



**Herzlich
willkommen zum
2. Freizeitgipfel
Oberaargau**

Denise Krieg, Leiterin
Freizeit/Tourismus
Oberaargau





Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable

2. Freizeitgipfel Oberaargau

28. November 2022

Romy Bacher / Schweizer Tourismus-Verband



Was verstehen wir unter nachhaltigem Tourismus?

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus.



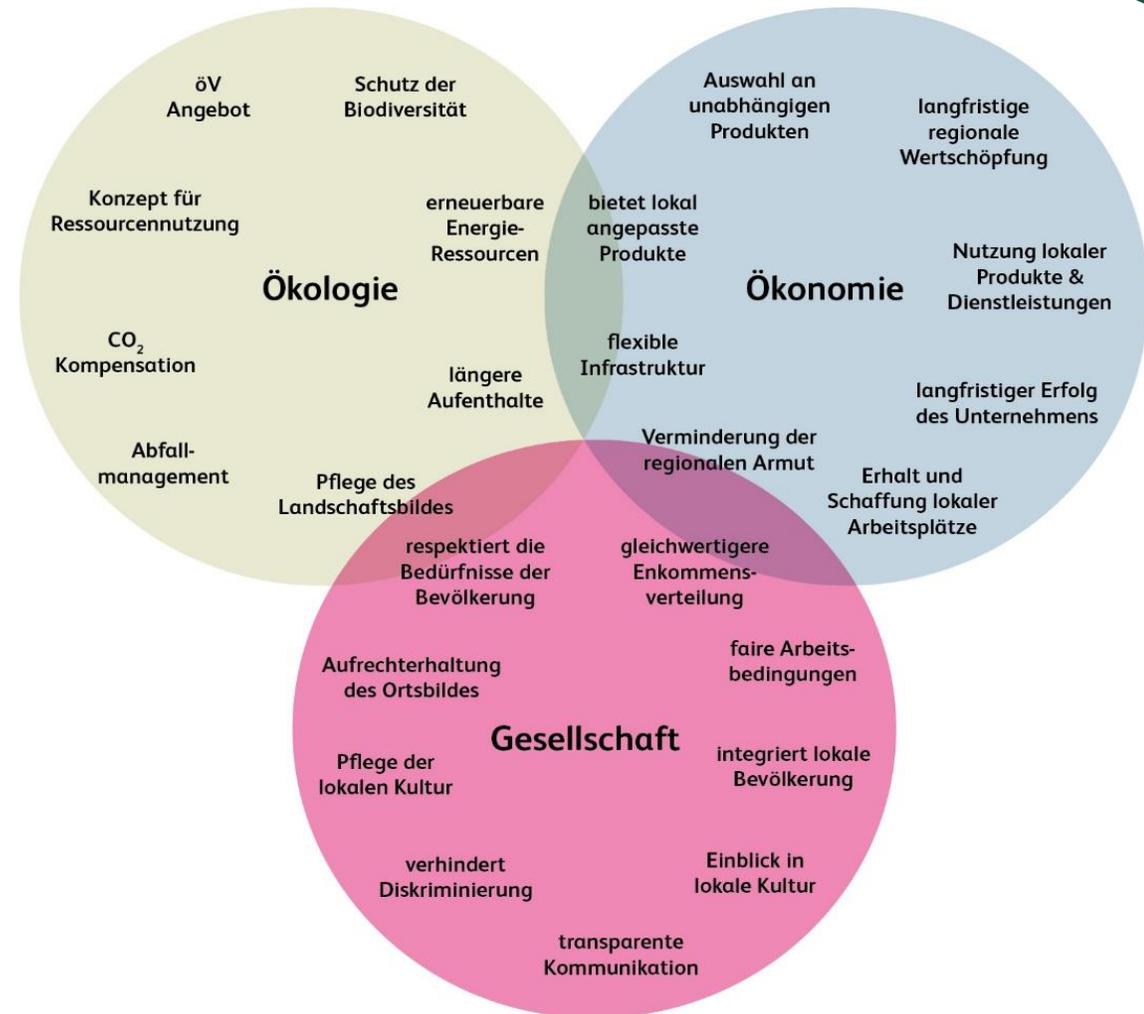
«Nachhaltigkeit» steht für eine **touristische Entwicklung**, die

- neben der **wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** (Stärkung der regionalen Wirtschaft, langfristige Investitionsplanung u.a.m.)
- auch die **ökologische Verantwortung** (Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energien, Minimierung nachteiliger Auswirkungen auf die natürlichen Ressourcen wie Natur und Landschaft, Luft, Wasser, Boden u.a.m.)
- und die **gesellschaftliche Solidarität** (Gleichbehandlung, Gesundheit, Lebensqualität, Bildung, Partizipation u.a.m.)
- sowie das **Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen** (Enkelverträglichkeit) berücksichtigt.

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus.



- Die einzelnen Dimensionen der Nachhaltigkeit stehen in einem **Wechselspiel** zueinander.
- Die drei Nachhaltigkeitsdimensionen lassen **keine klare Abgrenzung** zu.
- Es muss eine **ganzheitliche Herangehensweise** und **Sensibilisierung** stattfinden, um Nachhaltigkeit erfolgreich umzusetzen.

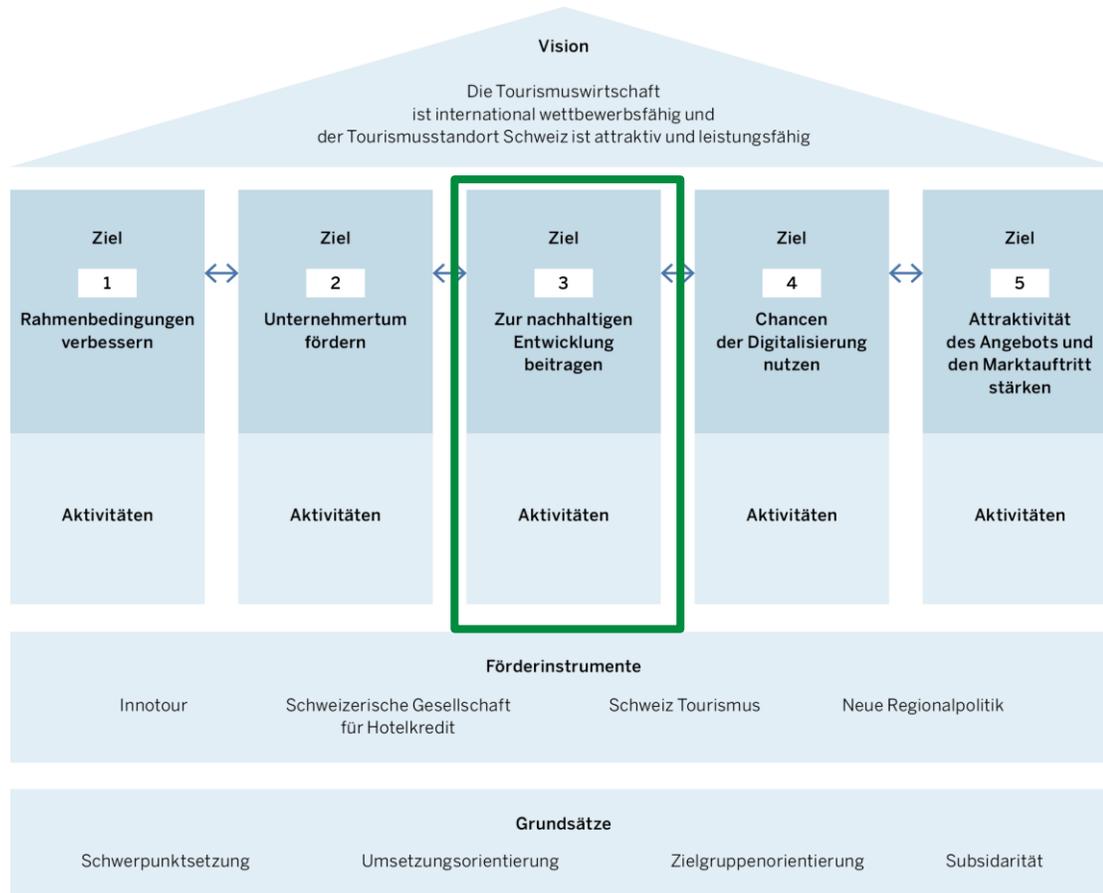


A scenic view of a mountain landscape. On the left, a dark wooden cabin with a shingled roof and red-and-white striped shutters is visible. A white banner with black text hangs from the cabin. In the foreground, four pairs of red trousers with decorative patterns on the pockets are hanging on a line. The background shows rolling green hills and a valley with a stream, under a clear sky.

Aktuelle Entwicklungen & Herausforderungen.

Rest-Glatt-Alp

Politische Vorgaben und Einflussnahme.



Zürcher Tourismus soll auf Nachhaltigkeit setzen

Der Zürcher Kantonsrat verlangt ein Konzept sowie Massnahmen für einen nachhaltigen Tourismus. Volkswirtschaftsdirektorin Carmen Walker Späh (FDP) begrüsst dies – sie hält aber fest, dass dies keine Abkehr von internationalen Gästen bedeute.

28.03.2022, 11.25 Uhr

Merken Drucken Teilen



Quelle: [Limmattaler Zeitung](#), 2022

Aktuelle Entwicklungen und Trends.



Klimaschädlich: Stadt Luzern investiert kein Geld mehr für Marketing in Asien – nun nimmt Tourismus-Chef Stellung

Geht es nach dem Luzerner Stadtrat und Parlament, soll Tourismus AG (LTAG) ihre Marketingaktivitäten in Übersee zu stossend sei das Wachstum des Massentourismus, w der Pandemie Einzug gehalten hat. LTAG-Chef Marcel P Stellung.

Robert Knobel
27.01.2022, 17.50 Uhr



Siemens macht Geschäftsreisen nachhaltiger

Business Traveltip - 26.10.2022

Der Konzern will nur noch nachhaltige Hotels buchen.

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Xing](#) [Drucken](#)



Raiffeisen fördert nachhaltiges Reisen

Die Nachhaltigkeitsstrategie «Swissustainable» fokussiert sich auf nachhaltiges Reisen in der Schweiz. Raiffeisen unterstützt dieses Bestreben und bietet ihren Mitgliedern ganzheitliche Angebote für nachhaltige Wassererlebnisse – einen Sommer lang.

Hotel Reservation Service
einzelner Hotels abbilden und diese so erstmals vergleichbar machen. Bisher gab es keinen global einheitlichen Standard, um Hotels in Bezug auf ihre Nachhaltigkeit zu vergleichen.

Schweiz Tourismus

Neue Kooperation mit Kuoni Tumlare

Gemeinsam mit dem Destination-Management-Unternehmen Kuoni Tumlare will Schweiz Tourismus nachhaltige touristische Erlebnisse und Angebote in der Schweiz weltweit buchbar machen. Die Zusammenarbeit startet mit Angeboten für Zug- oder Velo-Ferien für Kleingruppen sowie Bildungsreisen.



DACH-Reisebranche gründet Klimalink

TRAVEL INSIDE - 19.10.2022

Die Gründungsmitglieder des Verein Klimalink wollen die Daten zu Treibhausgas-Emissionen digital und auf Basis eines einheitlichen Standard bereitstellen.

ismus und Kuoni Tumlare wollen Schweizer Tourismusanbieter dazu motivieren, sich am Programm zu beteiligen. (Bild: Switzerland Tourism/Giglio Pasqua)



Veränderte Gästebedürfnisse.



Nischen und wenig besuchte Reiseziele entdecken



Weniger ist mehr. Small is beautiful.



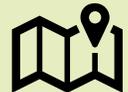
Grösserer Fokus auf **Nachhaltigkeit**



Reisen in die **Natur**, wo Distanzierung möglich ist, mehr **Outdooraktivitäten**



Slow Tourism und regenerative **Erholungsreisen**



Inlandreisen und Reisen **näher am Heimatort**



Nutzung von **landgebundenen Verkehrsmitteln**



Autonomes & flexibles Reisen mit eigenen Transportmitteln (Trend Road Trips)



Kleinere Reisegruppen



Kürzere Reisen das ganze Jahr über, die kurzfristig geplant werden



Umfassendere Reiseplanung. Hygiene, Sicherheit und Zuverlässigkeit als Vorteile



Working Holidays



Geschäftsreisen auf tieferem Niveau



Preiswerte und qualitative Angebote statt nur das Günstigste.

Nachhaltigkeit als Positionierungs- & Differenzierungsmerkmal.



78% of global travelers intend to stay in a sustainable property at least once in the coming year



46% of global travelers have stayed in a sustainable accommodation at least once over the past year and the reasons vary:

41% wanted to help reduce their impact on the environment

33% wanted to have a more locally relevant experience

31% believed sustainable properties treat the community better

Quelle: Sustainable Travel Report von Booking, 2022

Frühstück inbegriffen

Walliserhof Grand-Hotel & Spa Relais & Châteaux ★★★★★

Saas-Fee · [Auf der Karte anzeigen](#) · Zentrum: 100 m
📍 200 m vom Skilift entfernt

Unterkunft für nachhaltiges Reisen

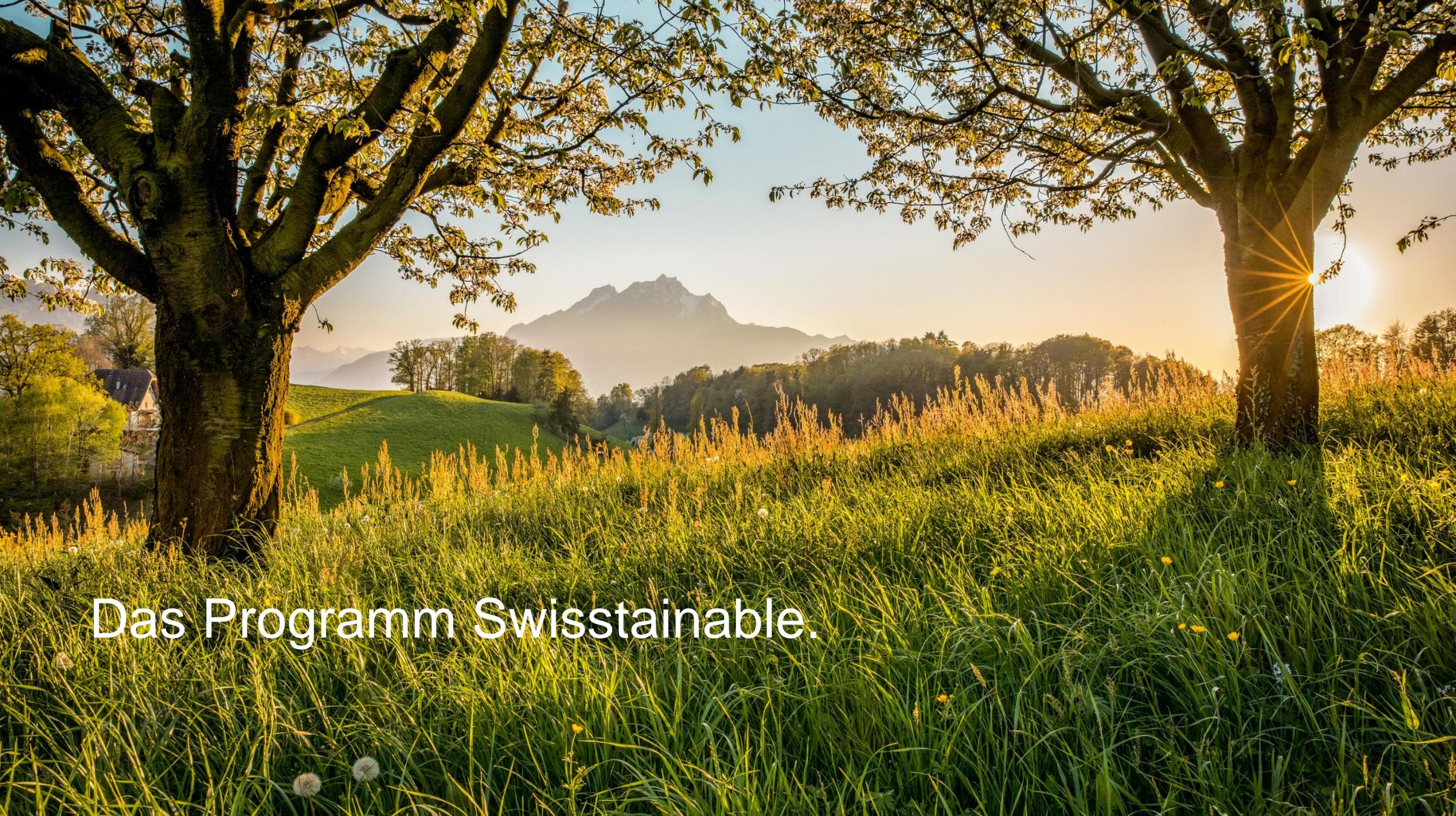
Standard Zimmer mit Kingsize-Bett
1 Doppelbett

Frühstück inbegriffen
KOSTENLOSE Stornierung • Keine Voraus-/Anzahlung notwendig
Sie können später stornieren. Sichern Sie sich also diesen tollen Preis noch heute.
Nur noch 2 Zimmer zu diesem Preis auf unserer Seite verfügbar

Nachhaltigkeit

Unterkünfte für nachhaltiges Reisen 48

Quelle: Booking.com, 2022



Das Programm Swisstainable.



Welche Ziele möchten wir mit Swisstainable erreichen?

- Beitrag zur Erreichung der **Sustainable Development Goals (SDGs)** und der **Nachhaltigkeitsstrategie** des Bundes
- Erfolgreiche zukunftsorientierte **Entwicklung und Positionierung** der Schweiz als Tourismusland
- **Transparenz und Orientierung** für Gäste über Angebote mit hohem Nachhaltigkeits-Engagement
- **Sichtbarkeit** der bestehenden Nachhaltigkeitsbestrebungen

Ein Programm aus dem Tourismus für den Tourismus.



Project initiated by



Partners

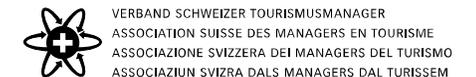


Academic partner

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Business
Institute of Tourism and Mobility
ITM



Überblick der Level.



Level I – committed

Für Betriebe ohne Zertifizierung, die sich in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln möchten.



Level II – engaged

Für Betriebe mit bestehenden Nachweisen, aber ohne umfassendes Nachhaltigkeits-Engagement.



Level III – leading

Für Betriebe mit einer umfassenden Nachhaltigkeitszertifizierung.

Überblick der Anforderungen pro Level.



Level I committed	Commitment zur Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitscheck	Nachhaltigkeitsmassnahmen	–
Level II engaged	Commitment zur Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitscheck	Nachhaltigkeitsmassnahmen	Nachhaltigkeitsnachweise Level II
Level III leading	Commitment zur Nachhaltigkeit	–	–	Nachhaltigkeitsnachweise Level III

Die Rolle von Nachhaltigkeitsnachweisen.



- Swisstainable Level 2 und 3 bauen auf **anerkannten Nachhaltigkeitsnachweisen** auf.
- Aktuell werden rund **90 Nachweise** innerhalb des Programms anerkannt.
- Ziel: Mehr **Transparenz** und **Orientierung** im Labeldschungel im Rahmen des Dachprogramms Swisstainable.



TourCert



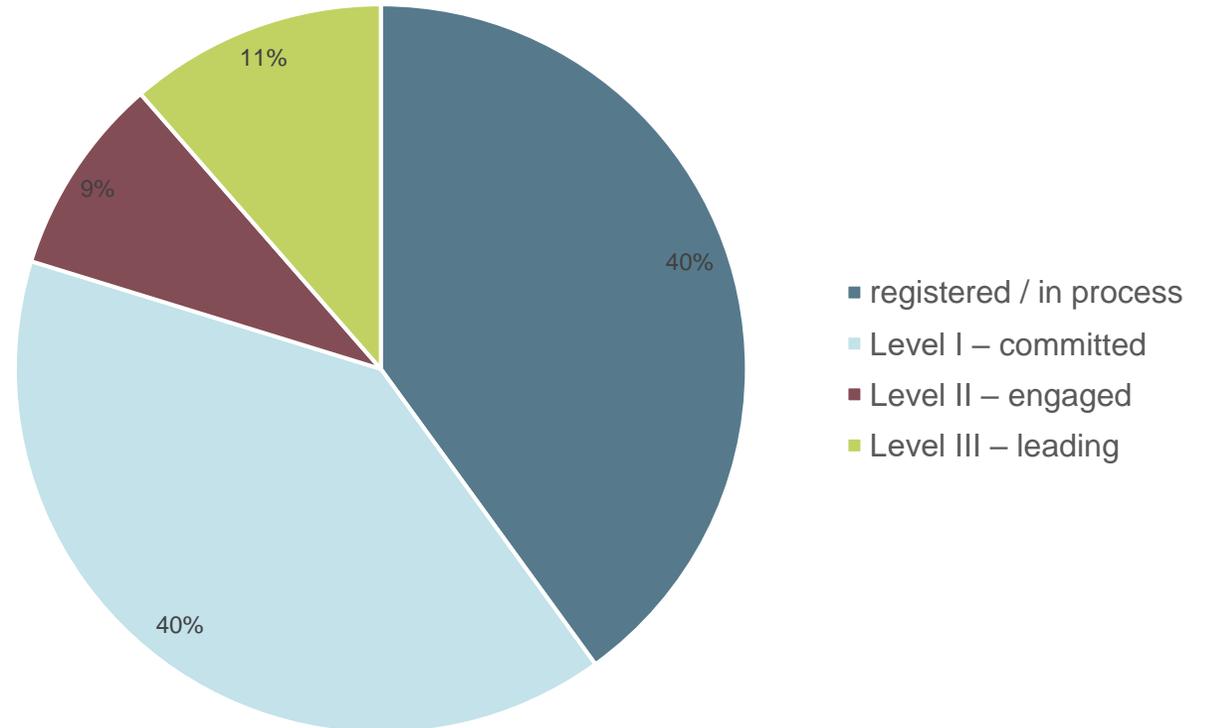
ibex
fairstay



Aktueller Anmeldestand Schweiz.

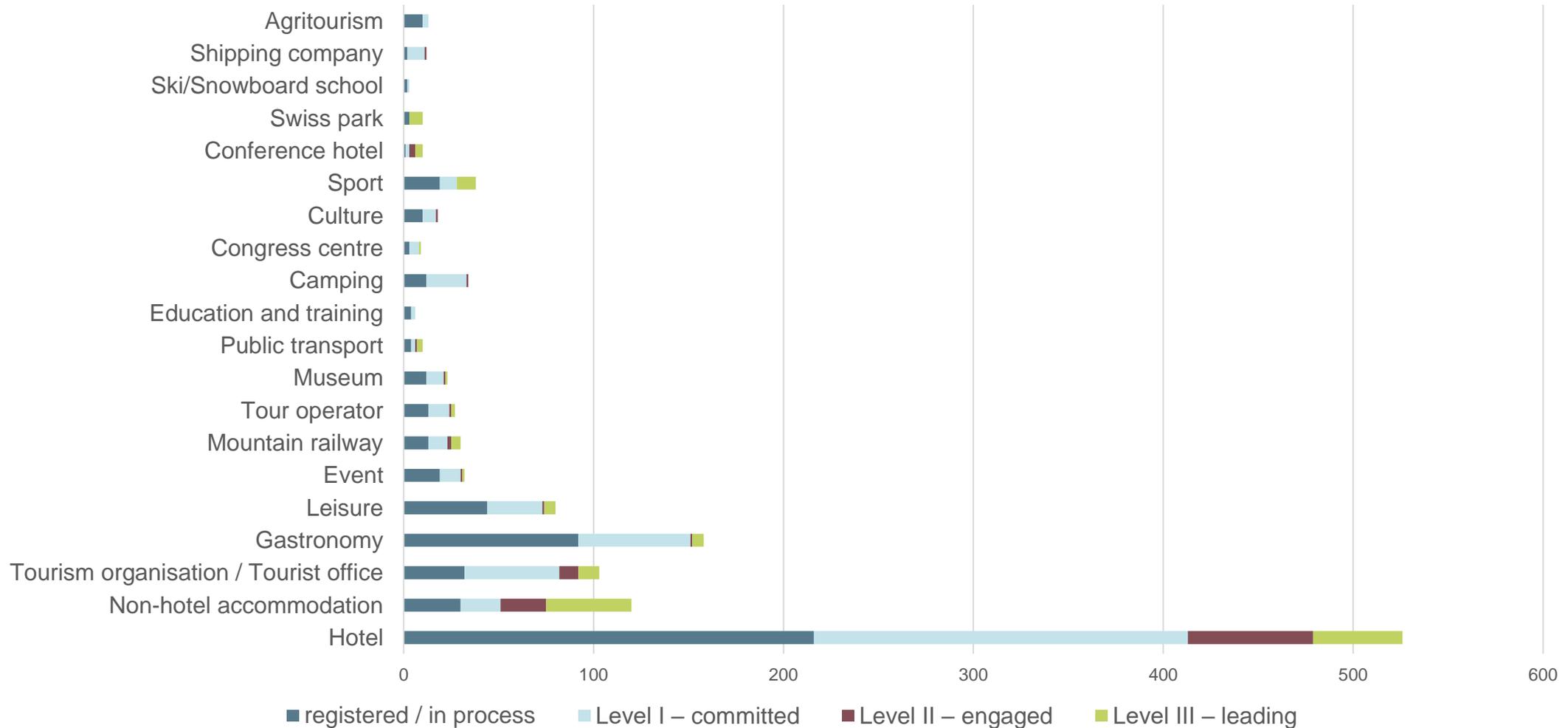


■ Niveau 1:	568 Betriebe
■ Niveau 2:	125 Betriebe
■ Niveau 3:	160 Betriebe
■ Im Prozess:	556 Betriebe
Total:	1409 Betriebe*

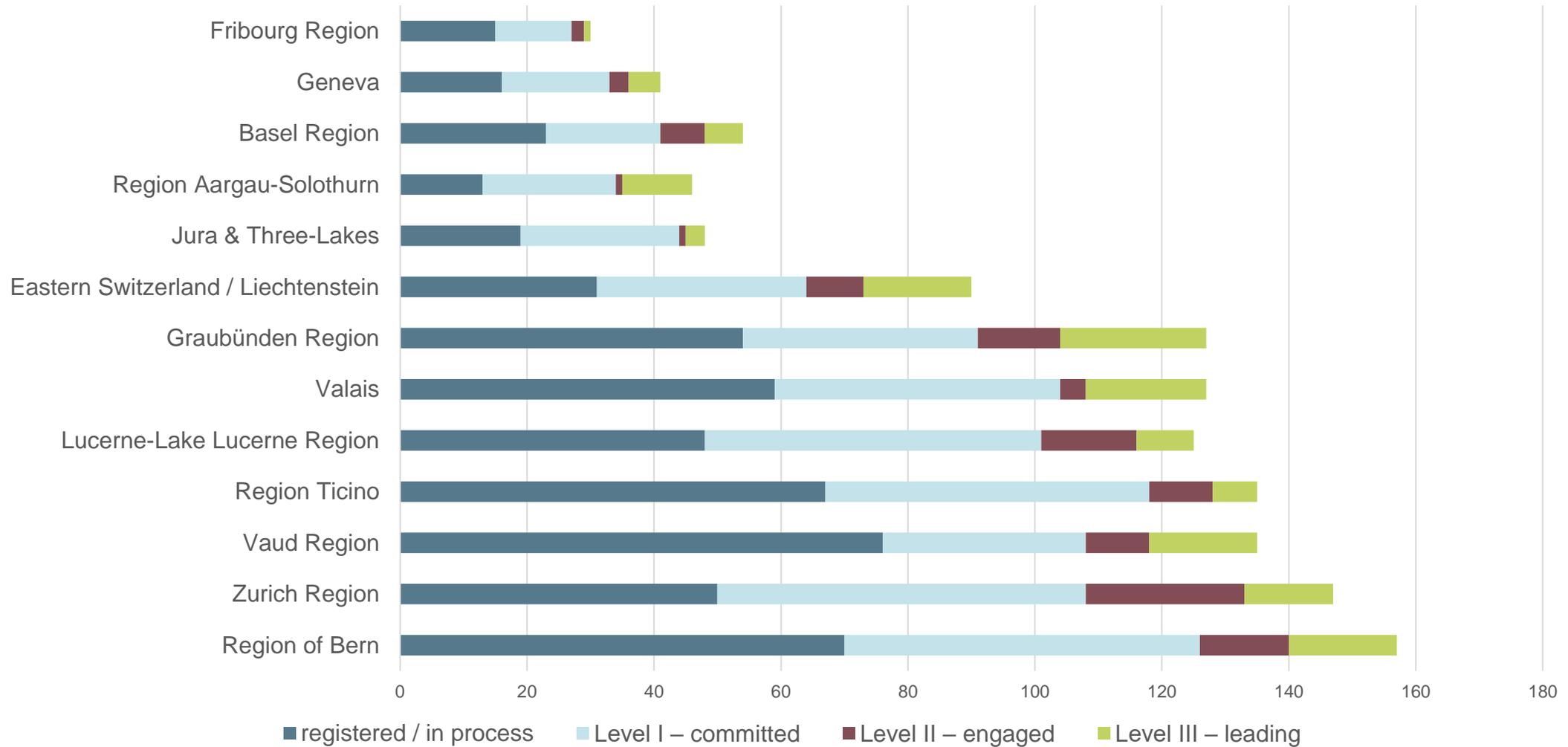


* Anmeldestand per 22. November 2022

Aktueller Anmeldestand Schweiz: Kategorien.



Aktueller Anmeldestand Schweiz: Regionen.



Level I – committed: Bus und Service AG (Chur & Engadin Bus).

Anpassung an die neuen ökologischen & technologischen Rahmenbedingungen

- Umsetzung ISO-Zertifizierung 14'001 & Rezertifizierung ISO 9'001
- Teilnahme Pilotprojekt Elektrofahrzeug-Betrieb Oberengadin
- Neues Vertriebssystem als Antwort auf veränderte Gästebedürfnisse (bessere Zahlungsabwicklung, Buchbarkeit etc.)



Level II – engaged: Ticino Turismo.

Einbindung der Gäste & Partner in den Nachhaltigkeitsprozess

- Weiterentwicklung Mobilitätsangebot
Ticino Ticket
- Förderung von Barrierefreiheit
«Turismo inclusivo»
- Starker Fokus auf
Nachhaltigkeitskommunikation (gegenüber
von Partner:innen sowie Gästen)



Level II – engaged: Hotel Schweizerhof Lenzerheide.

Aus- & Weiterbildung als Antwort auf den Fachkräftemangel

- Nachhaltigkeitswoche für Lernende
- Coachingangebot (externer Coach in Zusammenarbeit mit weiteren Hotels)
- Fundiertes Förderprogramm für alle Mitarbeitenden



Level III – leading: Tradition Julen Zermatt.

Effiziente Ressourcennutzung durch Technologie und eigene Produktion

- Messung Foodwaste mit neuester Technologie (KITRO)
- Bezug von Milchprodukten und Fleisch aus eigener Landwirtschaft (Kühe & Schafe)
- Eigene Biogasanlage
- CO₂-Kompensation pro Logiernacht



Level III – leading: Kartause Ittigen.

Ganzheitliche Umsetzung der Nachhaltigkeit als Erfolgskonzept

- Starker Fokus auf Regionalität (z.B. 0-Kilometer-Menü aus Selbstversorgung: Garten, Forellenzucht)
- Ausbildung 20 Lernende in 9 Berufen
- Infrastruktur: Kühlung Quellwasser, Photovoltaik-Anlage, Holzschnitzel-Heizung



A scenic mountain landscape featuring three mountain goats. One goat is perched on a high, craggy rock face on the left. Another goat is visible on a lower ledge of the same rock face. A third goat stands on a grassy ridge in the foreground, looking out over a vast valley. The valley is filled with rolling hills and mountains, some covered in green vegetation and others in greyish-brown earth. The sky is bright blue with scattered white clouds.

Benefits und Learnings.



Vielfältiger Nutzen einer Teilnahme.

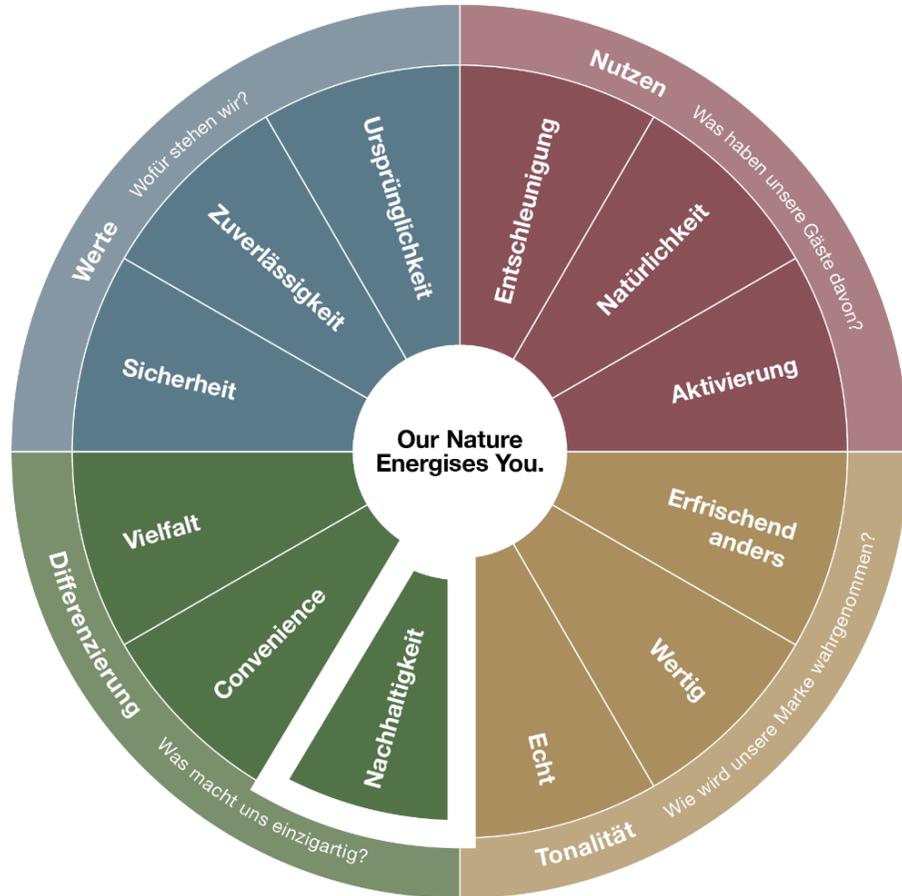
- Eigenen Betrieb bezüglich **Nachhaltigkeit überprüfen** und weiterentwickeln
- Wettbewerbsfähiger werden, v.a. in Bezug auf die **wachsende Zielgruppe** der nachhaltigkeitsaffinen Gäste
- Sich als verantwortungsvoller **Betrieb positionieren**
- Von touristischen Dachorganisationen (Verbände, Schweiz Tourismus) als **verantwortungsvoller Betrieb** propagiert werden
- **Attraktivität** auf dem Arbeitsmarkt steigern
- Wichtigen **Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung** des Schweizer Tourismus leisten



Nutzen aus der Marketing-Perspektive.

- Möglichkeit zur **Nutzung der Marke «Swisstainable»** mit entsprechendem Level-Zusatz (I: committed, II: engaged, III: leading) zur Positionierung des Betriebs
- **Wirkungsvolle Vermarktung** von «Swisstainable» durch ST Kampagnen – Mitnahme-Effekte für teilnehmende Betriebe
- **Präsenz auf MySwitzerland.com** mit entsprechender Auszeichnung als «Swisstainable» Betrieb

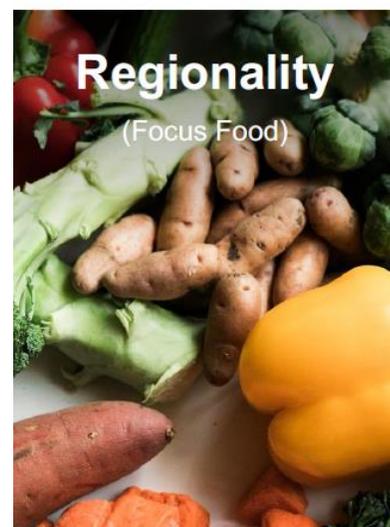
Vermarktung des Programms.





Swisstainable Kampagnen 2023.

ST Campaign	2023
Summer	<ul style="list-style-type: none">▪ Roger goes GTToS ("Stay Longer")▪ Swisstainable on Public Transport (Market CH only)▪ 100% Women Cycling
Cities	<ul style="list-style-type: none">▪ Swisstainable on Water (City Splash)▪ AMoS Campaign
Autumn	<ul style="list-style-type: none">▪ Swisstainable on Senses (Regionality & Hospitality)
Winter	<ul style="list-style-type: none">▪ Swisstainable on Public Transport / Future Generation





Erfolgreiche Zukunftsgestaltung und Resilienz durch Nachhaltigkeit.

- Zur Umsetzung der Nachhaltigkeit bedarf es **Investitionen**, ein starkes **Commitment** sowie **Mut** und **Innovation**.
- Nachhaltiges Handeln kann sich positiv auf die **Entwicklung und Positionierung** eines Unternehmens / einer Destination auszahlen.
- Die Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit bringt einen **breiten Nutzen**, ist jedoch nicht immer einfach und direkt messbar.
- Nachhaltigkeit muss in der **touristischen Basis verankert** und auf Betriebsebene **individuell umgesetzt** werden, es gibt keine „One-fits-all“-Lösung.
- **Zusammenarbeit und Bündelung der Kräfte** über alle Ebenen des Tourismus hinweg bringen uns zum Erfolg.

Relevanz der Nachhaltigkeit für den Schweizer Tourismus.

*Die Frage lautet nicht, ob wir uns
als touristisches Unternehmen
oder als Destination mit dem
Thema Nachhaltigkeit
auseinandersetzen sollen,
sondern wann, wo und wie wir
damit anfangen.*



Werden auch Sie Teil der Swisstainable Bewegung.



- Romy Bacher
Leiterin Nachhaltigkeit beim
Schweizer Tourismus-Verband
- Kontakt per E-Mail
swisstainable@stv-fst.ch oder
telefonisch +41 31 307 47 58

