



Check-in



Liebe Leserin,
lieber Leser

Zweitwohnungsinitiative und Masseneinwanderungsinitiative: zwei angenommene Initiativen – zwei grosse Herausforderungen für den

Schweizer Tourismus. Heute zeigen sich die Auswirkungen der Zweitwohnungsinitiative immer klarer. Die Zuversicht ist gewachsen, dass die Initiative neue Chancen eröffnet. Chancen, die der Schweizer Tourismus – auch in Verbindung mit dem angekündigten Massnahmenpaket des Bundesrats – bestmöglich nutzen muss.

Die Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative steht erst am Anfang. Noch können die Folgen für den Schweizer Tourismus nicht im Detail abgeschätzt werden. Da fast die Hälfte der Arbeitskräfte im Tourismus ausländischer Herkunft sind, ist die Branche stark betroffen. Wie bei der Zweitwohnungsinitiative gilt es hier, sich mit Nachdruck für eine tourismusfreundliche Umsetzung zu engagieren.

Die beiden Initiativen sorgen für intensive Diskussionen und viel Bewegung in der Branche. Nicht vergessen werden dürfen die Herausforderungen, die weniger offensichtlich und mit schleichenden Veränderungen verbunden sind. Allen voran der Klimawandel: Er ist eine Realität, die vom Schweizer Tourismus – und damit von Ihnen – Anpassungsprozesse erfordert. Wie die aktuelle Insight-Ausgabe zeigt, unterstützt Sie der Bund dabei.

Dr. Eric Jakob
Botschafter, Leiter Direktion
für Standortförderung

Schwerpunkt: Klimawandel

Fokus Politik

- 1 | Anpassung unterstützen
- 3 | Die Schweiz vorbereiten

Best Practice

- 4 | Klimaschutz jetzt und hier
- 5 | Pilotdestination Sattel
- 8 | Please disturb

Gespräch

- 6 | Innovation nötig

Fokus Politik: Massnahmen zugunsten des Tourismus

Klimawandel: Anpassung unterstützen

Der Klimawandel wird den Schweizer Tourismus verändern. Der Bund unterstützt die Anpassung mit der Wachstumsstrategie für den Tourismus und mit der Strategie zum Klimawandel.

Christoph Schlumpf, SECO

2010 hat der Bundesrat in der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz den Klimawandel als eine der fünf wichtigsten Herausforderungen identifiziert. Im Umsetzungsprogramm 2012–2015 zur Wachstumsstrategie ist der

Klimawandel verankert. In internationalen Gremien setzt sich die Schweiz für die Behandlung des Klimawandels ein. Dieser ist sowohl für die Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO) als auch für das Tourismuskomitee der OECD ein wichtiges Thema. 2007 hat die Schweiz massgeblich zur «Davoser Erklärung» der UNWTO beigetragen.

Chancen und Risiken

Wie die Wachstumsstrategie aufzeigt, wird der Klimawandel den Schweizer Tourismus schleichend verändern. Die ►►



Wenn das Klima wärmer wird, könnte die Sommerfrische (hier im Binntal VS) zur Chance für den Bergtourismus werden.

Fokus Politik: Massnahmen zugunsten des Tourismus

► Erwärmung birgt nicht nur Chancen und Risiken (siehe Tabelle), es wird auch Gewinner und Verlierer geben. Die Sommermonate werden tendenziell trockener und wärmer und im Winter wird die natürliche Schneegrenze ansteigen.

Während die Auswirkungen auf den Wintertourismus vielfach erforscht sind, sind die Folgen für den Sommertourismus weniger klar. So könnte zum Beispiel die «Sommerfrische» für die Voralpen und Alpen eine Chance darstellen. Im Winter dürfte die Schweiz künftig im Vergleich zu den Nachbarländern Vorteile haben, da ihre Skigebiete im Durchschnitt höher liegen. Tiefer gelegene Skigebiete in den Voralpen werden hingegen weniger schneesicher sein.

der Universität Bern hat aufgezeigt, dass sich viele Tourismusorte und -betriebe schon heute den klimatischen Veränderungen anpassen. Bei der Kommunikation, vor allem beim Wissensaufbau und der Wissensverbreitung auf nationaler Ebene, kann der Bund wesentliche Aufgaben übernehmen. Die Gefahrenminimierung ist in erster Linie Sache der öffentlichen Hand auf lokaler Ebene.

Massnahmen des Bundes

Der kürzlich vom Bundesrat veröffentlichte Aktionsplan zur Strategie enthält zwei Massnahmen zum Tourismus: 1. die Förderung der Angebotsentwicklung und Diversifikation im Schweizer Tourismus, 2. die Unterstützung des Wissensaufbaus

Handlungsfeld Angebotsentwicklung

- Förderung von Innovation und Diversifikation (insb. Förderung Sommer- und Ganzjahrestourismus), Intensivierung der Forschung
- Sicherung und Weiterentwicklung Schneesport

Handlungsfeld Gefahrenminimierung

- Verstärkung der Gefahrenabwehr durch technische und biologische Massnahmen
- Risikominderung durch organisatorische Massnahmen

Handlungsfeld Kommunikation

- Klare Positionierung und gezieltes Marketing
- Sensibilisierung der Bevölkerung

Handlungsfelder und Ziele im Sektor Tourismus. (Quelle: Bundesamt für Umwelt [2012]. Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz)

Chancen	Risiken
Attraktivitätszunahme im Bergtourismus durch Sommerfrische	Attraktivitätsverlust in den Voralpen durch verminderte Schneesicherheit im Winter
Attraktivitätszunahme für Badetourismus in Seeregionen im Sommer	Rückgang der Anzahl Wintersportler durch fehlende Winteratmosphäre im Mittelland
Verbesserte Konkurrenzsituation im internationalen Vergleich für hoch gelegene Schneesportorte im Winter	Zunehmender Investitionsbedarf zur Anpassung an veränderte Bedingungen (z.B. Klimaanlagen insbesondere in Städten)
Verbesserte Konkurrenzsituation aufgrund veränderter klimatischer Bedingungen in Konkurrenzräumen (z.B. zu heisser Mittelmeerraum)	Zunahme der Kosten für das Risikomanagement zum Schutz vor Naturgefahren
Attraktivitätszunahme der Städte im Sommer (Mediterranisierung)	Attraktivitätsverlust durch Landschaftsveränderungen (Gletscherrückzug)

Chancen und Risiken des Klimawandels für den Tourismus. (Quelle: Schweizerischer Bundesrat [2010]. Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz)

Drei Handlungsfelder

In der Strategie des Bundesrates zur Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz ist der Tourismus einer von neun Sektoren (siehe Seite 3). Wichtige Grundlage der Strategie ist die im Auftrag des SECO von der Universität Bern erarbeitete Studie «Schweizer Tourismus im Klimawandel – Auswirkungen und Anpassungsoptionen». Für den Tourismus wurden die drei Handlungsfelder Angebotsentwicklung, Gefahrenminimierung und Kommunikation definiert, mit insgesamt sechs Zielen (siehe Kasten).

Die Möglichkeiten der Tourismuspolitik des Bundes sind nicht in allen drei Handlungsfeldern gleich gross. Umso wichtiger ist eine aktive Rolle der Tourismusbranche. Für die Angebotsentwicklung ist primär die Branche zuständig. Unterstützung bieten Instrumente des Bundes wie Innotour oder die Neue Regionalpolitik (NRP). Die erwähnte Studie

und der Wissensverbreitung zum Klimawandel. Je nach Bedarf ist auch der Aufbau einer Wissensplattform vorgesehen. Bereits jetzt sind verschiedene Studien auf

der neu gestalteten Website der Tourismuspolitik abrufbar.

Die Massnahmen werden im Rahmen der Tourismuspolitik des Bundes umgesetzt. Zudem wird der Bund mit Innotour weiterhin Projekte unterstützen. Ein aktuelles Beispiel ist das Projekt «Klimaschutz – jetzt und hier!» (siehe Seite 4). Auch die Kantone sind aktiv. So haben kürzlich Waadt und Graubünden Studien veröffentlicht, wobei die Bündner Studie Teil des Innotour-Projektes «Qualitäts-offensive Graubünden» war (siehe Seite 7).

Informationen

www.seco.admin.ch/tourismus (Strategische Themen – Anpassung an den Klimawandel)



Mediterrane Stimmung in Solothurn. Das wärmere Klima verlängert die Sommersaison in den Städten des Mittellands.

Fokus Politik: Strategie des Bundesrats

Die Schweiz auf den Klimawandel vorbereiten

Der Bund begegnet dem Klimawandel mit einem umfassenden Aktionsplan. Damit will er die Chancen nutzen und die Risiken minimieren. Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt sollen sich frühzeitig und so gut wie möglich an die Erwärmung anpassen.

Roland Hohmann, Pamela Köllner-Heck, Thomas Probst, Martina Zoller, BAFU

Den weltweiten Ausstoss an Treibhausgasen zu vermindern, ist das Hauptziel der Schweizer Klimapolitik. Trotz aller Massnahmen ist aber klar, dass sich die globale Erwärmung im besten Fall auf 2 °C begrenzen lässt. Deshalb wird die Anpassung an den Klimawandel immer wichtiger. Dies gilt auch für die Schweiz, denn hierzulande ist bis Ende Jahrhundert mit einer Erwärmung um bis zu 5 °C zu rechnen.

Ziele in neun Sektoren

Die Anpassung an den Klimawandel ist im revidierten CO₂-Gesetz als zweite Säule der Schweizer Klimapolitik verankert. Als Grundlage für diese Aufgabe hat der Bundesrat eine zweiteilige Strategie erarbeitet. Der erste Teil wurde im März 2012 verabschiedet. Die Strategie legt drei übergeordnete Ziele fest: die Chancen des Klimawandels nutzen, die Risiken minimieren und die Anpassungsfähigkeit von Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt steigern. Um die Ziele zu erreichen, braucht es Massnahmen in den neun Sektoren Wasserwirtschaft, Umgang mit Naturgefahren, Landwirtschaft, Waldwirtschaft, Energie, Tourismus (siehe Seite 1), Biodiversitätsmanagement, Gesundheit und Raumentwicklung. Manche der Herausforderungen durch den Klimawandel können nur mit einer engen Zusammenarbeit mehrerer oder aller Sektoren bewältigt werden. Solche Herausforderungen sind:

- grössere Hitzebelastung in städtischen Gebieten
- zunehmende Sommertrockenheit
- steigendes Hochwasserrisiko
- abnehmende Hangstabilität
- steigende Schneefallgrenze
- Beeinträchtigung der Wasser-, Boden- und Luftqualität

Auch der Berner Oberaargletscher schmilzt. Der Rückzug der Gletscher wirkt sich auf die Natur, die Wasser- und Energiewirtschaft und den Tourismus aus.



Thomas Probst, BAFU

- Veränderung von Lebensräumen, Artenzusammensetzung und Landschaft
- Ausbreitung von Schadorganismen, Krankheiten und gebietsfremden Arten

Aktionsplan mit 63 Massnahmen

Den zweiten Teil der Strategie hat der Bundesrat am 9. April 2014 verabschiedet. Dabei handelt es sich um einen Aktionsplan für die Periode 2014 – 2019 mit 63 Anpassungsmassnahmen der Bundesämter. Neben fachlichen Massnahmen für einzelne Sektoren enthält er Massnahmen, um die allgemeinen Wissensgrundlagen zu verbessern und die Zusammenarbeit von Bund, Kantonen, Gemeinden und Privaten zu fördern. Zudem unterstützt der Bund die Umsetzung und Weiterentwicklung der Anpassungsstrategie mit verschiedenen Projekten:

Pilotprogramm

In einem Pilotprogramm werden 31 beispielhafte Anpassungsprojekte in Kantonen, Regionen und Gemeinden zu den Themen Ökosysteme, Wasserknappheit, Naturgefahren, Städte und Governance

durchgeführt. Das Programm dauert bis 2017.

Analyse der klimabedingten Risiken und Chancen

Für sechs Grossregionen der Schweiz lässt der Bund die klimabedingten Risiken und Chancen analysieren. Die Analyse stellt Grundlagen zur Verfügung, welche es Bund, Kantonen und Gemeinden ermöglichen sollen, Schwerpunkte für die Anpassung zu bestimmen. Die ersten Resultate der Fallstudie Aargau zeigen, dass in verschiedenen Bereichen bedeutende Klimarisiken bestehen. Zum Beispiel wird im Mittelland die Belastung der Gesundheit durch Hitzewellen stark zunehmen.

Überprüfung der Massnahmen

Damit der Bund die Anpassungsstrategie weiterentwickeln kann, wird deren Umsetzung und Wirkung regelmässig überprüft. Die Erkenntnisse fliessen in den zweiten Aktionsplan für die Zeit nach 2019 ein.

Informationen

www.bafu.admin.ch/klimaanpassung

Best Practice: Klimaschutz jetzt und hier

Destinationen mit Klima-Aktionsplan

Tourismusorte tragen selbst zum Klimawandel bei. Vier Destinationen suchen im Rahmen eines Pilotprojekts Wege, um ihren CO₂-Ausstoss zu verringern. «Klimaschutz jetzt und hier!» soll für andere Destinationen beispielhaft sein.

Peter Niederer, Gemeindefnetzwerk Allianz in den Alpen

Vom Klimawandel sind Berggebiete besonders betroffen. Seit dem Beginn des 20. Jahrhunderts hat die Temperatur in den Alpen doppelt so stark zugenommen wie im Durchschnitt. Die Erwärmung stellt den traditionellen Alpentourismus infrage. Der Tourismus selbst stösst aber weltweit 1300 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr aus. Er muss sich also nicht nur an den Klimawandel anpassen, sondern auch den eigenen CO₂-Ausstoss verringern.

Innotour-Projekt bringt Bewegung

Bereits im Jahr 2008 setzte eine Studie von Schweiz Tourismus deshalb das Ziel, dass 25% der touristischen Leistungsträger bis Ende 2010 einen eigenen Klima-Aktionsplan erstellt haben. Bis heute ist leider wenig geschehen. Deshalb haben sich unter der Führung des Gemeindefnetzwerks Allianz in den Alpen die Hochschulen Chur und Rapperswil sowie die Organisationen myclimate und climatop zusammengefunden, um das Innotour-Projekt «Klimaschutz jetzt und hier!» zu realisieren. Am Projekt beteiligt sind die vier Pilotdestinationen Braunwald, Saas Fee, Sattel-Hochstuckli und Scuol.

Das Projekt fusst auf drei Pfeilern:

1. Die Erarbeitung oder Ergänzung von strategischen Grundlagen (Leitbilder, Konzepte)
2. Die Bilanzierung von CO₂-Emissionen touristischer Leistungsträger
3. Die Entwicklung von klimafreundlichen Angeboten

Schwieriger Weg zu konkreten Angeboten

Bei der Umsetzung wurden folgende Erfahrungen gemacht:

1. Eine Strategie zu erarbeiten, lohnt sich. Aus ihr lassen sich alle Aktivitäten ableiten. Zudem sind durch den Strategieprozess die Akteure vor Ort einbezogen. Die meisten Pilotdestinationen verfügten bereits über Konzepte und Leitbilder; diese wurden zum Beispiel mit Stakeholderanalysen ergänzt oder wie im Falle von Sattel-Hochstuckli gänzlich überarbeitet.
2. Bei der CO₂-Bilanzierung besteht die Herausforderung vor allem darin, das System sinnvoll abzugrenzen. Soll zum Beispiel die Anreise der Gäste berücksichtigt werden? Zudem ist die Destination auf die Datenlieferungen von Leistungsträgern angewiesen. Manche haben nicht mitgemacht, aus Angst, ihr Haus oder Unternehmen könnte bei der Bilanzierung schlecht abschneiden. Die Resultate von CO₂-Bilanzierungen sind wertvoll und dienen als Grundlage von Verbesserungsprozessen und Marketingmassnahmen.
3. Die Entwicklung von klimafreundlichen Angeboten gestaltet sich am

schwierigsten. In den meisten Destinationen stehen die Verantwortlichen unter grossem Zeitdruck. Sich zusätzlich mit einem Thema wie dem Klimaschutz zu befassen, ist eine Herausforderung. In Saas Fee wurden in einem Workshop erste Ideen gesammelt; die Realisierung wurde noch nicht in Angriff genommen. Braunwald führte einen Klimaschutztag durch, Sattel erstellte eine Plattform zur besseren Auslastung und Sanierung von Zweitwohnungen (siehe Seite 5). Scuol setzt schon seit längerem auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Diese Destination erarbeitet nun einen Leitfaden zur Reduktion von Abfall und CO₂-Emissionen bei Events. Dabei werden die Erfahrungen mit dem klimaneutralen Bike-Marathon auf weitere Veranstaltungen übertragen. Für Destinationen lohnen sich klimafreundliche Angebote auch aus wirtschaftlicher Sicht: Nachhaltigkeit und Klimaschutz entsprechen einem Bedürfnis einer wachsenden Anzahl von Gästen. Diese sind bereit, für entsprechende Leistungen mehr zu bezahlen.

Alle Erkenntnisse aus «Klimaschutz jetzt und hier!» werden in Form eines kleinen Handbuchs «Klimafreundliche Angebote in Tourismusdestinationen» und mit einem CO₂-Berechnungstool öffentlich zugänglich gemacht. Damit können andere Destinationen von den Erfahrungen aus diesem durch Innotour unterstützten Projekt profitieren.



Martin Platter

Die Erfahrungen mit dem klimaneutralen Bike-Marathon im Nationalpark will Scuol auf andere Veranstaltungen übertragen.



R. Waser

Aktivitäten für Schulen und Familien am Klimaschutztag in Braunwald.

Best Practice: Klimaschutz jetzt und hier

Sattel-Hochstuckli zieht vor allem Tagesgäste an. Nun will die Destination den Anteil an Aufenthaltsgästen deutlich vergrössern.



Bergbahnen Sattel-Hochstuckli

Sattel will klimaneutralen Tourismus

Mehr Fremdvermietung von Ferienwohnungen, mehr energetische Sanierungen: Als Pilotdestination im Innotour-Projekt «Klimaschutz jetzt und hier!» hat sich die schwyzerische Destination Sattel-Hochstuckli ehrgeizige Ziele gesetzt.

Pirmin Moser, Bergbahnen Sattel-Hochstuckli und Tourismuskommission Sattel

Sattel-Hochstuckli ist ein Naherholungsgebiet für den Grossraum Zürich, Zug und Luzern. Innert einer Stunde gelangen die Gäste mit dem Zug oder Auto nach Sattel. 95% von ihnen reisen nur für einen Tag an, was viel Freizeitverkehr verursacht.

Im neuen Tourismusleitbild «Sattel 2020» hat Sattel als übergeordnete Idee einen klimaneutralen Tourismus festgelegt. Im Rahmen des Innotour-Projekts «Klimaschutz jetzt und hier!» erarbeitet die Destination Massnahmen, um dieses Ziel zu erreichen. Die fachkundige Begleitung durch das Gemeindefachnetzwerk Allianz in den Alpen und die Hochschulen Chur und Rapperswil ist für die Umsetzung wichtig.

Mehr Aufenthaltsgäste als Ziel

Wie kann Sattel den Anteil der Aufenthaltsgäste steigern und so die CO₂-Emissionen verringern? Im Vordergrund steht die Erschliessung des Potenzials der 150 Ferienwohnungen. Was hält die Eigentümer davon ab, ihre Wohnung an Fremde zu vermieten? Sattel hat in einer Umfrage die Gründe erhoben. Als Folge davon wurde auf private Initiative hin ein Ferienwohnungs-service gegründet, der für die

Eigentümer die Vermarktung, Vermietung, Schlüsselübergabe und Reinigung übernimmt.

Die Umfrage hat auch gezeigt, dass Eigentümer, welche ihre Wohnungen vermieten, häufiger Energiesanierungen durchführen. Mehr Vermietung führt also zu Wohnungen mit besserer Energiebilanz, was die CO₂-Emissionen erheblich reduziert. Mit einer kostenlosen Energieberatung will die Gemeinde die Eigentümer zusätzlich sensibilisieren und motivieren.

Damit mehr Aufenthaltsgäste nach Sattel kommen, will die Gemeinde zudem familiengerechte Unterkünfte schaffen; diskutiert wird über eine Jugend- und Familienherberge.

Die Gäste sensibilisieren

Findet der Gast «klimaneutral» eigentlich sexy? Ist er bereit, für ein CO₂-kompensiertes Bergbahnticket mehr zu bezahlen? Lässt er sich auf den öffentlichen Verkehr umleiten? Selbst wenn der Klimawandel in aller Munde ist, Klimaneutralität riecht nach Verzicht und Mehrkosten. Wie kann die Destination den Gast lustvoll in das Thema einbinden? Hier ist Sensibilisierung gefragt. Ein solches Projekt ist der geplante myclimate-Klimahörpfad in Sattel. Ein geeigneter Weg ist gefunden, auf welchem sich die Themen Moore, Gletscher, Wasseradern und Beschneigung präsentieren liessen. Leider gestaltet sich die Suche nach einem Sponsor für die verbleibenden CHF 50'000.– schwierig, sodass die für 2014 geplante Realisierung verschoben wurde.

Strategische Übereinkunft nötig

Will eine Destination Massnahmen für den Klimaschutz umsetzen, müssen alle Beteiligten wie Gemeinde, Bergbahn, Tourismusorganisation und Logisgeber sich auf eine gemeinsame Strategie einigen. Mit dem Tourismusleitbild «Sattel 2020» konnte in der Gemeinde Sattel diese Übereinkunft erzielt werden. Dass mit der Bergbahn Sattel-Hochstuckli AG der wichtigste Akteur eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie beschlossen hat, setzt ein starkes Zeichen. Die Bergbahn will in Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern Nachhaltigkeit in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales umsetzen. Noch hat Sattel das Ziel der Klimaneutralität nicht erreicht. Aber jede Bergtour beginnt mit dem ersten Schritt!

Panorama

Pluspunkt Innotour

Klimafreundliche Angebote stärken die Position von Destinationen, die auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sind.

Projektdauer

September 2012 bis Dezember 2014

Kontakt

Gemeindenetzwerk Allianz in den Alpen, c/o Schweiz. Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB, Seilerstrasse 4, CH-3001 Bern, +41 (0)31 382 10 10, peter.niederer@sab.ch, www.alpenallianz.org

Gemeindeverwaltung Sattel, Pirmin Moser, Dorfplatz 2, CH-6417 Sattel, +41 (0)41 835 18 08, pirmin.moser@sattel.ch, www.sattel.ch

Insight-Gespräch

Klimawandel zwingt zur Innovation

Wie soll der Schweizer Tourismus dem Klimawandel begegnen? Spezialisten aus Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft diskutieren im Insight-Gespräch über die Herausforderungen und Chancen.

Welches ist die grösste Herausforderung des Klimawandels für den Schweizer Tourismus?

Michael Cafilisch, Leiter Tourismusentwicklung Kanton Graubünden: Der Klimawandel verläuft schleichend. Die Branche muss sich heute mit Veränderungen auseinandersetzen, die sich erst in Zukunft auswirken. Der Umgang mit dieser Ungewissheit ist gerade für die klein strukturierte Tourismusbranche eine Herausforderung. Vielen Unternehmen fehlt neben dem Tagesgeschäft die Zeit für eine vertiefte Auseinandersetzung.

Alfred Schwarz, Geschäftsführer Stockhornbahn: Mit dieser Unsicherheit umzugehen, ist wirklich schwierig. Zwar weiss man zum Beispiel, wie sich die Temperaturgrenzen verschieben. Aber welche Schlüsse muss ein Wintersportort konkret daraus ziehen? Welche Angebote kommen bei den Gästen an und werden gleichzeitig den Veränderungen des Klimas gerecht? Die Stockhornbahn hat sich schon vor zehn Jahren mit diesen Fragen befasst und entschieden, den Skibetrieb einzustellen. Es ist nicht sinnvoll, in Skilifte und Beschneiungsanlagen zu investieren, wenn wir diese nicht mehr nutzen können.

Sandra Mordasini, Projektleiterin Tourismus Kanton Waadt: Eine zusätzliche Herausforderung ist, dass sich das Klima nicht nur ändert, sondern auch unbeständiger wird. Die Unternehmen müssen sich also rascher auf neue Situationen einstellen.

Dominik Siegrist, Hochschule Rapperswil: Umso wichtiger ist es, dass sie den Klimawandel als strategisches Handlungsfeld erkennen. Jedes Unternehmen ist gefordert, eine klare Strategie zu entwickeln. Dazu braucht es eine neue Branchenkultur, welche den Klimawandel nicht nur als Bedrohung, sondern auch als Chance für Neues betrachtet.

Welche Chancen sehen Sie?

Schwarz: Wir sehen die Chance der Stockhornbahn im sanften Wintertourismus. Wir bieten unseren Berg für Skitouren und Schneeschuhwanderungen an. Auch das Eisfischen ist populär. Viele Leute haben genug von überfüllten Skipisten und kommen zu uns, weil sie das Naturerlebnis schätzen. Die Nachfrage gibt uns recht. Kosten für die Skiinfrastruktur fallen keine mehr an. Wir haben nicht in neue Anlagen investiert, sondern in den Ausbau des Panoramarestaurants. Dort bieten wir nun auch Abendanlässe an. Das bringt eine höhere Wertschöpfung als der skifahrende Tagesgast.

Siegrist: Für die traditionellen Winterangebote sind die Aussichten tatsächlich nicht besonders positiv. Die Klimaerwärmung, aber auch die Alterung der Bevölkerung oder die Abkehr vom Skifahren

werden den Schneesport, wie wir ihn heute kennen, schwächen. In zwanzig, dreissig Jahren wird sich der Wintertourismus in deutlich geringerem Mass auf der Skipiste abspielen. Darauf muss sich die Branche vorbereiten.

Cafilisch: Das Beispiel der Stockhornbahn zeigt: Der Klimawandel zwingt die Unternehmen, sich klar zu positionieren. Das sehe ich als Chance. Und wir dürfen nicht vergessen: Obwohl es weniger Schnee geben wird, behalten höhergelegene Wintersportorte ihre einzigartigen Vorteile. Auch in Zukunft wollen die Städter dem Nebel entfliehen und die Wintersonne, den Schnee und die Bergwelt geniessen.

Mordasini: Und das kann man auf die ganze Schweiz übertragen: Wir werden vom Klimawandel weniger stark betroffen sein als viele andere Regionen der Welt. So wer-



Michael Cafilisch

Seit über zehn Jahren leitet der studierte Volkswirtschaftler und eidg. dipl. Tourismusexperte den Bereich Tourismusentwicklung im Amt für Wirtschaft und Tourismus des Kantons Graubünden.



Sandra Mordasini

Die ausgebildete Ökonomin ist seit 2002 im Wirtschafts- und Sportdepartement des Kantons Waadt als Projektleiterin Tourismus tätig.



Alfred Schwarz

Der dipl. Maschineningenieur FH/NDS ist seit 2009 Geschäftsführer der Stockhornbahn AG.



Prof. Dr. Dominik Siegrist

Als früherer Berater und heutiger Leiter des Institutes für Landschaft und Freiraum der HSR Hochschule für Technik Rapperswil arbeitet er seit über zwanzig Jahren zu Fragen des nachhaltigen und naturnahen Tourismus.



Seit zehn Jahren setzt die Stockhornbahn auf den sanften Wintertourismus – und trotz damit dem Klimawandel.

den wir weiterhin vier Jahreszeiten haben. Das ist ebenfalls ein Vorteil, den es zu nutzen gilt. Zum Beispiel, indem wir den Herbst stärker als Ferienzeit vermarkten.

Müssen sich staatliche Rahmenbedingungen ändern?

Mordasini: Die Unternehmen können nur flexibel handeln, wenn auch die Gesetzgebung flexibel ist. Denken Sie an Zonenplanänderungen oder Baubewilligungen. Da ist die Schweiz heute zu langsam und zu starr.

Cafilisch: Ansonsten sorgen Bund und Kantone bereits für gute Rahmenbedingungen: Sie fördern neue Tourismusangebote, informieren über beispielhafte Projekte und regen zu Kooperationen an. Die Umsetzung in die Praxis ist Aufgabe der Unternehmen. Sie müssen nun aktiv werden. Agieren statt diskutieren soll das Motto sein.

Siegrist: Dafür müssen die Unternehmen investieren – und das machen sie nur, wenn es wirtschaftlich stimmt. Der finanzielle Spielraum zum Beispiel im Gastgewerbe ist oft sehr eng. Deshalb braucht es gezielte Anreize durch den Staat, etwa ein Förderprogramm für die Energiesanierung von Hotels.

Cafilisch: In meinen Augen sind gegenwärtig keine zusätzlichen Förderinstrumente für den Tourismus nötig. Neue Regionalpolitik, Innotour und die kantonalen Förderinstrumente funktionieren. Sie müssen aber weiterentwickelt und mit nichttouristischen Instrumenten vernetzt werden.

Schwarz: Die Einsprache- und Bewilligungsverfahren sollten beschleunigt werden. Die Stockhornbahn will Solarwärme nutzen und mit Photovoltaik Strom erzeugen. Ich bin sicher, dass es gegen die Anlage Widerstand geben wird. Lange Verfahren schaden den Unternehmen und drosseln die Innovationskraft.

Mordasini: Nötig sind zudem vertiefte Kenntnisse über die Nachfrage. Ich denke zum Beispiel an die Parahotellerie-Statistik. Nur wenn wir im Tourismus ein systematisches Monitoring durchführen und die relevanten Daten erheben, können die Unternehmen Benchmarking und Erfolgskontrolle wirksam betreiben. Und so ihre Angebote den sich wandelnden Bedürfnissen anpassen.

Was hat sich bis in zehn Jahren im besten Fall verändert?

Siegrist: In zehn Jahren verfügt die Schweiz hoffentlich über eine wirkungsvolle Klimapolitik. Im besten Fall sprechen wir dann über viele erfolgreiche Beispiele für einen neuen Alpenwinter.

Cafilisch: Ich wünsche mir, dass dann im Schweizer Tourismus die Diskussion über das Klima ganz selbstverständlich geführt wird. Dieses Thema muss zum Bestandteil jedes Businessplans werden.

Schwarz: Ich wünsche mir aufgeklärte Gäste, die sich umweltbewusst verhalten und es schätzen, wenn ein Unternehmen nachhaltige Angebote schafft.

Mordasini: Der Klimawandel erhöht den Innovationsdruck. Wir werden in zehn Jahren einen grossen Schritt weiter sein als heute. Der Klimawandel zwingt uns, neue Wege zu gehen. Das hat auch sein Gutes.

Das Gespräch wurde geleitet von Nora Fehr, Dr. Schenker Kommunikation AG.

Gut erforscht

Die Auswirkungen des Klimawandels auf die Schweiz und den Schweizer Tourismus sind auf nationaler und regionaler Ebene gut erforscht. Die Kantone Graubünden und Waadt haben 2013 folgende Studien veröffentlicht:

- Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, Bergbahnen Graubünden (Hrsg.): Herausforderung Klimawandel: Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden. Juli 2013
www.qualitaet-gr.ch/downloads/awt_bbgr_klimabericht-2013_low.pdf
- Kanton Waadt (Hrsg.): Changements climatiques: Quel avenir pour les destinations des alpes et du jura vaudois? Januar 2013
www.wsl.ch/medien/news/RapportOTV/index_DE

Eine Übersicht über nationale Grundlagenarbeiten, regionale Studien und internationale Untersuchungen findet sich unter www.seco.admin.ch/tourismus (Strategische Themen – Anpassung an den Klimawandel)

Best Practice: Tag der offenen Zimmertüren

Die grösste Hotelschau der Schweiz

Unter dem Motto «Please Disturb» führten Hotels am 30. März 2014 erstmals einen nationalen Tag der offenen Zimmertüren durch. Tausende von Interessierten informierten sich über die Hotelberufe.

Christoph Juen, hotelleriesuisse

2007 luden Luzerner Hotels zum ersten regionalen Tag der offenen Zimmertüren ein. Der Event war beliebt, die Besucherechos durchwegs positiv. So übernahmen weitere Regionalverbände dieses Konzept. Unter der Federführung von hotelleriesuisse wurde «Please Disturb» nun erstmals in der ganzen Schweiz durchgeführt.

Die Hotelwelt hautnah erleben

Über 270 Betriebe – von der Swiss Lodge bis zum 5-Sterne-Superior-Hotel – gewährten am 30. März 2014 exklusive Einblicke in die Welt der Hotelberufe. 15 000 Schüler in der Berufswahlphase, Eltern, Lehrer, Berufsberater, Gäste und weitere Interessierte folgten der Einladung. Das Lindner Grand Hotel Beau Rivage in Interlaken zählte über 500 Teilnehmende.

«Please Disturb» ist mehr als bloss eine Hotelbesichtigung. Die Besucherinnen und Besucher lernen die Abläufe hinter

Jugendliche unter sich: Im Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon beantwortet Alina Hurter, Hotelfachfrau-Lernende, Fragen von Nicole Becher und Isabelle Kwik (v.l.)



den Kulissen kennen, sprechen mit den Hotelmitarbeitenden und legen selbst Hand an. Das Angebot reichte von Hotelführungen durch die Direktion über Workshops in den Bereichen Küche, Rezeption, Service, Etage und Technik bis zu Degustationen oder Baustellenführungen. Die Betriebe waren mit viel Engagement dabei.

Nachwuchsförderung als zentrales Ziel
Jugendliche erhielten die Chance, sich vor Ort ein Bild der verschiedenen Hotelberufe

zu machen und mit Lernenden ins Gespräch zu kommen. Vielerorts konnten sie an Informationsständen mehr über die Ausbildungswege erfahren. Einige Betriebe vereinbarten gleich Termine für Schnupperlehren.

In einem nächsten Schritt gilt es, die Erfahrungen zusammenzutragen und zu analysieren, damit der Erfolg im Jahr 2015 weiter gesteigert werden kann. Hotelleriesuisse ist davon überzeugt, dass «Please Disturb» der gesamten Branche einen Mehrwert bringt und freut sich schon heute darauf, wenn es wieder heisst: Bitte Stören!

Kontakt

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Tourismuspolitik, Innotour,
Holzikofenweg 36, 3003 Bern

Davide Codoni,
Stellvertreter Ressortleiter



Erstkontakt

tourismus@seco.admin.ch
T +41 (0)58 462 27 58
F +41 (0)58 463 12 12

Weitere Informationen

www.seco.admin.ch/innotour

Impressum

Herausgeber: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung, Ressort Tourismus, 3003 Bern; Koordination/Redaktion: Dr. Schenker Kommunikation AG, Bern; Französisch: Liliane Morend, Troinex; Italienisch: Rosita Sasso, Lugano-Paradiso; Layout/Druck: Stämpfli AG, Bern; Auflage: 1500 Exemplare.

Projektbeispiele Innotour

- Air&Art-Culture&Tourisme: neuartige Zusammenarbeit zwischen Tourismusakteuren aus verschiedenen Regionen rund um ein Kulturprojekt, Stiftung Air&Art, www.air-art.ch
- Anlauf-, Koordinations- und Kompetenzstelle zur Optimierung von Hotel-Websites, GastroSuisse, www.gastrouisse.ch
- Auslegeordnung zu Herausforderungen, Aufgaben und Rollenprofilen für die Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren (RDK)
- Einführung von E-Learning in der Grundausbildung Kauffrau/Kaufmann EFZ Branche Reisebüro, Schweizer Reisebüro-Verband, www.srv.ch
- Ferien mit Services – Tailor Made Holidays, Engelberg-Titlis Tourismus AG, www.engelberg.ch
- Glücklich ist, wer glücklich machen kann – ein Schulungsprojekt der Private Selection Hotels, Private Selection Hotels, www.privateselection.ch
- Maximale Guest-Experience mit der Web-Plattform HOXELL, Swiss Quality Hotels International, www.SwissQualityHotels.com
- Meta-Search Buchungssystem – «OpenBooking», Zermatt Tourismus, www.zermatt.ch
- Vertiefung und Weiterentwicklung des internationalen Benchmarking-Programms für den Schweizer Tourismus (Update-Periode 2014–2015), BAK Basel Economics AG, www.bakbasel.ch
- Kooperationsprojekt: Wine Tours Switzerland; Pilotprojekt: Bündner Herrschaft – Heidiland (WTS), Branchenverband graubündenWEIN, www.wine-tours.ch

Mehr Infos finden Sie unter www.seco.admin.ch/innotour, Rubrik «Geförderte Projekte».