



Check-in



Liebe Leserin,
lieber Leser

Das Interesse
an Fragen der
Nachhaltigkeit ist
in der Schweiz im
internationalen
Vergleich relativ

hoch. Die Lösung zentraler Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung ist aber eine Daueraufgabe der Unternehmen und der Behörden aller Stufen. Dies gilt auch für den Tourismus. Wichtige zukünftige tourismusbezogene Handlungsfelder sind etwa der Klimawandel, der Ressourcen- und Energieverbrauch, der Zersiedelungsdruck auf die Landschaft oder die Verkehrs- und Mobilitätsfragen.

Das SECO hat im Jahr 2007 zusammen mit der UNO-Welttourismusorganisation (UNWTO) und dem World Economic Forum (WEF) die 2. Internationale Konferenz über den Klimawandel und den Tourismus in Davos organisiert. Für diese Konferenz wurde erstmals der Anteil des Welttourismus am globalen Treibhauseffekt geschätzt. Er ist mit fünf Prozent signifikant. Zeitgleich sind im Tourismus bezüglich Klimawandel dynamische Lernprozesse sowohl im Bereich der Verminderungs- als auch der Anpassungsstrategien ausgelöst worden. Im vorliegenden insight leuchten wir eine breitere Palette von Aspekten der wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Entwicklung aus. Die einzelnen Beiträge behandeln bemerkenswerte Initiativen und Massnahmen des Schweizer Tourismus zur Sicherstellung der nachhaltigen Entwicklung.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre mit der neusten Ausgabe des insight.

Eric Scheidegger
Stellvertretender Direktor, Botschafter
Leiter Direktion Standortförderung

Schwerpunkt: Tourismus und Nachhaltigkeit

3 | Weichen stellen |
Der Schweizer Tourismus bekennt sich zur Nachhaltigkeit.

4 | Nachhaltiger Tourismus in Zürich | Ein hohes Verantwortungsbewusstsein zahlt sich aus.

5 | Projekte | Nachhaltige Gütesiegel, Jugendherbergen, Feriendörfer und Bergbahnen.



Nachhaltiger Tourismus muss nicht langweilig sein.

Sedrun Disentis Tourismus

Nachhaltigkeitskonzepte im Tourismus: Fakten und Trends

Der Tourismus von morgen

Fachleute sind sich einig: Einer nachhaltigen Wirtschaft gehört die Zukunft. Dem Tourismus kommt bei dieser Entwicklung eine entscheidende Rolle zu.

Davide Codoni, SECO, wissenschaftlicher Mitarbeiter

Nachhaltigkeit ist längst nicht mehr nur ein Thema für Umweltaktivisten. Banken werben für ihre nachhaltigen Anlageprodukte, Schulen für nachhaltige Ausbildungen und Warenhäuser für nachhaltige T-Shirts. Auch im Tourismus nimmt die

Nachhaltigkeit einen immer grösseren Stellenwert ein – in der Schweiz und international. Das SECO engagiert sich im Themenfeld Nachhaltigkeit – auch mit dieser insight-Ausgabe.

Nachhaltiger Tourismus

Den Grundstein für einen nachhaltigen Tourismus haben die UNO-Welttourismusorganisation UNWTO und der World Travel and Tourism Council, das Forum der grössten Tourismusunternehmen, im Jahr 1995 gelegt. Demnach ist die Tourismusbranche nachhaltig, wenn sie einen Umgang mit allen Ressourcen so ermöglicht, dass

Nachhaltigkeitskonzepte im Tourismus: Fakten und Trends

wirtschaftliche, soziale und ästhetische Bedürfnisse erfüllt werden können und gleichzeitig das kulturelle Erbe, die ökologischen Vorgänge und die natürliche Vielfalt erhalten bleiben.

Gewaltige Herausforderungen

Gemäss Prognosen der UNWTO werden die internationalen touristischen Ankünfte von 924 Millionen im Jahr 2008 auf 1,4 Milliarden im 2020 zunehmen. Einerseits sind dies natürlich sehr erfreuliche Ausichten. Andererseits stellt das Wachstum die Branche vor gewaltige Herausforderungen in den Bereichen Soziales und Umwelt. Vor diesem Hintergrund wurden der globale Kodex für Ethik im Tourismus und die globalen Kriterien eines nachhaltigen Tourismus ins Leben gerufen (siehe unten und rechts oben).

Tourismus als grüner Wirtschaftszweig

Vor der Weltklimakonferenz in der dänischen Hauptstadt Kopenhagen im Dezember 2009 hat die UNWTO zusammen mit 20 weiteren UNO-Organisationen eine Erklärung abgegeben, welche die Konferenzteilnehmer auffordert, den Weg freizumachen für eine grüne Wende in der Wirtschaft. Dies sei das beste Mittel, um weltweiten Krisen zu begegnen. In der Erklärung wird dem Tourismus eine Hauptrolle zugeschrieben. Mit anderen Worten: Es ist an uns, den Touristikern, einen nachhaltigen Weg einzuschlagen! ■

Der globale Kodex für Ethik im Tourismus

Als Ergänzung zur Davoser Erklärung, mit der sich rund 450 Vertreter von Regierungen, internationalen Tourismus- und Umweltorganisationen sowie von Wissenschaft und Forschung für einen umweltbewussten Tourismus stark machten, befasst sich der globale Kodex für Ethik im Tourismus mit den sozialen Herausforderungen der Tourismusbranche. Damit alle Beteiligten die Spielregeln des Kodexes kennen, gründete die UNWTO das Weltkomitee für Tourismusethik, das ein ständiges Sekretariat in Rom hat.

Ethikkodex: www.unwto.org/ethics > Select a Section > Full Text

Davoser Erklärung (auf Englisch und Französisch): www.unwto.org/climate > Davos Declaration Support Materials > Events Results > Davos Declaration

Die globalen Kriterien eines nachhaltigen Tourismus

Die Nachhaltigkeitskriterien stellen den Mindeststandard dar, den jeder Tourismusbetrieb anstreben sollte zum Schutz und zur Erhaltung der natürlichen und kulturellen Güter. Gleichzeitig soll der Tourismus einen Beitrag zur Minderung der Armut leisten. Die Kriterien gliedern sich in vier grundsätzliche Forderungen:

1. Ein wirkungsvolles Nachhaltigkeitsmanagement vorweisen.
2. Den sozialen und wirtschaftlichen Nutzen für die örtliche Bevölkerung maximieren und die negativen Auswirkungen minimieren.
3. Den Nutzen für das kulturelle Erbe maximieren und negative Wirkungen minimieren.
4. Den Nutzen für die Umwelt maximieren und negative Wirkungen minimieren.

Hinter den globalen Kriterien eines nachhaltigen Tourismus stehen heute über 40 Organisationen. Die Gründer waren die UNWTO, das Umweltprogramm der Vereinten Nationen UNEP, die UN Foundation und die Rainforest Alliance.

www.sustainabletourismcriteria.org

Natur geniessen, ohne die Umwelt zu belasten: Skitourengänger am Schafberg in St. Antönien.



Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Hintergrund

Weichen stellen für eine nachhaltige Entwicklung

Der Klimawandel stellt den Schweizer Tourismus vor riesige Herausforderungen. Eine Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit ist unabdingbar. Dabei sollen alle Beteiligten an einem Strick ziehen.

Mario Lütolf, Direktor Schweizer Tourismus-Verband

Braunes Gras statt Pulverschnee, schwindende Gletscher und tauender Permafrost: Der Schweizer Tourismus ist vom Klimawandel direkt betroffen. Gefragt ist ein hohes ökologisches Verantwortungsbewusstsein in Einklang mit ökonomischer Leistungsfähigkeit. Kurz: Wir brauchen eine nachhaltige Entwicklung (siehe unten). Diese muss mit grossem Engagement angegangen werden. Lippenbekenntnisse würden schnell als Versuch, sich ein grünes Mäntelchen umzuhängen, entlarvt.

Engagement für die Nachhaltigkeit

Mit der «Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus» bekennen sich die Spitzen der touristischen Verbände, alle Tourismusregionen und die SBB zur Nachhaltigkeit (siehe unten rechts). Der Schweizer Tourismus-Verband STV koordiniert die zurzeit anlaufenden Projektarbeiten und sorgt für die Institutionalisierung des Erfahrungsaustausches unter den Partnern.

Nachhaltigkeit ist messbar

Eine nachhaltige Entwicklung stellt Ansprüche an das Marketing: In Kommunikation und Distribution, Angebots- und Preispolitik müssen Weichen gestellt werden. Ausserdem ist Nachhaltigkeit ein messbarer Teil des Qualitätsmanagements. Der STV setzt sich an der tourismuspolitischen Front für die Weiterführung von Innotour ein und engagiert sich für die spezifische Weiterentwicklung des Qualitätsprogramms (siehe Artikel S. 5). ■

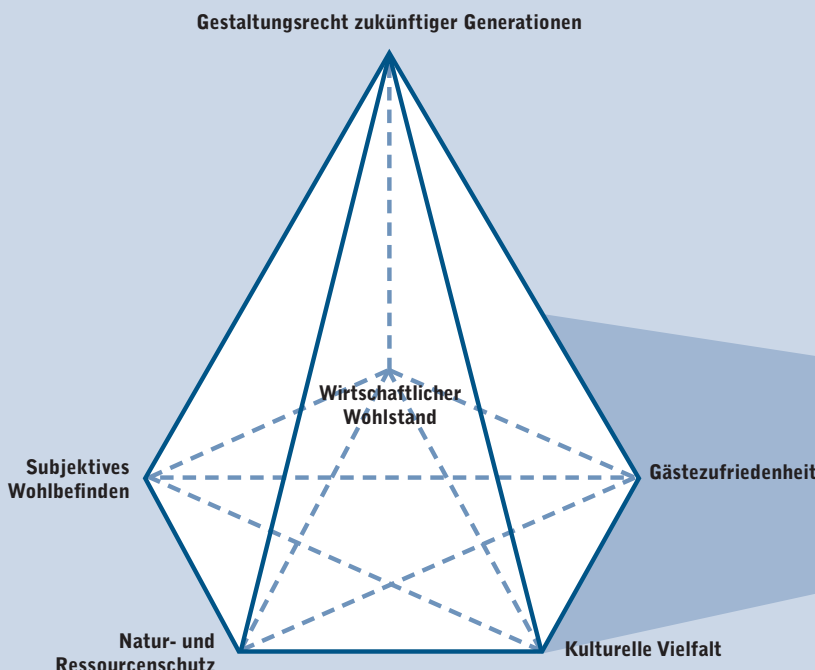


Ein unschätzbare Wert: sauberes Wasser vom Bergbach.

swiss-image.ch/Christof Sonderegger

Was ist Nachhaltigkeit?

Eine nachhaltige Entwicklung wird den Bedürfnissen der jetzigen Generation gerecht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen. So definiert die UNO den Begriff. Im Tourismus hat das Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern die so genannte magische Fünfeck-Pyramide einer nachhaltigen touristischen Entwicklung entworfen:



Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus

Mit einem Drei-Punkte-Programm soll sichergestellt werden, dass die Unterzeichnenden ihr Bekenntnis zur Nachhaltigkeit umsetzen:

- 1. Verpflichtung der Unterzeichner zu Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus:** Mit der Aufnahme des Bekenntnisses zur Nachhaltigkeit in Verbandsstrategie und Leitbild legen die Unterzeichner den Grundstein für eine nachhaltige Sektor- und Unternehmenspolitik.
- 2. Verankerung in der Branche mittels Sensibilisierung und Unterstützung:** Die Unterzeichner unterstützen und begleiten ihre Mitglieder bei der Entwicklung der notwendigen Prozesse zur Umsetzung der Nachhaltigkeit.
- 3. Regelmässige Überprüfung und Auswertung der Fortschritte:** Die unterzeichnenden Verbände und Organisationen entwickeln gemeinsam ein Umsetzungsprogramm mit Aktionsplänen im Rahmen der Mittelfristplanungen.

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Hintergrund

Die Stadt Zürich spielt eine grüne Vorreiterrolle. Im Bild der neue Wahlentpark in Zürich-Oerlikon.



swiss-image.ch/Christof Schürpf

Verantwortungsbewusster Tourismus in Zürich

Zürich strebt eine Spitzenposition im nachhaltigen Tourismus an. Dies in der Überzeugung, dass sich eine entsprechende Positionierung auch ökonomisch auszahlt.

Frank Bumann, Direktor Zürich Tourismus

Weltweit nimmt die Stadt Zürich mit ihrer Nachhaltigkeitspolitik, die sie bereits seit den 1990er Jahren betreibt, eine Vorreiterrolle ein. Vor rund einem Jahr hat das Zürcher Stimmvolk diesen Kurs bestätigt und sich für die umweltgerechte 2000-Watt-Gesellschaft als langfristiges Ziel entschieden. Dies ist eine ideale Ausgangslage für Zürich Tourismus, die gesamte touristische Servicekette nachhaltig auszurichten und zu positionieren. Bis Ende 2010 will die Organisation nach der Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert werden.

Nachhaltigkeit heute ...

Ein Grundstein für mehr Nachhaltigkeit wurde mit dem Einsatz neuer energiesparender Server gelegt. Drucksachen sollen

zunehmend durch Internetanwendungen ersetzt werden. Ein weiteres Beispiel für ein nachhaltiges Engagement im Tourismus ist das offizielle Souvenir von Zürich, die ZH2O-Flasche. Mit jeder verkauften Flasche gelangt ein Franken in ein Wasser-Hilfsprojekt in Tansania.

... und morgen

Im Bereich Geschäftstagungen will Zürich Tourismus Green-Meeting-Plattformen einrichten. Diese unterstützen Eventorganisatoren bei der Reduktion der Emissionen und bieten eine Kompensation über die Stiftung myclimate an. Weiter sollen Gäste künftig auf der Hotelbuchungsplattform von Zürich Tourismus eine CO₂-neutrale Buchung wählen können.

Nachhaltige Hotels

Unter den Mitgliederhotels von Zürich Tourismus ist die Sensibilität für Um-

weltthemen schon heute hoch. Eine Umfrage zeigt, dass viele Betriebe bereits für ihre Nachhaltigkeit zertifiziert sind oder kurz davor stehen. Von Zürich Tourismus wünschen sich die Hoteliers eine stärkere Kommunikation nachhaltiger Angebote wie zum Beispiel eine Hervorhebung nachhaltiger Hotels in der Reservationsplattform.

Wettbewerbsfaktor Nachhaltigkeit

«Mit gutem Beispiel vorangehen und dann mit Nachdruck die Sensibilisierung in der Branche vorantreiben», ist die Devise von Zürich Tourismus. Dementsprechend lautete das Thema des 5. City Tourism Challenge Zürich «Live Zürich – Feel Green». Am regionalen Tourismus-Weiterbildungstag im vergangenen September waren sich die Experten aus Tourismusbranche, Forschung und Politik einig: Nachhaltigkeit ist heute und in Zukunft ein bedeutender Wettbewerbsfaktor und wichtig für die Positionierung einer Destination. ■

Mit gutem Beispiel vorangehen und dann die Sensibilisierung in der Branche vorantreiben.

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Projekte

Das blaue Q wird grüner

Statt neue, komplizierte Nachhaltigkeits-Labels ins Leben zu rufen, setzt der Schweizer Tourismus auf die Weiterentwicklung seines bewährten Qualitätsgütesiegels. Ab sofort haben ökologische Fragen beim blauen Q mehr Gewicht.

Hansruedi Müller, Direktor Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, Universität Bern

«Quality. Our Passion» – Dieses Motto nimmt sich der Schweizer Tourismus auch bei der Nachhaltigkeit zu Herzen. Mit ihrer Nachhaltigkeits-Charta verpflichteten sich die Spitzen der touristischen Verbände, alle Tourismusregionen und die SBB zu einer ökonomisch leistungsfähigen, gesellschaftlich verträglichen und ökologisch verantwortlichen Entwicklung (siehe S. 3, rechts unten). Das Grundsatzpapier fordert unter anderem Anreize zur Einführung von nachhaltig ausgerichteten Managementsystemen. Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus soll entsprechend weiterentwickelt werden.

Kein neues Label

Schon seit dem Start vor zwölf Jahren müssen Bewerber für das blaue Q verschiedene auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Voraussetzungen erfüllen. Beispiele sind der Einbezug der Mitarbeitenden auf allen Ebenen, die Messung der Mitarbeiterzufriedenheit oder die Einsparungen im Abfall- und Energiebereich. Angesichts dieser viel versprechenden Ausgangslage verzichtete der Qualitätsrat, der Vorstand des Q-Programms, auf ein neues Nachhaltigkeitslabel. Auch der Erwerb eines zusätzlichen, teuren Gütesiegels wie zum Beispiel des EU-Umweltzeichens schien für den Rat keine Lösung. Stattdessen hat er beschlossen, das bestehende Qualitätsgütesiegel ökologischer zu gestalten.



Auf einer Fackelwanderung lässt sich das Obertoggenburg nachhaltig erleben.


Teil des Projekts Q+

Die nachhaltige Weiterentwicklung des blauen Q war Teil des Konzepts Q+, das eine umfassende Aktualisierung des Gütesiegels zum Ziel hat. Über Innotour unterstützt das SECO dieses Projekt. Schon beim Start von Q+ vor zwei Jahren hatten die Verantwortlichen festgelegt, dass das Q-Programm schlanker, flexibler, aktueller, erlebnisreicher, prozessorientierter, offener und eben auch grüner werden soll. Dementsprechend hat der Qualitätsrat die drei Stufen des Q-Programms nachhaltiger ausgerichtet (siehe unten).

Nachhaltiges Handeln ist gefragt

Das Q-Programm bringt zahlreiche Anforderungen an Tourismus-Dienstleister unter einen Hut. Einige Kriterien, die zu einem umfassenden Nachhaltigkeits-Managementsystem gehören, wurden deshalb nur am Rande berücksichtigt oder ganz ausgeblendet. Nichtsdestotrotz gelang es, mit dem überarbeiteten Qualitäts-Programm viele zentrale Bereiche der Nachhaltigkeit abzudecken. Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der touristischen Erlebniskette allein genügt nicht: Touristiker müssen einen ernsthaften Beitrag zur Erhaltung dieser natürlichen Qualitäten leisten. ■

Mehr Nachhaltigkeit auf allen drei Stufen des Qualitäts-Gütesiegels



Stufe I
 In der Ausbildung zum Qualitäts-Coach des Labels erhält das Thema Nachhaltigkeit besondere Aufmerksamkeit. Zudem wird den Verantwortlichen eines Betriebs erläutert, wie sie ihre Servicekette ökologischer gestalten können und dass ihr Aktionsplan mindestens eine Umwelt-Massnahme enthalten muss.

Stufe II
 Im Führungs- und Basisprofil sind zusätzliche Fragen zu sozialen und ökologischen Themen zu beantworten. Das neu geschaffene Zusatzmodul «Prozesse» soll unter anderem auch Vorgänge verbessern, welche die Nachhaltigkeit betreffen.

Stufe III
 Betriebe können künftig das Gütesiegel QIII mithilfe des nachhaltig ausgerichteten Steinbocklabels (siehe S. 6, rechts oben) und eines Zusatzmoduls erlangen. Bislang führte der Weg ausschliesslich über die Qualitätsmanagement-Modelle EFQM und ISO 9001:2008. Die Umweltmanagementnorm ISO 14001 ist zwar weiterhin nicht obligatorisch, der Qualitätsrat empfiehlt sie aber wärmstens.

Auf allen Stufen wird zudem verlangt, dass mindestens eine der sechs Massnahmen im jeweiligen Aktionsplan dem Umweltschutz dient.

Panorama

Pluspunkt Innotour: Das Qualitäts-Gütesiegel steht vermehrt auch für Nachhaltigkeit.

Projektdauer: 2007 bis 2010

Kontakt: Schweizer Tourismus-Verband, Finkenhübelweg 11, 3001 Bern, T +41 31 307 47 41, www.quality-our-passion.ch

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Projekte

Zweifach ausgezeichnete Jugendherbergen

Die Jugendherberge in Scuol ist als Minergie-Neubau besonders umweltfreundlich.



obs/Schweizer Jugendherbergen

Die Schweizer Jugendherbergen haben sich schon vor Jahren zur Nachhaltigkeit verpflichtet. Nun sollen sich alle 57 Herbergen gleich mit zwei Zertifikaten schmücken können: mit dem EU-Umweltzeichen und dem Steinbocklabel.

Fredi Gmür, CEO Schweizer Jugendherbergen

In den Schweizer Jugendherbergen wird das Thema Nachhaltigkeit gross geschrieben: Aus allen Steckdosen fliesst Strom, der produziert wurde, ohne ein Gramm CO₂ auszustossen. Mit einer Photovoltaikanlage auf dem Dach deckt die Herberge in Zürich sogar einen Teil des Stromverbrauchs selbst ab. Auf den Dächern weiterer Betriebe sind Sonnenkollektoren montiert, die Warmwasser erzeugen. Ausserdem wird praktisch der ganze beim Heizen an-

fallende CO₂-Ausstoss mit Projekten der Stiftung myclimate und mit eigenen Sparmassnahmen kompensiert. Dies gelingt, weil über die Hälfte der Gäste bereit sind, pro Logiernacht 60 Rappen für die Kompensation zu bezahlen. Auch im sozialen Bereich engagieren sich die Jugendherbergen: Kaffee, Orangensaft, Tee, Zucker und Reis beziehen sie ausschliesslich aus fairer Produktion.

Nachhaltigkeit als Teil der Organisationsphilosophie

Die Betreiber der Schweizer Jugendherbergen haben das Ziel der nachhaltigen Unternehmensführung bereits vor 15 Jahren im Leitbild verankert. Unter Nachhaltigkeit verstehen sie die Berücksichtigung sozialer und ethischer Anliegen und den vernünftigen Umgang mit Ressourcen. Gleichzeitig soll die wirtschaftliche Rentabilität erhalten bleiben.

Zwei sich ergänzende Auszeichnungen

Bis 2011 sollen alle 57 Schweizer Jugendherbergen für ihre Nachhaltigkeit zweifach zertifiziert werden: mit dem EU-Umweltzeichen für Beherbergungsbetriebe und mit dem Steinbocklabel (siehe rechts oben). Diese beiden Auszeichnungen ergänzen sich optimal: Während beim EU-Umweltzeichen der nachhaltige Umgang mit der Natur im Zentrum steht, geht es beim Steinbocklabel um die Integration

Die zwei Label der Schweizer Jugendherbergen

EU-Umweltzeichen

Der zertifizierte Betrieb hat seinen Energie- und Wasserverbrauch reduziert und produziert weniger Abfall. Ausserdem verwendet er umweltgerechte Produkte.

Steinbocklabel

Das ausgezeichnete Unternehmen liefert überdurchschnittliche Leistungen in den Bereichen Wirtschaftlichkeit, Umweltmanagement, soziale Qualität sowie regionale Wertschöpfung und Kultur.

der Nachhaltigkeit in die Strategie einer Organisation.

Lohnende Investition

Bis September 2009 konnten bereits zwanzig Jugendherbergen die beiden Zertifikate entgegennehmen. Die Projektkosten belaufen sich auf knapp 700 000 Franken, wovon das SECO mit dem Innotour-Programm 300 000 Franken übernimmt. Die Investition scheint sich auszuzahlen: Rund anderthalb Jahre vor Abschluss des Projekts sind die Betreiber der Jugendherbergen überzeugt, dass sie ihre ökonomischen, sozialen und ökologischen Ziele (siehe unten) erreichen werden. ■

Die Ziele des Nachhaltigkeitsprojekts bis 2011

Ökonomisch

Ziel: zwei Prozent Wachstum

Zwischenstand: Die Nachfrage konnte deutlich gesteigert werden. Zwischen 2006 und 2008 nahmen die Logiernächte um 20 Prozent, der Gesamtumsatz um 27 Prozent zu.

Sozial

Ziel: Imagegewinn, Vorreiterrolle

Zwischenstand: Für die konsequente Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie haben die Schweizer Jugendherbergen im Jahr 2007 den Milestone Tourismuspreis Schweiz erhalten.

Ökologisch

Ziel: Befreiung von der CO₂-Abgabe

Zwischenstand: Im Jahr 2008 befreite das Bundesamt für Umwelt die Schweizer Jugendherbergen von der CO₂-Abgabe, weil sich diese zu einer Beschränkung des CO₂-Ausstosses verpflichteten. Seit 2000 haben die Herbergen ihren Heizenergieverbrauch um 29 Prozent und ihren Strombedarf um 13 Prozent gesenkt.

Panorama

Pluspunkt Innotour: Die Schweizer Jugendherbergen sind als besonders nachhaltige Betriebe zertifiziert.

Projektdauer: 2008 bis 2011

Kontakt: Schweizer Jugendherbergen, Schaffhauserstrasse 14, 8042 Zürich, T +41 44 360 14 14, www.youthhostel.ch

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Projekte

Das Ziel: Ferienwohnungen, die möglichst das ganze Jahr belegt sind.



Berner Oberland Tourismus/Marcus Gyger

Leitfaden für Feriendorf-Projekte

Die Ansiedlung eines Feriendorfs beziehungsweise eines Ferienparks ist ein komplexer Prozess, an dem verschiedene Partner mit zum Teil völlig unterschiedlichen Vorstellungen beteiligt sind. Mangels einschlägiger Erfahrung sind die betroffenen Gemeindebehörden oftmals überfordert. Die Kantone Bern, Graubünden und Wallis sowie der niederländisch-deutsche, international tätige Feriendorf-Betreiber Landal GreenParks haben deshalb die Beratungsfirma BHP – Hanser und Partner AG damit beauftragt, einen praktischen Leitfaden für Gemeinden und Promotoren zu erstellen. Dieses Instrument soll Gemeindebehörden bei der Beurteilung, Planung und Umsetzung von Feriendorf-Projekten als praxisnahe Orientierungshilfe dienen.

«Warme Betten» dank Feriendörfern

In Tourismusgebieten bleiben mehr und mehr Betten den Grossteil des Jahres leer. Sinkende Beherbergungskapazitäten und tiefere Einnahmen sind die Folge. Abhilfe schaffen Feriendörfer beziehungsweise Ferienpärke.

Lorenzo Zanetti, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, Leiter Regionalentwicklung

Ein Spaziergang durch einen alpinen Tourismusort ausserhalb der Hochsaison zeigt häufig ein betrübliches Bild: Die meisten Fensterläden sind geschlossen, ganze Häuserreihen wirken wie ausgestorben. Denn immer weniger Eigentümerinnen und Eigentümer vermieten ihre Zweitwohnung. Die oft ausgedehnten Über-

bauungen mit leeren Wohnungen – und so genannten kalten Betten – beeinträchtigen Landschaft und Ortsbild. Gleichzeitig fehlen den Tourismusgemeinden zunehmend vermietbare Unterkünfte. Weil ausserdem immer mehr kleine Hotels mangels Rentabilität schliessen müssen, gehen die Beherbergungskapazitäten massiv zurück.

Ein Teufelskreis

Geringere Beherbergungskapazitäten bedeuten weniger Gäste und damit sinkende Einnahmen bei Bergbahnen und örtlichem Gewerbe. Für notwendige Investitionen in die touristische Infrastruktur fehlt so das Geld. Die Destination verliert an Attraktivität, die Gäste bleiben aus. Die Folgen können dramatisch sein: Schliessung von Betrieben, Abbau von Arbeitsplätzen und schliesslich – im schlimmsten Fall – gar Abwanderung der Bevölkerung.

Feriendörfer in der Diskussion

Um den sinkenden Beherbergungskapazitäten entgegenzuwirken, wünschen sich die meisten Tourismusgemeinden eine Ansiedlung eines 5-Sterne-Hotels. Die Erfahrung zeigt aber, dass für diese Hotelkategorie nur einige wenige Top-Destinationen geeignet sind.

Eine alternative Lösung für mehr aktiv bewirtschaftete Wohnungen mit «warmen Betten» wird derzeit heftig diskutiert: die Ansiedlung von Feriendörfern (auch Ferienpärke genannt). Vielerorts steht man dieser neuen Beherbergungsform skeptisch gegenüber, weil man in den 1970er und 1980er Jahren schlechte Erfahrungen mit Apparthotels gemacht hatte. Die mit Kochgelegenheit ausgerüsteten Wohneinheiten in diesen Häusern stellten sich häufig als eine verdeckte Form von Zweitwohnungen heraus. Die Betten blieben kalt.

Viel versprechende Erfahrungen

Feriendörfer unterscheiden sich aber in wesentlichen Punkten von Apparthotels. So werden die standardisierten Wohnungen aufgrund eines vertraglichen Vermietungszwangs von professionellen, teils international tätigen Gesellschaften vermarktet und betrieben. Erfolgreich umgesetzte Projekte zeigen, dass die modernen Feriendörfer zusätzliche Gästesegmente – vermehrt auch aus dem Ausland – anziehen. Meist erreichen die Pärke eine hohe Jahresauslastung und tragen damit zur touristischen Wertschöpfung im Ort bei. ■

Vier Grundsätze für eine Feriendorf-Ansiedlung

1. Ein Standort mit attraktivem Bauland ist der wichtigste Erfolgsfaktor.
2. Ansprechperson für die Gemeinde ist der künftige Betreiber eines Feriendorfes, nicht der Investor.
3. Für die rasche Umsetzung eines Projekts braucht es eine kompetente Arbeitsgruppe.
4. Spätestens ein Jahr nach dem ersten Kontakt mit Betreiber oder Investor wird der Vertrag unterzeichnet.

Panorama

Pluspunkt Innotour: Gemeindebehörden können sich bei der Ansiedlung von Feriendörfern an einem Leitfaden orientieren.

Projektdauer: 2009 bis 2010

Kontakt: Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, Grabenstrasse 1, 7001 Chur, T +41 81 257 23 42, www.awt.gr.ch

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus: Projekte

Energiemanagement bei den Bergbahnen

Weniger Schnee und steigende Ansprüche der Wintersportler führen dazu, dass die Bergbahnen ihre Beschneigungssysteme und Transportanlagen laufend ausbauen und modernisieren müssen. Mit dem damit verbundenen Energieverbrauch steigen auch die Kosten. Ein Leitfaden zum Energiemanagement soll Abhilfe schaffen.

Peter Vollmer, Direktor Seilbahnen Schweiz

Eine halbe Stunde in der Schlange stehen und eine Viertelstunde am Skilift hängen, um eine holprige Piste hinunterfahren zu können – das war gestern. Heute setzen Wintersportlerinnen und -sportler voraus,

dass sie auf bequemen Sesseln in Windeseile zu perfekten Pisten gebracht werden, ohne vorher lange anstehen zu müssen.

Diese Ansprüche bestehen auch in der Hochsaison an Sonntagen mit blauem Himmel. Die Bergbahnen müssen deshalb ihre Förderkapazitäten massiv erhöhen und diese immer häufiger auf die Spitzentage ausrichten. Weil aber gleichzeitig die Anzahl Fahrten nur wenig zunimmt und die Zahl der verkauften Skipässe schweizweit sogar stagniert, sinkt die Auslastung. Darüber hinaus verbrauchen die leistungsfähigeren Anlagen mehr Energie. Die ausgebauten künstlichen Beschneigungssysteme, auf die ganze Regionen angewiesen sind, erhöhen den Stromverbrauch zusätzlich.

Mit den steigenden Ansprüchen der Wintersportler erhöht sich der Energieverbrauch.



Graubünden Ferien/Andrea Badrutt

Panorama

Pluspunkt Innotour: Die Schweizer Bergbahnen verbrauchen weniger Energie.

Projektdauer: 2009 bis 2010

Kontakt: Seilbahnen Schweiz, Dählhölzliweg 12, 3000 Bern 6, T +41 31 359 23 33, www.seilbahnen.org

Steigende Kosten

Nach den Personalkosten sind heute die Aufwendungen für Energie der zweitgrösste Kostenblock der Bergbahnen. Schwankungen des Strompreises wirken sich direkt auf die Ergebnisse der Unternehmen aus. Die Branche ist besonders empfindlich, weil Strom im Winter am teuersten ist.

Leitfaden zum Energiemanagement

Weil dringender Handlungsbedarf besteht, entwickeln der Verband Seilbahnen Schweiz und das Beratungsunternehmen Grischconsulta zurzeit einen praxisorientierten Leitfaden für ein nachhaltiges Energiemanagement in der Branche. Die Schwerpunkte sind die Senkung des Energieverbrauchs und der entsprechenden Kosten sowie die Eigenproduktion von Strom mit beispielsweise Solarzellen. ■

Innotour: Update November 2009

Kontakt

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Ressort Tourismus, Innotour,
Effingerstrasse 27, 3003 Bern

Programmleiter

Davide Codoni, wissenschaftlicher Mitarbeiter



Erstkontakt

tourismus@seco.admin.ch
T +41 31 322 27 58
Fax +41 31 323 12 12

Weitere Informationen

www.inno-tour.ch

Impressum

Herausgeber: Staatssekretariat für Wirtschaft, SECO, Direktion für Standortförderung, Ressort Tourismus, 3003 Bern; Konzeption und Realisation: Zoebeli Communications AG, Bern; Gestaltung: Oliver Slappnig, Herrenschanzen; Französisch: Felix Glutz, Montreux; Italienisch: Marina Graham, Gümligen; Druck: Ast & Jakob, Vetsch AG, Köniz; Auflage: 2400 Exemplare.

Projektbeispiele Innotour III

- Dachprojekt ViaRegio, ViaStoria – Zentrum für Verkehrsgeschichte, www.kulturwegeschweiz.ch, www.viastoria.ch
- E-Bike Park Watch Valley, Rent a Bike AG, www.rentabike.ch
- Elektronische Tourismusplattform Graubünden, Kanton Graubünden, Departement für Volkswirtschaft und Soziales, www.dvs.gr.ch
- Energiemanagement Bergbahnen, Seilbahnen Schweiz, www.seilbahnen.org
- EU-Umweltzeichen und Steinbocklabel für die Schweizer Jugendherbergen, Schweizer Jugendherbergen, www.youthhostel.ch
- IG SchweizMobil – Hin zum Tourenland Schweiz, IG SchweizMobil, www.schweizmobil.ch
- Internationales Benchmarking und Tourismusprognosen, BAK Basel Economics, www.bakbasel.ch
- Konzept Q+: Entwicklungsstrategie des Q-Programms, Schweizer Tourismus-Verband, www.quality-our-passion.ch
- Machbarkeitsstudie zum Aufbau eines Ausbildungsbereichs Health and Hospitality, BHP – Brugger und Partner AG und hsp – Hodler, Santschi & Partner AG, www.bruggerconsulting.ch, www.hsp-ag.ch
- Matterhorn Valley Hotels, Matterhorn Valley Hotels AG, www.matterhornvalley-hotels.ch
- Milestone 2008–2011, hotelleriesuisse, www.htr-milestone.ch
- Wertschöpfung in Parks durch Tourismus, Dr. A. Kappler, S. Forster und Dr. D. Siegrist, www.inno-tour.ch

Mehr Infos finden Sie unter www.inno-tour.ch, Rubrik «Geförderte Projekte»