

## Tourismusstrategien für eine Aging Society

Zürich, 7. September 2021 – **Wie gehe ich mit Alleinreisenden um? Wie verändern sich die Interessensgebiete bei Seniorinnen? Welche Einschränkungen sind im Alter häufig? An der vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO organisierten Innotour-Veranstaltung «walk the talk» vom 7. September 2021 diskutierten rund 30 Teilnehmende zum Thema «Tourismusstrategien für eine Aging Society» im Hotel Schweizerhof in Luzern. Der Auftakt machte der Alters- und Generationenforscher Prof. François Höpflinger von der Universität Zürich. Zum Schluss teilte Moderator Kurt Aeschbacher als Herausgeber des Magazins 50plus seine Erfahrungen in der Kommunikation.**

Die Anzahl der 80jährigen wird sich bis 2050 von rund 460'000 auf 1.1 Millionen verdoppeln und sie werden immer fitter. Nicht umsonst sind Seniorinnen und Senioren gern gesehene Gäste. Sie sind treu, haben Zeit, verfügen oftmals über finanzielle Ressourcen und haben ein grosses Sicherheitsbedürfnis, sodass die Schweiz als Reiseland beliebt ist. Trotz diesen vielversprechenden Voraussetzungen wird diese Zielgruppe im Schweizer Tourismus nur am Rande behandelt. Die Innotour-Veranstaltung «walk the talk» vertiefte das Thema mit den Experten Prof. François Höpflinger (Altersforscher Universität Zürich), Kurt Aeschbacher (Verleger Magazin 50plus), Carol Muggli (Geschäftsleiterin Förderverein Barrierefreie Schweiz), Susanne Gäumann (Geschäftsleiterin Claire & George Stiftung) und Thomas Erne (Geschäftsführer Stiftung Cerebral). Moderiert wurde der Anlass des Staatssekretariates für Wirtschaft SECO durch Tiziano Pelli, Mitinhaber von Schmid Pelli & Partner.

### **Einschränkungen der älteren Menschen kennen**

Mit dem Alter entstehen Einschränkungen in der Mobilität, beim Sehen und Hören, oder durch Krankheiten. So werden infrastrukturelle Anpassungen für ein barrierefreies Angebot notwendig, damit die Infrastruktur (z.B. Treppen, Lifte, Gangbreite, etc.) zugänglich wird. Zu kleine Schriften auf der Menükarte oder zu viele technische Details im Zimmer stellen ältere Menschen oft vor Herausforderungen. Gesundheitliche Einschränkungen wie z.B. die häufige Diabetes B erfordert Flexibilität in der Küche. Schliesslich zählt aber der Wohlfühlfaktor. So sollte die Infrastruktur sowohl funktional wie auch stilvoll daherkommen.

### **Interessensgebiete verschieben sich**

Laut Kurt Aeschbacher verfügen Menschen mit zunehmendem Alter über viel Erfahrung. Die Bedürfnisse und persönlichen Interessen verändern sich. Themen wie Musik, Natur, Kunst oder Technik werden wichtiger. Doch oft reisen Seniorinnen im höheren Alter

alleine und fühlen sich zunehmend isoliert. Mit der guten medizinischen Versorgung bleiben ältere Menschen länger fit und bewegen sich immer mehr. So hat sich die Gehfähigkeit über die Jahrzehnte stark verbessert (z.B. dank Knie- oder Hüftprothesen). Touristische Anbieter sind gefordert: Generationenreisen werden immer wichtiger. Wie gestalte ich ein Angebot, das Junge spannend finden, aber ältere Menschen nicht abschreckt – und umgekehrt.

### **Alt ist nicht gleich alt**

Laut Prof. François Höpflinger, Alters- und Generationenforscher der Universität Zürich, weitet sich die Schere zwischen chronologischem Alter und subjektiver Alterswahrnehmung mit zunehmender Seniorität aus und führe zu einer Verjüngung im Geiste. Überhaupt kann man Seniorinnen und Senioren nicht nach Alter kategorisieren. Zu unterschiedlich sind Bedürfnisse und der Vitalitätsgrad. So verstecken ältere Menschen zunehmend ihre angeschlagene Gesundheit und wünschen diskrete Serviceleistungen (z.B. Spitex). Die Gleichbehandlung wie bei jüngeren Zielgruppen ist für ältere Menschen besonders wichtig. Ein Seniorenmenü auf der Karte wird nicht zum Erfolg führen.

### **Die Inhalte sind bei der Kommunikation entscheidend**

Eine Stigmatisierung des Alters muss auch in der Kommunikation vermieden werden. Denn, «Alter ist keine Krankheit, Alter ist ein Lebenszustand», meint Kurt Aeschbacher, langjähriger Moderator und Herausgeber der Zeitschrift 50Plus. Und weiter: «Beim Reisen braucht es eine Begleitung, nicht aber eine Bevormundung». Er plädiert daher für eine Ausrichtung an Interessen statt an Jahrgängen. Man gewinnt die Zielgruppe also über anregende Inhalte. Neugierde und Lernbereitschaft sind auch im Alter nicht nur im Reisekontext noch vorhanden.

### **Drei Innotour-Projekte nehmen sich der Mobilitätseinschränkungen an:**

- **Initiative OK:GO (Förderverein Barrierefreie Schweiz)**  
Barrierefrei bedeutet nicht für alle Betroffenen dasselbe. Die Initiative OK:GO ermöglicht es Tourismusanbietern, mittels Erfassungstool objektiv Informationen über die Zugänglichkeit ihrer Angebote bereitzustellen. Die Beurteilung, ob das Angebot mit den eigenen Einschränkungen erlebbar ist, definiert der betroffene Gast selbst. <https://www.ok-go.org>
- **Barrierefreiheit in den Destinationen (Claire & George Stiftung)**  
Im Anschluss an das Projekt «Hotel-Barrierefreiheit Schweiz» lanciert die Claire & George Stiftung das Kooperationsprojekt «Barrierefreiheit in den Destinationen». Gemeinsam mit den teilnehmenden Tourismusdestinationen und den Umsetzungspartnern sollen neue Angebote und Angebotspakete entwickelt, gebündelt und vermarktet werden. <https://www.claireundgeorge.ch/de/news/barrierefreiheit-in-den-destinationen>
- **Geländegängige Miet-Rollstühle (Stiftung Cerebral)**  
Die Stiftung Cerebral baut mit verschiedensten Partnern in touristischen Destinationen aller Sprachregionen der Schweiz ein Netz von mietbaren, geländegängigen Elektrorollstühlen auf. Das Angebot entspricht einem grossen Bedürfnis und ermöglicht es bewegungsbehinderten Mitmenschen auf Wanderungen zu gehen und die Natur zu erleben – auch in den Bergen und im unwegsamen Gelände. <https://www.cerebral.ch/de/projekte/gelaendegaengiger-rollstuhl>

### **Weitere Veranstaltungen der Innotour-Veranstaltungsreihe im 2021**

- Touring – der Gast kennt keine Grenzen, 21.9.2021, Vevey
- Baukultur: aus alt mach neu! 29.9.2021, Burgdorf
- Digitales Erlebnis, 8.11.2021, Bern

Anmeldung auf [schmidpellipartner.ch](http://schmidpellipartner.ch).

### **Fragen und weitere Informationen:**

Medienstelle

c/o Schmid Pelli & Partner

Tiziano Pelli

[pelli@schmidpellipartner.ch](mailto:pelli@schmidpellipartner.ch)

+41 79 150 70 39