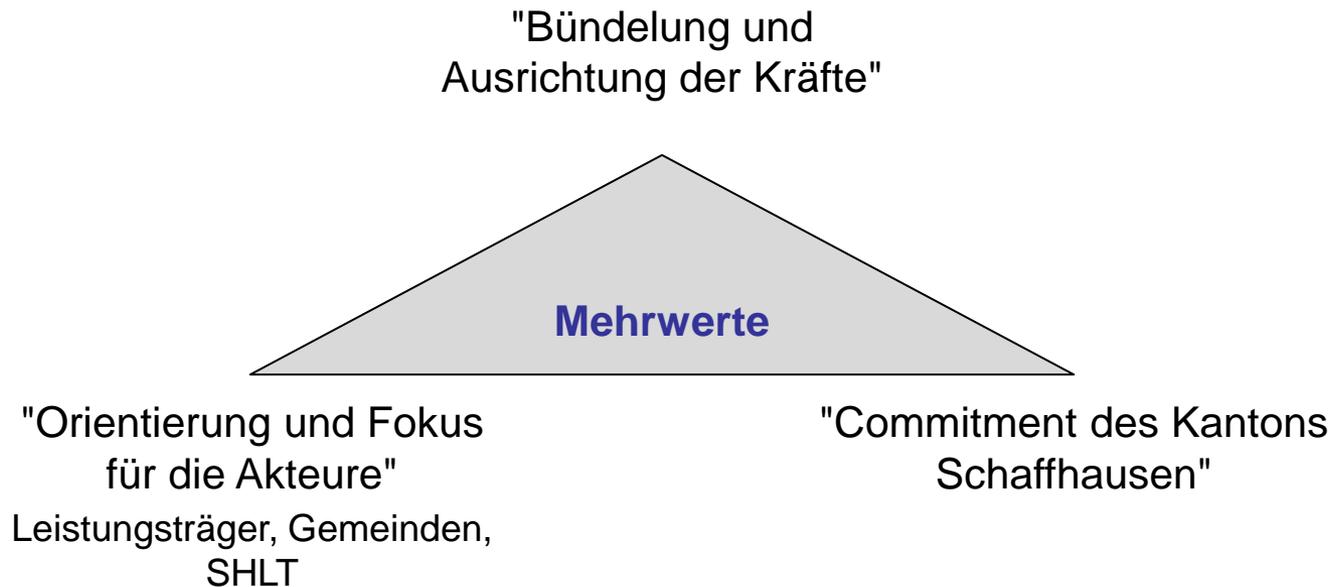
- ☑ Eine **wirkungsorientierte Handlungsagenda** sowie ein **Plan** ("Welche Themen / Schwerpunkte gehen wir an?")

- ☑ Ein **Rollenmodell** für die **Umsetzung** ("Wie stellen wir uns dazu auf?")

3 Externe Würdigung der "Strategie 2024 – 2030"



② Mehrwerte der kantonalen Tourismusstrategie

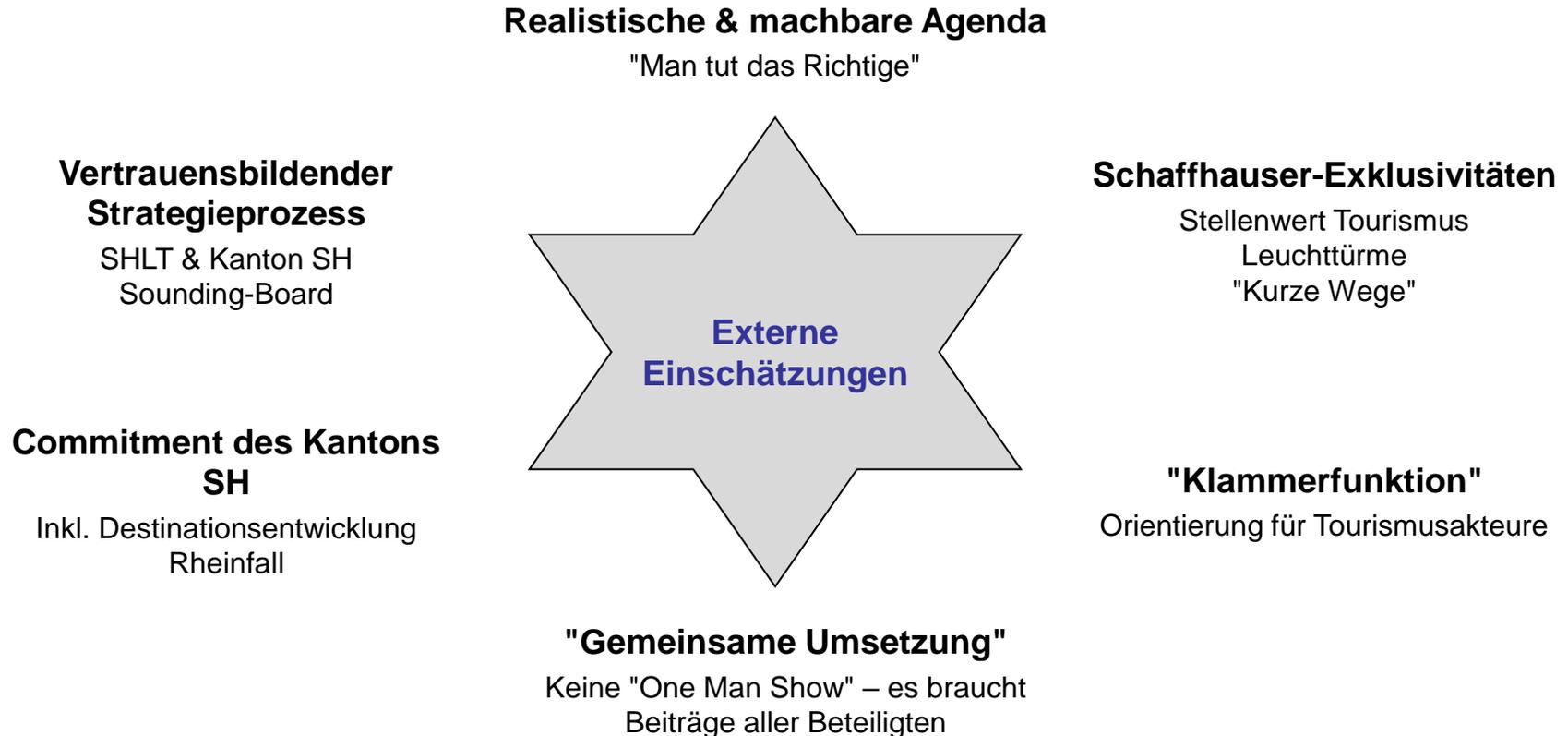


Die kantonale Tourismusstrategie als "Klammer" für die touristische Entwicklung im Kanton SH trägt zu einer nachhaltigen Entwicklung, gestärkten Wettbewerbsfähigkeit und Resilienz des "Tourismussystems im Kanton SH" bei

3 Externe Würdigung der "Strategie 2024 – 2030"



③ Externe Einschätzungen zu kantonalen Tourismusstrategie





4 Relevanz für die Tourismusbranche



① Kernbotschaften der kantonalen Tourismusstrategie im Überblick

- ☑ "Der **Tourismus** leistet im Kanton **Schaffhausen** einen **wichtigen Beitrag** zur **nachhaltigen Entwicklung** des **Lebensraums**"
- ☑ Bekenntnis zur **Nachhaltigkeit** (drei Dimensionen: People, Planet, Profit)
 - "Eine **nachhaltige Entwicklung** des **Tourismus** bedingt die **Bereitschaft aller Akteure**"
- ☑ Die **Position** als **Naherholungs- und Kurz-Ferien-Destination** wird als Einheit gestärkt
- ☑ Etablierung von **360-Tage (Stadt) bzw. 300-Tage (Region) Geschäftsmodellen**
- ☑ **Erlebnisqualität** und **–dichte** sicherstellen
- ☑ **5 Leuchttürme** im **Dienst** der **Gesamtdestination**

4 Relevanz für die Tourismusbranche



② Ansatzpunkte für Branchen-Akteure

