



Check-in



Liebe Leserin,
lieber Leser

Es gibt nichts
schözüreden:
der Tourismus
durchlebt eine
schwierige Zeit.
Der starke Franken
und die lahrende

Wirtschaft in wichtigen Herkunftsländern lassen die Nachfrage einbrechen. Der Logiernächterückgang dürfte sich, wenn auch vermindert, 2013 fortsetzen. Erneut wird dabei der Alpenraum und damit das touristische Stammland der Schweiz in der Tendenz überdurchschnittlich betroffen sein.

Es gibt aber auch Lichtblicke. So konnten beispielsweise die Städte bis vor Kurzem trotz wirtschaftlich schwieriger Zeiten die Logiernächtezahl ausbauen. Dies zeigt, dass der Schweizer Städtetourismus strukturell gut aufgestellt ist. Daneben wecken auch die längerfristigen Aussichten Optimismus. Ab 2014 dürfte der Schweizer Tourismus wieder auf den Wachstumspfad zurückfinden. Weiter besticht die Schweiz unvermindert mit verschiedenen Stärken wie beispielsweise vielfältigen Attraktionen, einer Beherbergungswirtschaft, die für jeden das passende Angebot bietet, und der vielfältigen Landschaft.

Für die Schweizer Tourismuswirtschaft gilt es nun, sich so aufzustellen, dass sie nachhaltig vom erwarteten Aufschwung profitieren kann. Dafür müssen die bestehenden strukturellen Schwächen angegangen werden. Herausfordernd sind insbesondere die kleinstrukturierten Unternehmen und die zersplitterten Destinationsstrukturen. So gibt es in der Schweiz schätzungsweise noch immer über 500 lokale oder regionale Tourismusorganisationen.

Richard Kämpf
Leiter Ressort Tourismus

Schwerpunkt: Wissensaufbau und Wissensdiffusion

Best Practice:

- 3 | Internationales Tourismus-Benchmarking
- 4 | MILESTONE
- 5 | Nachhaltigkeit im Tourismus

Winter:

- 7 | **Schneesport**
Damit Jugendliche wieder
Ski und Snowboard fahren

Damit sich Gäste rundum wohl fühlen: Mit dem neuen Schwerpunkt «Wissensaufbau» unterstützt das Förderprogramm Innotour Innovationen.



© Gestad Saanenland Tourismus

Wissensaufbau und Wissensdiffusion

Ein Schlüsselfaktor für Innovationen

Innovationen entstehen dort, wo neues Wissen generiert oder bestehendes Wissen neu kombiniert wird. Mit dem neuen Schwerpunkt «Wissensaufbau» trägt das Förderprogramm Innotour diesem Umstand Rechnung.

Davide Codoni, SECO

Seit Anfang Februar ist das totalrevidierte Innotour-Gesetz in Kraft. Darin ist der Wissensaufbau – neben Innovation und Zusammenarbeit – als neuer Förderungsschwerpunkt aufgeführt. Dieser umfasst auch die Verbreitung von Wissen. Damit wird dem Thema Wissensaufbau und -diffusion das Gewicht beigemessen, das es aufgrund seiner Bedeutung in Innova-

tionsprozessen verdient. Bei der Förderung von touristischen Projekten übernimmt Innotour ausschliesslich Kosten, die unmittelbar auf Innovation, Zusammenarbeit oder Wissensaufbau zurückzuführen sind. Zudem müssen die Projekte – mehrheitlich werden praxisorientierte Vorhaben unterstützt – mindestens eines von vier festgelegten Zielen verfolgen (siehe Kasten Seite 2).

Nachahmung fördern

Zu den Innovationskosten gehören die projektbezogenen Ausgaben für Forschung und Entwicklung. Kosten für den Wissensaufbau sind namentlich die Aufwendungen für die Aus- und Weiterbildung im Zusammenhang mit der Einfüh-

Wissensaufbau und Wissensdiffusion

rung neuer Produkte und Prozesse sowie die Ausgaben für die Wissensdiffusion, die mit dem neuen Förderschwerpunkt «Wissensaufbau» hinzugekommen sind. Wissensdiffusionskosten fallen an, wenn Erkenntnisse aus einem Projekt öffentlich zugänglich gemacht und verbreitet werden, um die Nachahmung der jeweiligen Innovation zu fördern. Somit kann Innotour zwar keine reinen Forschungs-, Wissensaufbau- oder Wissensdiffusionsprojekte fördern, aber dennoch Wissensanstrengungen finanziell unterstützen.

Modellvorhaben

Die neu geschaffene Möglichkeit, sogenannte Modellvorhaben zu unterstützen, stärkt den Wissensaufbau zusätzlich: Das SECO kann für den Schweizer Tourismus vorrangige Themen vorgeben, wobei die Anliegen und Interessen von Kantonen und nationalen Tourismusorganisationen berücksichtigt werden müssen. Dieses Jahr wurde beispielsweise die Neu-Positionierung des Sommertourismus als strategisches Thema identifiziert und eine Grundlagenstudie über Bedeutung, Entwicklungen und Herausforderungen des Schweizer Sommertourismus im Hinblick auf die Stärkung des Tourismusstandortes Schweiz in Auftrag gegeben.

Nachhaltige Entwicklung

Zentral ist auch ein verstärkter Wissensaufbau im Bereich der Nachhaltigen Entwicklung. Entsprechende Best-Practice-Beispiele werden auf den Seiten 5 bis 6 dieses «insight» vorgestellt.

Informationstätigkeiten

Neben der Förderung von praxisorientierten Projekten finanziert Innotour verschiedene Informationstätigkeiten. Wurden diese vor der Revision noch als begleitende Massnahme bezeichnet, so ist die Informationstätigkeit heute integrierter Bestandteil des Schwerpunkts Wissensaufbau. Das entsprechende Bud-



Die Voraussetzung für innovative Ideen ist Know-how. Mit dem nötigen Wissen lassen sich neue Dienstleistungen schaffen und Prozesse optimieren.

get wurde von bisher 6 Prozent auf neu 15 Prozent des Verpflichtungskredites erhöht. Dabei kann das SECO maximal 7,5 Prozent für die Verbesserung der statistischen Grundlagen und maximal 7,5 Prozent für die Informationsdiffusion aufwenden.

Statistische Grundlagen

Die touristischen Leistungsträger benötigen für die Entwicklung und Umsetzung innovativer Produkte und Dienstleistungen eine breit abgestützte Datenbasis. Folgerichtig gehört auch die Verbesserung dieser Grundlagen zum Schwerpunkt Wissensaufbau. Das Innotour-Programm leistet dabei einen wichtigen Beitrag, indem es das Satellitenkonto Tourismus (TSA) des Bundesamtes für Statistik und die Prognosen für den Schweizer Tourismus mitfinanziert. Zu den von Innotour geförderten statistischen Grundlagen zählt zudem das «Internationale Benchmarking-Programm für den Schweizer Tourismus» (siehe Seite 3).

Wissen verbreiten

Aus volkswirtschaftlicher Sicht bringt Wissensaufbau allein wenig. Entscheidend ist, das geschaffene Wissen den verschiedenen Akteuren zur Verfügung zu stellen. Diese können dann dieses Wissen neu

Ziele von Innotour-Projekten

Um vom Förderprogramm Innotour unterstützt werden zu können, muss ein Projekt mindestens eines der folgenden Ziele verfolgen:

- Die Entwicklung und Einführung neuer Produkte, Ausrüstungen und Vertriebskanäle
- Die Verbesserung der bestehenden Dienstleistungen
- Die Schaffung wettbewerbsfähiger Strukturen, die eine Steigerung der Effizienz ermöglichen
- Die Verbesserung der Aus- und Weiterbildung

kombinieren oder erweitern, um neue Dienstleistungen zu schaffen oder Prozesse zu optimieren. Ein gutes Beispiel für die erfolgreiche Wissensdiffusion ist der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» (Artikel auf Seite 4). Zum einen fördert der Wettbewerb jedes Jahr wegweisende Projekte und dokumentiert so die Innovationsfähigkeit der Branche. Zum anderen haben die Preisträger Vorbildcharakter und regen damit den Wissensaustausch und das Entstehen neuer Ideen an. Auch der Newsletter «insight» soll den Informationsaustausch im Tourismus fördern. Dass dies gelingt, zeigen die Resultate der Leserbefragung im letzten Sommer (siehe Kasten).

Ergebnisse der insight-Leserumfrage

Mit einer Leserbefragung wollten wir im letzten Sommer herausfinden, ob der Newsletter «insight» Ihren Bedürfnissen entspricht. Für die rege Teilnahme danken wir unseren Leserinnen und Lesern herzlich. Es freut uns, dass das «insight» bei einer grossen Mehrheit der Befragten auf Interesse stösst und in seiner Form keiner Anpassung bedarf. Die Umfrage zeigt, dass die Leserinnen und Leser insbesondere an Informationen zu konkreten Innotour-Projekten interessiert sind. In den kommenden Ausgaben werden wir daher die Fokussierung auf die aus Projekten gewonnenen Erkenntnisse weiter verstärken.

Wettbewerbsfähigkeit stärken

Wissen ist ein Schlüsselfaktor für Innovationen. Die verstärkte Förderung von Wissen als teilweise öffentliches Gut stärkt die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismusstandortes Schweiz entscheidend. ■

Wissensaufbau und Wissensdiffusion: Best Practice

Wissen aufbauen und kommunizieren

Das Forschungsinstitut BAKBASEL baut das Benchmarking-Programm für den Schweizer Tourismus weiter aus. Best-Practice-Beispiele und neue Informationsquellen stärken den Wissensaufbau, intensiviert Kommunikationsaktivitäten die Wissensdiffusion.

Natalia Held, BAKBASEL

Im Rahmen des von Innotour unterstützten Projekts «Internationales Benchmarking-Programm für den Schweizer Tourismus» erfasst und analysiert BAKBASEL kontinuierlich und systematisch die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Schweizer Tourismus. Auftraggeber sind die Kantone Bern, Graubünden, Tessin, Waadt, Wallis sowie die Zentralschweiz. Die für den Schweizer Tourismus zentralen Informationen werden an einer Stelle zusammengeführt, analysiert, aufbereitet und der Tourismuswirtschaft zur Verfügung gestellt. Das Benchmarking-Programm leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Wissensbildung und Wissensdiffusion. Mit den gewonnenen Erkenntnissen können die Entscheidungsträger im Schweizer Tourismus im Sinne des «Evidence-based decision making» faktenbasierte Entscheidungen treffen.

Wissensaufbau ...

In den vergangenen Jahren hat BAKBASEL für mehr als 300 Destinationen und Regionen je über 100 Einzelindikatoren aufgenommen, aufbereitet und in die «International Tourism Database» integriert. Diese zählt schon heute mehr als eine halbe Million Datenpunkte. Sie wird laufend aktualisiert und erweitert. Beim

Benchmarking-Programm werden auch ganz neue Wege beschritten, die dem Wissensaufbau dienen. Seit Kurzem fliessen neben den quantitativen auch qualitative Aspekte in die Untersuchungen ein, und zwar in Form von Best-Practice-Beispielen. Während sich die bisherigen, überwiegend quantitativen Analysen vor allem auf die Ergebnisse vorangegangener Entscheidungen bezogen, ermöglichen die Fallbeispiele eine Untersuchung der Prozesse, die zu den jeweiligen Entscheidungen und Entwicklungen geführt haben. Zudem werden neue Informationsquellen für die Datenbeschaffung auf der Nachfrageseite erschlossen: Zusammen mit einem Software-Partner erfasst BAKBASEL Bewertungen von Gästen im Internet und wertet diese aus. Damit wird eine Gesamtbewertung der Beherbergungsqualität aus Kundenoptik für alle Schweizer Destinationen abgebildet.

... und Wissensdiffusion

Das Benchmarking-Programm hat nicht nur zum Ziel, Wissen aufzubauen, sondern auch die gewonnenen Erkenntnisse in ansprechender Form zu kommunizieren

Handlungsempfehlungen für die Tourismuswirtschaft

Ein wichtiger Aspekt des Benchmarking-Programms sind die abgeleiteten Thesen und Handlungsempfehlungen für touristische Leistungsträger. Diese werden so auf mögliche Massnahmen zur Verbesserung der Marktposition und der Wettbewerbsfähigkeit hingewiesen. Dank dem Fokus auf die Destinationsebene können die Leistungserbringer die Handlungsempfehlungen direkt umsetzen. Die kontinuierliche Aktualisierung und Erweiterung der Datenbasis gewährleistet zudem ein kontinuierliches Monitoring eingeleiteter Optimierungsmassnahmen.

und zu diskutieren. Deshalb hat BAKBASEL vor Kurzem die Kommunikationsanstrengungen intensiviert und damit die Wissensdiffusion verstärkt. Die aktuellsten Erkenntnisse werden jetzt vierteljährlich in Form von Kurzberichten publiziert. Sogar jeden Monat aktualisiert wird die im Rahmen des Benchmarking-Programms entwickelte Online-Applikation «BAK DESTINATIONS-MONITOR». Auf www.destinationmonitor.ch können die Auftraggeber die aktuellsten tourismusrelevanten Kennzahlen, Publikationen und News abrufen. Andere Interessierte können sich als Gast einloggen und erhalten Zugriff auf ein eingeschränktes Angebot. ■



Luxusdestination oder unbekanntes Hinterland: BAKBASEL erfasst die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit.

©Lausanne Palace & Spa

Panorama

Pluspunkt Innotour: Die Schweizer Tourismuswirtschaft kann auf aktuelles Zahlenmaterial und Best-Practice-Beispiele zurückgreifen.

Projektdauer: seit 1998

Kontakt: BAK Basel Economics AG, Güterstrasse 82, 4053 Basel, T +41 61 279 97 00, www.bakbasel.com

Das Benchmarking-Programm leistet einen wesentlichen Beitrag zur Wissensbildung und Wissensdiffusion.

Wissensaufbau und Wissensdiffusion: Best Practice

Tourismuspreis fördert Wissensdiffusion

Der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» ist heute fester Bestandteil der Tourismusbranche. Er ist ein gutes Beispiel dafür, wie sich Wissensdiffusion in der Praxis umsetzen lässt.

Christoph Juen, hotelleriesuisse

Best-Practice-Beispiele auszeichnen und die projektbezogenen Einsichten der Branche zur Verfügung stellen: Der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» macht Wissensdiffusion erlebbar. So gilt das Beispiel der Matterhorn Valley Hotels als Vorzeigeprojekt und hat hier und dort Nachahmer gefunden. Sieben Hoteliers aus Grächen haben sich im Rahmen des Projekts zu einer umfassenden Kooperation zusammengeschlossen. Gemeinsame Führungsstrukturen, übergreifendes Marketing sowie eine transparente Investitions- und Finanzplanung ermöglichen es den beteiligten Hoteliers, über die eigenen Möglichkeiten hinaus Wirkung auf dem Markt zu erzielen. Denn insbesondere kleine Hotels und Destinationen haben nur eine Chance, wenn sie sich zu Kooperationen zusammenschliessen. Damit nutzen sie Synergiepotenziale, senken die Kosten und können gemeinsam mehr Dienstleistungen anbieten.

In der Branche verankert

Seit 2000 zeichnet der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» die innovativsten Projekte im Schweizer Tourismus aus und fördert damit gleichzeitig die Diffusion von Wissen. In dieser Zeit haben Touristiker 1033 Projekte bei der Jury des einzigartigen Innovationspreises in der Schweizer Hotel- und Tourismusszene eingereicht.

Panorama

Pluspunkt Innotour: Der Tourismuspreis fördert Innovation, Know-how-Transfer und die Attraktivität des Tourismuslandes Schweiz.

Projektdauer: seit 2000

Kontakt: htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern, T +41 31 370 42 16, www.htr-milestone.ch

Switzerland Destination Management (heute Switzerland Travel Center STC), Valais excellence, Riders Palace Laax, Enjoy Switzerland, Stanserhorn Rangers, Matterhorn Valley Hotels oder die Grimselwelten: ein wahrer Schatz an Ideen, zu finden auf www.htr-milestone.ch. Durchschnittlich gehen pro Jahr 85 Bewerbungen für den Tourismuspreis Schweiz ein. Rekordjahr war 2010 mit 110 Eingaben. 84 Prozent aller eingereichten Projekte stammen aus der Deutschschweiz, 13 Prozent aus der Romandie und 3 Prozent aus der italienischen Schweiz.

Innovation und Qualität

Die vielen Bewerbungen sind ein Zeichen dafür, dass die Branche in Bewegung ist und laufend neue Angebote für einheimische und ausländische Gäste schafft. Die Schweizer Hotel- und Tourismuswirtschaft hatte nie eine andere Wahl, als auf Qualität zu setzen. Im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld mit den sich akzentuierenden Kostennachteilen ist dies noch wichtiger. Innovation ist nicht gleich Qualität, aber ein innovatives Unternehmen

Die wichtigste Auszeichnung im Schweizer Tourismus

Der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» ist mit insgesamt 33 000 Franken dotiert und gilt als wichtigste Auszeichnung der Schweizer Hotel- und Tourismusbranche. Er wird jährlich in folgenden Kategorien vergeben: Herausragendes Projekt, Nachwuchspreis und Umweltpreis. Ausserdem wird eine Persönlichkeit für ihr Lebenswerk geehrt. Der Eingabeschluss für die Projekte ist Ende August; die Preisverleihung findet im November statt. Der Milestone wird von der htr hotel revue und hotelleriesuisse verliehen und vom SECO im Rahmen des Förderprogramms Innotour unterstützt. Die Auszeichnung steht unter dem Patronat des Schweizer Tourismusverbands.

verfügt über eine zentrale Voraussetzung, um den Bedürfnissen und Qualitätsansprüchen der Gäste von morgen gerecht werden zu können.

Preis für die Zukunft

Innovation bleibt im hart umkämpften Preis- und Angebotswettbewerb unerlässlich. Die Trägerorganisationen sind deshalb überzeugt, dass der «MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz» Zukunft hat. Damit Innovation und Wissensdiffusion in der Branche weiter gefördert werden. ■



Am Fusse des Matterhorns sind sieben Hoteliers aus Grächen eine Kooperation eingegangen. Das Prinzip der «Matterhorn Valley Hotels» soll in anderen Regionen Nachahmer finden.

Wissensaufbau und Wissensdiffusion: Best Practice

Im Unterengadin erleben Städter die Arbeit der Bergbauern hautnah.



© Yamnick Andrea

Nachhaltigkeit als Standortvorteil

In der Schweiz machen sich immer mehr Destinationen und touristische Leistungsträger stark für die nachhaltige Entwicklung ihrer Branche. Das lohnt sich auch wirtschaftlich, wie erfolgreiche Projekte in Stadt und Land zeigen. Bei der Etablierung von nachhaltigen Angeboten spielt die Wissensdiffusion eine entscheidende Rolle.

Anne DuPasquier, Bundesamt für Raumentwicklung ARE

In der Schlussklärung der UNO-Konferenz zur Nachhaltigen Entwicklung «Rio+20» vom letzten Juni nimmt der Tourismus eine grosse Stellenwert ein (siehe Kasten Seite 6). Auch in der Schweiz steigt die Bedeutung der Nachhaltigkeit im Tourismus laufend. Deshalb hat das Bundesamt für Raumentwicklung ARE dieses Jahr zusammen mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO eine Sammlung von entsprechenden Best Practices im Schweizer Tourismus publiziert und daraus die Empfehlungen «Tourismus und Nachhaltige Entwicklung – Gute Beispiele und Aktionsmöglichkeiten» abgeleitet. Zum einen sollen damit die Best Practice mehr Beachtung finden. Zum anderen wollen das ARE und das SECO aufzeigen, dass mehr Nachhaltigkeit für den Schweizer Tourismus nicht nur möglich, sondern lohnens-

wert ist. Die in der Broschüre vorgestellten Beispiele setzen den Hebel an den unterschiedlichsten Stellen an: Klima, Energie, Mobilität, Raumplanung, Natur und Landschaft, Kultur, Bildung, Landwirtschaft, soziale Solidarität, wirtschaftliche Aufwertung oder Management und Evaluation der Nachhaltigkeit von Projekten. Die Broschüre will die unterschiedlichen Akteure – auf Ebene der Kantone, Gemeinden und insbesondere der Destinationen – zum Handeln bewegen, jeder auf seiner Ebene und mit den zur Verfügung stehenden Mitteln. Die Wissensdiffusion ist entscheidend, um die Nachhaltige Entwicklung voranzubringen. Die folgenden Beispiele aus der Broschüre geben einen Eindruck davon, wie breit das Thema im Tourismus angegangen werden kann.

Natur und Kultur im Unterengadin

In der Destination Engadin Scuol hat man verstanden, dass die Stärken des touristischen Angebots auf den natürlichen und landschaftlichen Vorzügen der Region beruht. Mit der Beteiligung der Bevölkerung, von Gästen, Bauern, Naturschutzorganisationen und Künstlern sind im Unterengadin viele innovative Nachhaltigkeitsprojekte entwickelt worden. Die Palette der neuen Angebote für alle Altersgruppen ist breit: Beim Mähen von Blumenwiesen lernen Gäste aus der Stadt

rätoromanisch sprechende Bauern kennen – und tun damit erst noch etwas für ihre Gesundheit. Die Gäste können Bauernhöfe, Käsereien, eine Biobier-Brauerei oder Kraftwerke besichtigen, in Workshops traditionelle Keramikfiguren bemalen, Medizinalkräuter entdecken oder in Themen rund um die Welt des Wassers eintauchen. Ausserdem ermöglichen im Unterengadin Pilotprojekte wie «Inscunter» die Bildung von Netzwerken und eine übergreifende Zusammenarbeit zwischen Land- und Forstwirtschaft, Landschafts- und Naturschutz, Gewerbe und Tourismus.

Nachhaltiges Openair in Nyon

In Nyon findet jedes Jahr das grösste Openair-Musikfestival der Schweiz statt, mit über 230000 Besuchern. Die Paléo-Organisatoren engagieren sich stark für eine nachhaltige Umsetzung. Die Veranstalter haben sich im Bereich Umweltschutz zu messbaren Zielen verpflichtet. Auch ihre soziale Verantwortung nehmen die Organisatoren wahr, mit ethischen Richtlinien im Bereich Sponsoring und einer Preispolitik, die zu hohe Ticketkosten verhindern soll. Zudem werden die Besucher am Festival für Nachhaltigkeitsthemen sensibilisiert, in erster Linie mit einem Info-Stand, auf der Website und mit Medienbeiträgen. Dank den umgesetzten Massnahmen ▶▶

Wissensaufbau und Wissensdiffusion: Best Practice



Die Organisatoren des Paléo-Festivals engagieren sich stark für eine nachhaltige Umsetzung.

und der guten Kommunikation ist der Anteil der Besucher, die mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, innert fünf Jahren von 27 auf 40 Prozent angestiegen. Der Anteil der recycelten Stoffe am gesamten Abfall hat innert zehn Jahren von 15 auf 50 Prozent zugenommen. Mit diesen konkreten Resultaten hat sich das Paléo-Festival auf dem Gebiet der Nachhaltigen Entwicklung einen guten Ruf erarbeitet. Diesen nutzen die Veranstalter, um die entsprechenden Botschaften beim Publikum, den Künstlern, den Lieferanten, den Mitarbeitenden sowie bei den Behörden und im touristischen Umfeld zu platzieren.

Autofreier Pionier Saas-Fee

Die Destination Saas-Fee ist eine Pionierin der Nachhaltigen Entwicklung: Bereits in den 1950er-Jahren fiel der Entscheid für ein autofreies Dorf. 1996 schloss sich Saas-Fee dem Gemeindeforum «Allianz in den Alpen» an, das sich für mehr Nachhaltigkeit einsetzt. 2002 wurde das Dorf mit dem Label «Energistadt» ausgezeichnet. Um die Verwaltung gemäss den

Prinzipien der Nachhaltigen Entwicklung zu führen, hat die Gemeinde ein integriertes Managementsystem eingeführt. Dieses ist ein wichtiger Pfeiler in der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie der Region. Das Tourismusbüro Saas-Fee hat das Label «Valais excellence» – die Zertifizierung beruht auf ISO 9001 und ISO 14001 – erhalten, und die Gemeindeverwaltung wird das Label auch bald bekommen. Eine Kommission, das «Öko-Team Saas-Fee», hat sich zum Ziel gesetzt, den Austausch zwischen Politik, Tourismuswirtschaft, Bevölkerung und Gästen zu verbessern. Die Akteure sollen für Herausforderungen wie zum Beispiel die Anpassung an die Folgen des Klimawandels sensibilisiert werden. Die Nachhaltigkeit wird zu einem immer wichtigeren Verkaufsargument für die Destination Saas-Fee.

Nachhaltigkeitsevaluation in der Waadt

Im Rahmen der Neuen Regionalpolitik des Bundes reichen die Kantone dem SECO ihre Umsetzungsprogramme ein. Diese müssen auf ihre Nachhaltigkeit hin überprüft werden. Dabei hat die Waadt eine Vorreiterrolle eingenommen. Die Unité du développement durable (UDD) und der Service de l'économie, du logement et du tourisme (SELT) des Kantons haben das Evaluationstool «Boussole21» entwickelt. Es ermöglicht die einfache Durchführung der seit 2009 obligatorischen Nachhaltigkeitsprüfung der regionalen Projekte, von denen viele im Tourismus angesiedelt sind. «Boussole21» enthält 19 Kriterien, unterteilt in die Dimensionen Soziales,

Rio+20: Nachhaltige Entwicklung im Tourismus

An der Konferenz der Vereinten Nationen zur Nachhaltigen Entwicklung «Rio+20», die letzten Juni in Rio de Janeiro stattfand, haben 190 Länder eine Schlussfolgerung verabschiedet mit dem Titel «Die Zukunft, die wir wollen». In diesem Dokument wird die nachhaltige Entwicklung des Tourismus als einer der Schwerpunkte aufgeführt. Ein wohl durchdachter und gut organisierter Tourismus spiele eine nicht zu vernachlässigende Rolle in allen drei Dimensionen der Nachhaltigen Entwicklung, heisst es in der Erklärung. Zudem schaffe er menschenwürdige Arbeitsplätze und wirtschaftliche Perspektiven. Weiter empfiehlt die Schlussfolgerung von Rio, Massnahmen zu unterstützen, die eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus zum Ziel haben. Damit werde das Wissen über die Umwelt gesteigert, die Biodiversität und die natürlichen Lebensräume respektiert, die kulturelle Vielfalt gewürdigt und die Lebensbedingungen und Einkommensmöglichkeiten der Lokalbevölkerungen verbessert. Sowohl für Drittweltländer als auch für Industriestaaten biete der Tourismus Entwicklungschancen.

Die Hauptthemen von Rio sind entscheidende Herausforderungen für den Tourismus: Beschäftigung, Energie, Städte, Ernährung, Wasser, Ozeane, Katastrophen. In der Schlussfolgerung wird der Tourismus als einer jener Wirtschaftssektoren dargestellt, die den Wandel hin zu einer grünen, nachhaltigen und sozialen Wirtschaft am besten in Gang setzen können.

Umwelt und Wirtschaft. Schulungen erleichtern Interessierten die Benutzung von «Boussole21». Ein grosser Vorteil des Evaluationstools ist, dass es alle Akteure eines Projekts an einen Tisch bringt. Durch den Austausch werden mögliche Probleme frühzeitig erkannt und gelöst.

Wissensdiffusion entscheidend

Die geschilderten Beispiele haben eines gemeinsam: Die Wissensdiffusion und der Erfahrungsaustausch unter den beteiligten Akteuren sind der Schlüssel zum Erfolg. Touristische Leistungsträger, Bauern, Förster, Behörden, Bevölkerung und Verbände: Sie alle setzen sich gemeinsam dafür ein, die besten Lösungen zu finden. Der Einbezug aller Akteure und der Austausch ihres Wissens sind die Grundlage für eine erfolgreiche Integration der Nachhaltigen Entwicklung in den Tourismus. ■

Panorama

Pluspunkt Innotour: Die Schweizer Tourismuswirtschaft profitiert von Best-Practice-Beispielen im Bereich Nachhaltige Entwicklung.

Publikationsjahr: 2012

Kontakt: Bundesamt für Raumentwicklung ARE, Mühlestrasse 2, 3063 Ittigen, T +41 31 322 40 60, www.are.admin.ch/gutebeispiele

Winter

Jugendliche für Ski und Snowboard begeistern

Immer weniger Jugendliche fahren Ski und Snowboard. Seilbahnen Schweiz will den Negativtrend stoppen – und hat auf die Wintersaison 2012/13 hin ein Anstossprogramm für Schneessportlager lanciert.

Ueli Stückelberger, Seilbahnen Schweiz

«Alles fährt Ski – Ski fährt die ganze Nation». Was früher besungen wurde, gilt heute nicht mehr, zumindest für die Schweizer Jugendlichen. Auf den Pisten sind immer weniger junge Ski- und Snowboardfahrer anzutreffen. Kein Wunder: Vor allem in Städten und Agglomerationen werden deutlich weniger Schneessportlager organisiert als noch vor ein paar Jahren. Damit bleibt vielen Jugendlichen die Möglichkeit verwehrt, das Ski- oder Snowboardfahren

kennenzulernen und die Bergwelt im Winter live zu erleben. Im Jahr 2011 wurden 2180 Jugend+Sport-Skilager durchgeführt – 2005 waren es noch 2700. Gründe für den Rückgang sind die Kosten, der grosse organisatorische Aufwand für Schulen und Lehrpersonen und die aufwendige Betreuung der Schüler rund um die Uhr.

Motivation für Schulen und Lehrer

Seilbahnen Schweiz will wieder mehr Jugendliche an den Wintersport heranzuführen. Die Dachorganisation hat deshalb ein Anstossprogramm für Schneessportlager ins Leben gerufen. Los geht es diese Wintersaison. In enger Zusammenarbeit mit Bergbahnen und lokalen Partnern sowie mit der Unterstützung des Förderprogramms Innotour bietet Seilbahnen Schweiz den Schulen besonders attraktive Pakete für Schneessportlager an. Und dies aus einer Hand, um den Organisationsaufwand für die Lehrer so gering wie möglich zu halten. Diese können über eine Online-Plattform bequem das ganze Lager buchen – von der Anreise über die Gruppenunterkunft, das Ski-Abo und das Mietmaterial bis zu Event-Abenden (siehe Kasten). Die Schulen bezahlen für das Lager zwischen 170 und 350 Franken pro Teilnehmer. Je nach Angebot ist sogar die Verpflegung inbegriffen. Zudem lässt sich gegen Aufpreis Unterricht durch

Schneessportlager – fast alles inklusive

Im Paket «Schneessportlager» sind folgende Leistungen enthalten:

- Transport für An- und Rückreise
- Übernachtung in Gruppenunterkunft
- Bergbahnabonnement für 5 Tage
- Ski- oder Snowboardmiete inkl. Schuhe
- Event an einem Abend (z. B. Schlittelabend oder Fackelabfahrt)
- Zahlungsabwicklung für alle Leistungen über Seilbahnen Schweiz
- Je nach Angebot Verpflegung (von selbst kochen bis zur Vollpension)
- Schneessportunterricht durch Schweizer Schneessportschule (gegen Aufpreis)

Schweizer Schneessportschulen buchen. Das Angebot richtet sich an Schulen, die in den letzten fünf Jahren keine Schneessportlager mit Jugend+Sport durchgeführt haben. Teilnehmen können Schülerinnen und Schüler der fünften bis siebten Klasse. Schulen, die bereits Lager durchgeführt haben, profitieren ebenfalls: Sie erhalten vergünstigte Ski-Abos.

Destinationen in der ganzen Schweiz

Rund 500 Schulen kommen diesen Winter in den Genuss der Pauschal-Lagerwochen in den 40 Schweizer Destinationen, die am Anstossprogramm beteiligt sind. Die Jugendlichen werden damit vielleicht zum ersten Mal überhaupt die Gelegenheit haben, eine frisch präparierte Piste hinunterzugleiten. ■

Panorama

Pluspunkt Innotour: Mehr Jugendliche kommen in den Genuss von Schneessportlagern – und entdecken das Ski- oder Snowboardfahren.

Projektdauer: 2012 bis 2016, Verlängerung wird geprüft

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

Achtung, fertig, los: Schneessportlager sind ideal, um Kinder und Jugendliche für das Skifahren zu begeistern.



Winter

Drei Fragen an Ueli Stückelberger

«Ski- und Snowboardfahren muss wieder cool sein»

Ueli Stückelberger, Direktor von Seilbahnen Schweiz, erläutert die Ziele des Anstossprogramms «Schneesportlager für Jugendliche».

Herr Stückelberger, weshalb engagieren Sie sich für die Schneesportlager?

Ueli Stückelberger: Mir liegt das Projekt «Schneesportlager für Jugendliche» besonders am Herzen. Für uns ist es sehr wichtig, wieder vermehrt Jugendliche für den Schneesport zu begeistern. Ski- und Snowboardfahren muss wieder cool sein! Kinder und Jugendliche, die gern Schneesport betreiben, tun dies auch als Erwachsene.

Was ist für den Erfolg Ihres Projekts entscheidend?

Dass wir die Hemmschwelle und den Aufwand für Lehrer, ein Skilager zu organisieren, reduzieren. Dabei ist es elementar, die Bedürfnisse der Lehrer zu kennen. Es muss logistisch einfach sein, ein Lager zu organisieren. Dazu braucht es eine Koor-

dinations- oder Anlaufstelle vor Ort in der Destination. Die Organisation von Unterkunft, Ski-Abo, Skimiete und anderer Leistungen muss für die Lehrpersonen einfach sein. Zudem müssen sich die Kosten pro Schülerin und Schüler in Grenzen halten.

Lohnt sich der finanzielle Aufwand für die Vergünstigungen?

Mit diesem Projekt verdienen wir kein Geld. Wir gewinnen aber Jugendliche, die Freude am Schneesport bekommen und dann auch künftig Ski oder Snowboard fahren. Darum geht es. Es ist eine Investition in die Zukunft – zwar nicht klar messbar, aber lohnenswert!



Ueli Stückelberger

«Es ist eine Investition in die Zukunft – zwar nicht klar messbar, aber lohnenswert!»

Innotour: Update Dezember 2012

Kontakt

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Ressort Tourismus, Innotour, Holzikofenweg 36, 3003 Bern

Programmleiter

Davide Codoni,
Stellvertreter Ressortleiter



Erstkontakt

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

Weitere Informationen

www.seco.admin.ch/innotour

Impressum

Herausgeber: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung, Ressort Tourismus, 3003 Bern; Konzeption und Realisation: Zoebeli Communications AG, Bern; Layout: Oliver Slappnig, Herrenschwanden; Französisch: Félix Glutz, Montreux; Italienisch: Marina Graham, Gümligen; Druck: Ast & Fischer AG, Wabern; Auflage: 1650 Exemplare.

Projektbeispiele Innotour

- Bestandesaufnahme, Erschliessung und Online-Schaltung der Hotelarchivbestände, Hotelarchiv Schweiz, www.hotelarchiv.ch
- Gemeinsame Angebote und Kooperationen zum Natur- und Kulturtourismus in Schweizer Pärken, Netzwerk Schweizer Pärke, www.paerke.ch
- Klimaschutz – jetzt und hier, Gemein-denetzwerk Allianz in den Alpen (AidA) Schweiz, www.alpenallianz.org
- «Meteo Graubünden» – Wettervorhersage Graubünden als Marketinginstrument, Verein Bergbahnen Graubünden, www.bbgr.ch
- MILESTONE. Tourismuspreis Schweiz, hotelleriesuisse/htr hotel revue, www.htr-milestone.ch
- Qualitätsentwicklung Schweizer Gruppenunterkünfte, CONTACT groups.ch, www.groups.ch
- Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen, Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte (GaST), www.auto-frei.ch
- Satellitenkonto Tourismus, Bundesamt für Statistik BFS, www.statistik.admin.ch
- Schneesportlager für Jugendliche, Seilbahnen Schweiz, www.seilbahnen.org
- Touristische Profilierung und Positionierung des Schweizer Bodenseeraums und des Rheins, Thurgau Tourismus, www.thurgau-tourismus.ch
- Vertiefung und Weiterentwicklung der internationalen Benchmarking Programms für den Schweizer Tourismus (Update-Periode 2012–2013), BAK Basel Economics AG, www.bakbasel.ch
- Weiterentwicklung der Zusammenführung Agrotourismusanbieter Schweiz, Agrotourismus Schweiz, www.agrotourismus.ch

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