



Auswertung des Tourismus Forums Schweiz (TFS) 2012 zum Thema "Neupositionierung der Schweiz im Sommer- tourismus"

1) Referate, Round Tables und Diskussionsforen

*Referate*¹

- Márcio Favilla Lucca de Paula: Weltweite Entwicklungsperspektiven für den Sommertourismus – Chancen und Gefahren für die Schweiz
- Richard Kämpf: Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz im Sommertourismus – eine Analyse
- Jürg Schmid: Inspiration Concept Re-Invent Summer
- Manfred Kohl: Perspektiven für die Schweiz im Sommer: die Sicht von aussen

Zwischenfazit: Der Sommertourismus in der Schweiz: Wo stehen wir?

Der Sommertourismus in der Schweiz stagniert trotz des weltweiten Wachstums der Branche. Dennoch hat die Schweiz im Sommertourismus Chancen und darf den Fokus nicht alleine auf den Wintertourismus legen. In früheren Zeiten war der Schweizer Tourismus, verbunden mit grossen Persönlichkeiten, sehr innovativ. Es wird die Frage aufgeworfen, ob diese heute fehlen. Die aktuelle Krise muss auch jedoch als Chance für einen Neuanfang gesehen werden. Eine Chance besteht beispielsweise darin, vermehrt internationales Kapital anzuziehen.

Die Branche arbeitet zu wenig zusammen. Kooperationen beinhalten ein grosses Potenzial für die Zukunft und erlauben oftmals Kosteneinsparungen. Die Einsicht der Bedeutung überregionaler/-kantonaler Zusammenarbeit nimmt zu. Der Aufbau von Vertrauen und von entsprechend ausgerichteten Managementstrukturen braucht aber Zeit. Es ist gut denkbar, dass eine Strukturbereinigung erfolgen wird, aus welcher die Starken gestärkt herausgehen werden. Bei allen Planungsarbeiten muss der Fokus stets auf den Gast gerichtet werden.

¹ Die Erkenntnisse aus den Referaten von Márcio Favilla Lucca de Paula, Richard Kämpf, Jürg Schmid und Manfred Kohl werden an dieser Stelle nicht zusammengefasst. Die Unterlagen befinden sich auf der Homepage www.tourismusforumschweiz.ch.

Viele Projekte scheitern in der Planungsphase oder die Umsetzung dauert zu lange. Es bestehen zu viele Möglichkeiten, Projekte zu verhindern oder zu verlangsamen. Gewünscht wird eine frühe Einbindung von Umwelt-, Natur- und Landschaftsschutz anstelle einer Verhinderungstaktik am Ende des Entscheidungsprozesses.

***Diskussionsforum* Hotellerie: Wie kann das Sommergeschäft gestärkt werden?**

Die Hotellerie muss konsequent vom Kunden her denken und handeln. Die Bedürfnisse der verschiedenen Kundengruppen (alte und neue Märkte) müssen dazu gekannt werden. Analog zu einem Unternehmen sollte die Tourismusbranche eine Branchenvision entwickeln und dadurch die gemeinsame Identität (Gastronomie, Hotellerie, Bergbahnen, etc.) stärken. Die Strukturen müssen auf die Vision abgestimmt werden. Es sollte in grossräumigeren Strukturen gedacht und Synergien in der Vermarktung besser genutzt werden.

Im Weiteren müssen Ausbildung und Kompetenzen gefördert werden. Nur mit gut ausgebildetem Personal, unternehmerisch denkenden und gastfreundlichen Hoteliers lassen sich die Kundenbedürfnisse befriedigen. Zudem fordert die Hotellerie bezüglich Rahmenbedingungen gleich lange Spiesse wie in anderen Branchen.

***Diskussionsforum* Bergsommer: Wer ist in der Lage, den Bergsommer zu inszenieren?**

Die Positionierung und Differenzierung einer Destination, basierend auf einer Strategie, sind zwingend. Die Positionierung ist verbunden mit einem oder wenigen Leuchtturmprojekten, welche mit kleineren Produkten abgerundet werden. Das Kopieren von Einzelmassnahmen reicht nicht aus und Aufräumen ist eine wichtige Grundvoraussetzung für eine gelungene Inszenierung. Die Positionierung muss authentisch und glaubwürdig sein und von der ganzen Destination getragen werden.

Kooperationen ermöglichen die Realisierung von Angeboten/Lösungen mit einer grösseren Ausstrahlung und sind für Destinationen unabdingbar. Als entscheidende Akteure werden die Hotels und Bergbahnen gesehen. Es besteht allerdings eine Trittbrettfahrerproblematik, welche mit Anreizstrukturen überwunden werden muss. Bei den Bergbahnen dominiert zumeist eine ingenieur-technische Sichtweise mit dem Fokus auf Sicherheit. Zukünftig müssten Bergbahnen verstärkt Kompetenzen in

den Bereichen Strategieentwicklung, Inszenierung und Organisation/Umsetzung aufbauen.

Eine weitere wichtige Rolle übernehmen die Gemeinden, insbesondere in den Bereichen Infrastruktur und der Gestaltung des öffentlichen Raumes. Allerdings fehlt in den Gemeinden oftmals die Fachkompetenz und der Blick über die eigenen Gemeindegrenzen hinaus.

Es wurde eine Know-how- und Kompetenzlücke bezüglich der Gestaltung des Bergsommers identifiziert. Diese könnte mit einer Art Think Tank, welche Top-Down Denkanstösse entwickelt, geschlossen werden. Im Weiteren wurde zur Angebotsentwicklung ein Ausbau bzw. eine Stärkung von Enjoy Switzerland angeregt.

Diskussionsforum Zweitwohnungen: Wie verändern sich die Entwicklungsperspektiven des Ferientourismus im Alpenraum?

Die Zweitwohnungsinitiative wird zu einem Strukturwandel führen. Wichtig ist, dass rasch ein juristischer Rahmen abgesteckt wird. Als Chance anerkannt wird, dass Destinationen verstärkt versuchen müssen sich wie Firmen zu verhalten um in der Summe rentabel zu sein, z.B. durch Hotelbetten mit Verlust, aber Restaurationsbetriebe mit Gewinn. Es bestehen jedoch auch Risiken. So wurde unter anderem die Gefahr identifiziert, dass durch die Annahme der Initiative Hotels verloren gehen, weil man sie in Zweitwohnungen umwandeln kann.

Um den Strukturwandel zu meistern, wurden verschiedene Ansatzpunkte diskutiert:

Vermietungsfähigkeit: Zahlreiche zu vermietende Wohnungen sind qualitativ nicht hochwertig genug und müssen, um den Gästeanforderungen gerecht zu werden, verbessert werden.

Kontingente verbinden: Die bestehenden Zweitwohnungen können besser bewirtschaftet werden, wenn Kontingente in einem System erfasst und vertrieben werden.

E-Marketing: Steigerungsmöglichkeiten beim E-Marketing bestehen darin, mehr Wohnungen über professionelle und internationale Online-Portale zu bewerben.

Attraktivität und Masterplan der Destination: Destinationen müssen mit Hilfe eines Masterplans professioneller geführt und entwickelt werden. Warme Betten in der Nebensaison sind nur zu vermieten, wenn die Destination für Touristen attraktiv ist. Dienstleistungen vor Ort müssen somit auch in der Nebensaison angeboten werden.

Lex Koller: Es wurde diskutiert, ob die Lex Koller für Destinationen mit einem Zweitwohnungsanteil über 20% nicht ausser Kraft gesetzt werden sollte. Dies würde es internationalen Investoren erleichtern, bewirtschaftete Zweitwohnungen zu erstellen und zu betreiben.

Zweitwohnungssteuer: Zweitwohnungssteuern könnten zukünftig in vielen Destinationen eine Rolle spielen. Sie können auch dynamisch erhoben werden, z.B. in Abhängigkeit der Anzahl vermieteter Tage (stärkere Vermietung = tiefere Steuern).

Fazit: Der Sommertourismus in der Schweiz: Wie weiter?

Wichtig ist eine Unterscheidung zwischen Berg- und Stadthotellerie. Die Probleme liegen vor allem in der Berghotellerie. Es müssen verkaufbare Produkte (Angebote) mit einer klaren Marktausrichtung entwickelt werden. Wünschenswert wäre diesbezüglich ein Ausbau von Enjoy Switzerland. Die Destinationen sollten stärker wie Unternehmen funktionieren und in Wertschöpfungsketten denken. Eine Destination lässt sich nicht über Strukturen managen, sondern nur über Prozesse. Der Staat ist in erster Linie für die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen verantwortlich.

Bei der Angebotsentwicklung spielen Hotels und Bergbahnen eine zentrale Rolle. Es müssen jedoch bottom-up bessere und breitere Angebote entwickelt werden. Es braucht Destinationen die unternehmerisch Denken und Handeln und Angebote aufbauen, welche von Schweiz Tourismus international vermarktet werden können.

Zudem wurde auf die Frage der Wirkung der Lex Koller auf die Tourismusdestinationen eingegangen. Es handelt sich um ein heikles Thema. Ein differenzierter Ansatz (Aufhebung für jene Orte, wo der Zweitwohnungsanteil über 20% liegt) wurde als zu prüfende Option erachtet.

2) Vom SECO aufbauend auf dem TFS 2012 als prioritär für den Tourismusstandort Schweiz identifizierte Themen

Thema 1: Komplexe, schwerfällige Strukturen als Entwicklungshemmer im Schweizer Tourismus

Am TFS 2012 wurde wiederholt auf die komplexen und schwerfälligen Strukturen im Schweizer Tourismus als Entwicklungshemmer hingewiesen. Eine interessante These diesbezüglich war, vermehrt den Fokus auf die Prozesse zu legen. Die Prozesse zu professionalisieren wird als erfolgsversprechender angesehen als die althergebrachten Strukturen zu reformieren.

Thema 2: Alpin-ländlicher Ferientourismus steht vor Herausforderungen und braucht neue Lösungsansätze

Der Schweizer Alpenraum-Tourismus weist sowohl im Sommer als auch im Winter Herausforderungen auf. Viele der am TFS diskutierten Herausforderungen (wie z.B. die Strukturfragen) treffen sowohl auf den Sommer- wie auch auf den Wintertourismus zu. Entsprechend ist eine ganzheitliche Betrachtungen notwendig.

Thema 3: Notwendigkeit einer stärkeren Abstimmung zwischen Marketing sowie der Angebots- und der Produktgestaltung

Neue Trends im Tourismus machen es notwendiger denn je, dass von den zuständigen touristischen Akteuren auf der jeweiligen Ebene eine enge Abstimmung zwischen dem Tourismus-Marketing sowie der Angebots- und Produktentwicklung vorgenommen wird.

Thema 4: Anforderungen an touristische Gremien (insb. strategische Gremien) sind massiv gestiegen

Am TFS wurde mehrfach betont, dass die Anforderungen an die jeweiligen Gremien insbesondere auch auf regionaler und lokaler Ebene stark angestiegen sind. Die vorhandenen Qualifikationen genügen heute teilweise nicht mehr.

Thema 5: Überwinden der Umsetzungsbarrieren

Mehrfach wurde am TFS darauf hingewiesen, dass es im Schweizer Tourismus nicht an guten Ideen und Konzepten mangelt, wohl aber an deren Umsetzung hapert.

3) Auswertung der Teilnehmerbefragung

Das Feedback zum TFS 2012 war grösstenteils positiv. Mehr als 80% der Teilnehmenden waren mit der Veranstaltung „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“. Zudem befürwortete eine klare Mehrheit eine jährlich wiederkehrende Veranstaltung, wobei die Länge von einem Tag als geeignet angesehen wird.

Für das TFS werden vom SECO Vertreter aus der Bundesverwaltung, der Tourismuswirtschaft sowie den Kantonen eingeladen. Diese Teilnehmerstruktur wurde begrüsst. Die Teilnehmer äusserten allerdings den Wunsch, dass mehr Praktiker (Vertreter von Hotels, Destinationen, Seilbahnen) eingebunden werden.

Das SECO wird die Ergebnisse der Teilnehmerbefragung bei der Planung des zweiten TFS, welches am Freitag den 15. November 2013 stattfinden wird, berücksichtigen.