

Tagungsbericht, Interlaken, 25. November 2010

Fachtagung:

Diversifikation im Tourismus – Lösungsansätze und Praxisbeispiele aus dem Berggebiet

Gemeinsam für ein nachhaltiges Tourismusangebot

Das Gemeindefeldnetzwerk «Allianz in den Alpen» (Schweiz) lud am vergangenen Dienstag zur Tourismus-Fachtagung nach Sattel (SZ). Mehr als 40 Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Gemeinden, aber auch touristischen Unternehmen und Planungsbüros nutzten die Gelegenheit. Sie erfuhren von Fachpersonen aus erster Hand was es braucht, um erfolgreich zu „Diversifizieren“. Was alle mit nach Hause nehmen konnten: Mit Geduld und Hartnäckigkeit können Destinationen unterstützt von den Standortgemeinden ihr Angebot ausweiten und nachhaltiger gestalten.

Es gibt sie, die Beispiele zu nachhaltigem Tourismus. In den verschiedenen Alpenländern, aber auch in der Schweiz. Dies zeigte Dominik Siegrist von der Technischen Hochschule Rapperswil auf. Und betonte dabei, wie wichtig ein Umdenken sei. Denn gelebte Nachhaltigkeit beinhaltet Diversifizierung; also das Schaffen von Veränderung und Vielfalt. Der daraus entstehende Nutzen sei die Verringerung der saisonalen Abhängigkeit und ein kleineres Klumpenrisiko. Es gelte die bestehenden Handlungsspielräume zu nutzen; zum Beispiel indem intelligente Partnerschaften eingegangen würden.

Einleuchtend legte Frau Vogel von Schweiz Tourismus anhand von Resultaten einer neuen Studie dar, weshalb der Sommer in Zukunft wieder zur starken Saison werden könnte. Mit Blick auf den Klimawandel suchten Gäste Wasserwelten und „Sommerfrische“. Und Schweizer Städte bekämen immer mehr ein mediterranes Flair. Aufgrund der Bevölkerungsentwicklung sei das Alter von Gästen bald kein Differenzierungsmerkmal mehr. Ältere Leute seien aktiv und sportlich; sie verfügten über Zeit und Geld. Für den Erfolg sollten altbewährte Klassiker neu inszeniert werden. Es brauche eine klare Positionierung, die zum Anbieter passe und der auch tatsächlich nachgelebt werde.

Herr Solms von der regionalen Entwicklungsorganisation CITAV zeigte am Beispiel der Waadtländer Alpen auf, dass verschiedene Hindernisse eine gebietsübergreifende Zusammenarbeit erschweren. In kleinräumig unterteilten Regionen sei für eine nachhaltige Entwicklung beispielsweise eine Konzentration im Zusammenhang mit der Erneuerung der Bergbahngesellschaften notwendig. Es brauche also übergeordnete strategische Ziele, ein gemeinsames Gedankengut und eine einheitliche Absatzförderung. Dann könnten die Gebiete trotzdem ihre spezifischen Eigenheiten bewahren, was besonders mit Angeboten für Sommertouristen sehr gut möglich sei. Zusammenarbeit erlaube weiter einen effizienteren Einsatz der Mittel, die oft Töpfen der Regionalentwicklung stammten.

Aus eigener Erfahrung berichtete Herr Jenny von Arosa Tourismus über die Erfolgsfaktoren mit nachhaltigen Angeboten. Wer die Mission habe, jedem Gast ein unvergessliches Ferienerlebnis zu bieten, müsse sich an einer gewissen Vielfalt orientieren und ab und zu auch einen „Spagat“ wagen. Wie Umfragen zeigten, verändere sich in Zeiten des Bewusstseins des Klimawandels die Wahrnehmung der Touristen: Es werde genauer hingeschaut und kritischer beurteilt. So seien trotz vieler Bemühungen der Anbieter die Rückmeldungen nicht immer positiv. Und klimaneutrale Ferien mit CO₂-Kompensation seien kein Allheilmittel und Wunderangebot. Denn die Nachhaltigkeit gehe in der Regel schnell vergessen, wenn es den Menschen wirtschaftlich schlechter gehe. Es gelte daher umso mehr, kontinuierlich und beharrlich einer klaren Strategie zu folgen und nur gross anzupreisen, wo man auch tatsächlich

etwas zu bieten habe. Man könne es sich auch nicht mehr erlauben, zentrale Themen nicht zu diskutieren; so zum Beispiel die Frage der Vereinbarkeit von Naturerlebnispärken und Skigebietszusammenschlüssen.

Erik Thurnherr von texetera ging der Frage nach, was der Einsatz von modernen Technologien im Wettbewerb um Gäste beitragen kann. Dass sich Anbieter mit der Thematik auseinandersetzen müssen, zeigte schon ein Statement in einem früheren Vortrag: „Die Welt ist heute anklickbar“. In der Zeit von Facebook, Twitter etc. vermischen sich reale und virtuelle Welt immer mehr. Mit einem Audioguide („Hörführer“) können Inhalte auf eine besondere Art zum Gast transportiert werden. Denn Hörerlebnisse schaffen zusammen mit dem, was das Auge erfasst, einen ganz besonderen Eindruck. Während der Aufwand für das Bereitstellen umfassender Audioguides mit Bildern, Filmen und Dokumenten sehr gross sein kann, ist heute auch bereits ein einfaches Hilfsmittel zur Eigenbearbeitung kostenlos verfügbar. Denn seit dem massenhaften Auftreten von so genannten „Apps“ (Mobiltelefon-Anwendungen) ist es kaum mehr möglich, für die hilfreichen kleinen Programme einen guten Preis zu bekommen. Auch wenn das Hilfsmittel nun das kostengünstige Produzieren eigener Audioguides für Gemeinden oder Ferienorte erlaube, sei ein gezieltes Marketing nötig, damit sich überhaupt jemand dafür interessiere.

Bei der Destinationsentwicklung spiele die Gemeinde eine Schlüsselrolle, erklärte Pirmin Moser, der Gemeindeschreiber von Sattel. Es brauche daher eine klare politische Willensbekundung zum Tourismus, die im Leitbild festgeschrieben sein müsse. Dies sei ein wichtiges Bekenntnis nach aussen: An die Bevölkerung, für Investoren, aber auch für Vertreter des Kantons. Gemeinden müssten ihre Möglichkeiten konsequent ausnutzen, mit einer aktiven Bodenpolitik und einer guten Ortsplanung. Letztere schütze nicht zuletzt die Interessen der ortsansässigen Bevölkerung und führe im optimalen Fall sogar zu einer werbewirksamen Auszeichnung wie dem Wakker-Preis. Die Gemeinde könne aber auch finanziell helfen, mit Bürgschaften oder Land für Parkraum. Und die Aussenräume sollten für Einheimische und Gäste unbedingt aktiv gestaltet, möbliert und gut unterhalten werden. Es sei viel mehr möglich, als nur an die touristischen Anbieter zu verweisen. Doch wir seien in der Schweiz – es brauche halt einfach grausam viel Zeit.

Präsentationen zu den Vorträgen werden in Kürze auf www.alpenallianz.ch aufgeschaltet.

Bei Fragen:

Christian Lüthi, Verantwortlicher Kommunikation Verein «Allianz in den Alpen» (Schweiz),
079 / 657.99.15

FACTBOX – Was ist ... ?

Das Gemeindefeldnetzwerk Allianz in den Alpen

Der Verein Gemeindefeldnetzwerk «Allianz in den Alpen» e.V. ist ein Zusammenschluss von Gemeinden und Regionen aus sieben Staaten des Alpenraums. Seine über 270 Mitglieder setzen sich dafür ein, gemeinsam mit der Bevölkerung den alpinen Lebensraum zukunftsfähig zu entwickeln.

Mit insgesamt 96 Mitgliedsgemeinden in allen Landesteilen ist der Verein «Allianz in den Alpen» (Schweiz) ein wichtiger nationaler Träger des Netzwerks. Er besteht seit 1998 und steht den Gemeinden bei ihren Bemühungen mit fachlicher und finanzieller Unterstützung zur Seite. Seine Geschäftsstelle wird von der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) geführt, für die Kommunikation ist die CIPRA Schweiz zuständig. Der Verein wird vom Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) finanziell unterstützt.

www.alpenallianz.org

Das Leitbild des Gemeindefeldnetzwerks

Die Mitglieder des Gemeindefeldnetzwerks «Allianz in den Alpen» sind überzeugt, dass die Gemeinde eine zentrale Ebene für die Umsetzung einer nachhaltigen Alpenpolitik darstellt. Sie orientieren sich bei ihrem Handeln an zehn Leitsätzen, die ihre Ziele, das Aufgabenverständnis und die Methoden ihrer Tätigkeiten kennzeichnen.

<http://www.alpenallianz.org/de/ueber-allianz-in-den-alpen/leitbild/leitsatze/file>