

Schweiz Tourismus.



Swisstainable

Strategie für eine nachhaltige
Entwicklung des Tourismuslandes Schweiz

Aufbruch in eine neue Ära.



Martin Nydegger

Direktor Schweiz Tourismus

Letizia Elia

Leiterin Business Development
Schweiz Tourismus

Wir sind im Zeitalter der Nachhaltigkeit und die Pandemie hat den Wunsch nach Authentizität, Naturnähe und umsichtigem Konsum noch verstärkt. Keine Destination steht wie die Schweiz für diesen Zeitgeist. Seit jeher achten wir darauf, die Bedürfnisse unserer Gäste, der lokalen Bevölkerung und der Umwelt in ein harmonisches Gleichgewicht zu bringen.

Diese Haltung wollen und werden wir in Zukunft stärken und auch unseren Gästen vermitteln. Dazu möchten wir mit der neuen Swisstainable-Nachhaltigkeitsstrategie gemeinsam mit der gesamten Schweizer Tourismusbranche eine wirkungsvolle Bewegung starten.

Mit Swisstainable gehen wir einen ersten grossen und vor allem ernst gemeinten Schritt, der den Erfolg der Destination Schweiz langfristig sichert:

Eine Nachhaltigkeitsstrategie für das Tourismusland Schweiz.

Wo wir heute stehen.

Nachhaltigkeit ist kein Nischenthema mehr, es ist im Mainstream angekommen. Politik, Wirtschaft und Konsumenten haben verstanden, dass in Zukunft alle gemeinsam daran arbeiten müssen, verantwortungsvoll mit Ressourcen umzugehen. Die Vereinten Nationen haben dazu mit den Sustainable Development Goals 17 übergeordnete globale Ziele für die Nachhaltigkeitsentwicklung verabschiedet.

Der Schweizer Bundesrat hat sich für eine klimaneutrale Schweiz bis 2050 verpflichtet und der Nachhaltigkeit in der neuen Tourismusstrategie eine zentrale Bedeutung zugemessen. Deshalb und weil eine konsequent gelebte Positionierung im Nachhaltigkeitsbereich perfekt zum Tourismusland Schweiz passt, ist sie für unsere Strategie 2021–2023 ein Schlüsselthema.

Es gibt zahlreiche touristische Anbieter, die sich bereits heute für eine nachhaltige Entwicklung engagieren. Für unsere Gäste ist es allerdings schwierig, die Nachhaltigkeit der verschiedenen Angebote zu beurteilen. Mit Swisstainable schaffen wir hier eine klare Orientierung. Darüber hinaus etablieren wir gemeinsam mit den touristischen Branchenverbänden eine Bewegung und motivieren Leistungsträger, sich für eine nachhaltigere Entwicklung des Tourismuslandes Schweiz einzusetzen.

Die ursprüngliche Natur der Schweiz ist eines der Hauptreisemotive unserer Gäste. Gleichzeitig hat der Tourismus deutliche Auswirkungen auf diese Ressourcen. Den Tourismus zu verurteilen, wäre trotzdem falsch, denn die positiven wirtschaftlichen Effekte und der wertvolle interkulturelle Austausch sind essenziell. Gerade deswegen müssen wir respektvoll mit unseren Ressourcen umgehen und das Reiseland Schweiz nachhaltig weiterentwickeln.



Ohne Nachhaltigkeit keine Zukunft.

Wohin die nächste Reise geht, wird künftig stärker von der Nachhaltigkeit des Angebots beeinflusst. Ausserdem rechtfertigt die Nachhaltigkeit ein höheres Preisniveau.

Eine aktuelle Studie zeigt: Jeder bzw. jede zweite Reisende möchte nachhaltiger unterwegs sein und 69% der Befragten wünschen sich mehr nachhaltige Reiseangebote.*

Der Fokus auf Nachhaltigkeit ist also auch aus Perspektive der Gäste nötig und bringt viele angenehme Nebenwirkungen mit sich. So strahlt das Thema positiv auf das Preisempfinden und die Qualitätswahrnehmung unserer Gäste aus: Eine Schweiz Tourismus (ST)-Befragung zeigt, dass sie Nachhaltigkeit mit hoher Qualität assoziieren. Sie gehen folglich von höheren Preisen aus und sind auch bereit, für sie zu zahlen.**

* Quelle: Booking-Studie, 2020

** Quelle: TMS-Befragung ST, 2019



Vom «Hidden Champion» zum Nachhaltigkeitsleader.

Nachhaltigkeit assoziieren unsere Gäste mit öffentlichem Verkehr, Natur, Umweltfreundlichkeit, Wandern und regionalen Produkten.* Diese Themen entsprechen in hohem Mass unseren touristischen Stärken, denn Nachhaltigkeit ist Teil unserer DNA.

Nachhaltigkeit prägt die Schweiz schon seit Jahrzehnten. Sei es die intensive Nutzung der Wasserkraft, das hohe Umweltbewusstsein der Bevölkerung – oder der frühe und flächendeckende Ausbau des öffentlichen Verkehrs, der verdeutlicht, wie Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus aussieht: für die regionale Bevölkerung gebaut, von Gästen aus aller Welt genutzt.

1

Die Schweiz ist die Nummer 1 des Travel & Tourism Competitiveness Report im Bereich «Environmental Sustainability» und somit weltweiter Leader.**

Unser Land führt auch viele weitere Nachhaltigkeitsrankings an. Aber was Studien klar belegen, ist bei den Gästen noch nicht ganz angekommen. Sie assoziieren die Schweiz nur selten mit Nachhaltigkeit. Dies zeigt beispielsweise eine Studie, die wir im Markt Benelux durchgeführt haben: Nur 15 % sehen einen Bezug zwischen Schweiz und Nachhaltigkeit.***

Das wollen wir ändern.

Mobilität

Auf dem rund 3000 km langen Netz der SBB sind täglich 9000 Züge unterwegs. So gut wie jeder Ort ist mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar und die SBB verkauft jährlich rund 3 Millionen Abonnemente.

Wasser

In der Schweiz kann man sogar mitten in Städten schwimmen – das ist einzigartig. Die Schweiz ist mit 1500 Seen das Wasserschloss Europas und die Quelle vieler Flüsse, darunter der Rhein.

Naturschutz

Mehr als ein Siebtel der Fläche der Schweiz (6109 km²) besteht aus insgesamt 18 Parks. Weiter sorgt das Waldgesetz seit 125 Jahren dafür, dass die Schweiz zu 30 % bewaldet ist – Tendenz steigend.

Luft

Die Schweiz hat eine hervorragende Luftqualität. Wir sind seit jeher als Luft- und Klimakurort mit therapeutischer Wirkung bekannt und bereits 1853 wurde das gesundheitsfördernde Klima der Davoser Höhenluft entdeckt.

Lebensmittel

Wir konsumieren pro Kopf weltweit am meisten Bioprodukte. Zudem führen die Schweizer Detailhändler seit Jahren die internationalen Nachhaltigkeitsrankings an.

Recycling

Die Schweiz gehört zu den weltweit führenden Ländern im Bereich Recycling und Abfallbewirtschaftung. Fast 90 % der PET-Flaschen finden eine neue Verwendung.

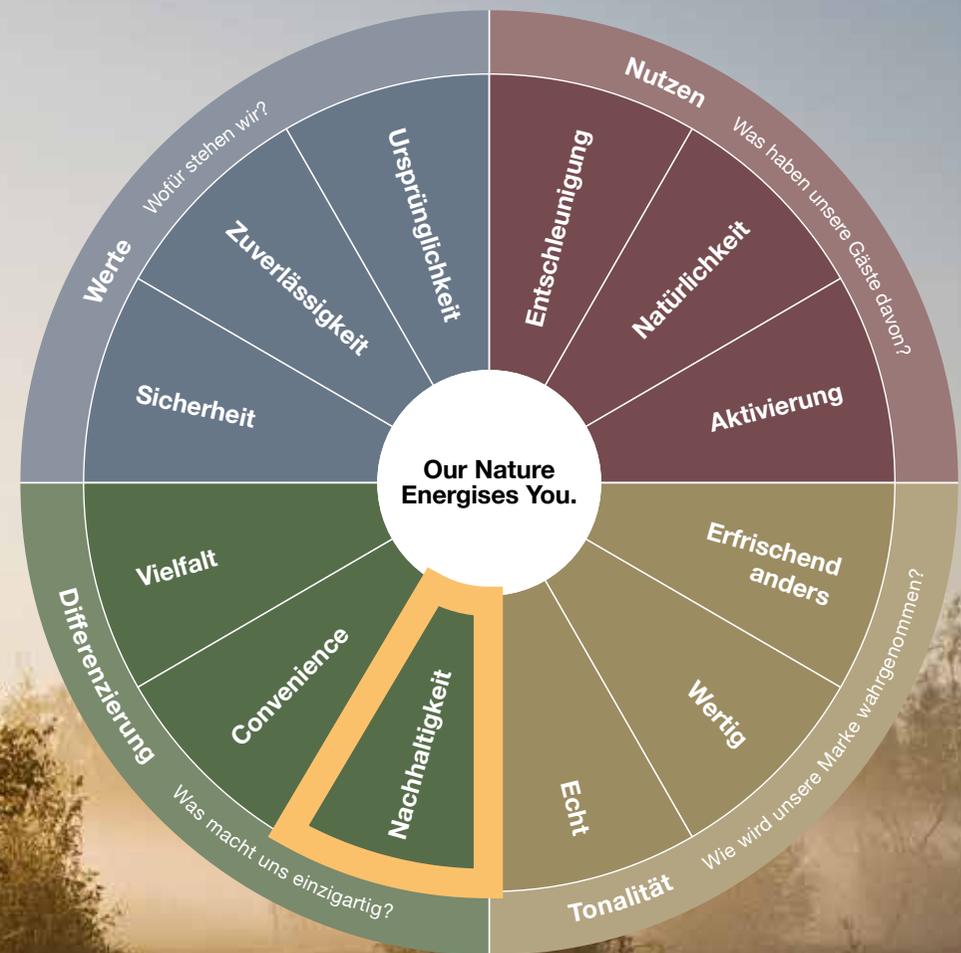
* Quelle: TMS-Befragung ST, 2019

** Quelle: Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 des World Economic Forum (WEF)

*** Quelle: Conscious Travel Project ST, 2019

Das Tourismusland Schweiz differenziert sich über Nachhaltigkeit.

Wir wollen unsere Stärken nutzen, um uns klar im Wettbewerb zu differenzieren. 2019 haben wir unsere Marke geschärft. Das Versprechen «Our Nature Energises You» verlangt nach einem konsequenten Fokus auf Nachhaltigkeit. Wir bieten den Gästen unverfälschte und reiche Natürlichkeit und leben diese mit unseren Werten Ursprünglichkeit, Zuverlässigkeit und Sicherheit.



Nachhaltigkeit als Bereicherung.

Nachhaltiges Reisen bedeutet keinen Verzicht, sondern bewusster und genussvoller zu reisen. Dafür sprechen wir unseren Gästen Empfehlungen aus:

1. Die Natur nah und ursprünglich geniessen
2. Die lokale Kultur authentisch erleben
3. Regional konsumieren
4. Länger bleiben und tiefer eintauchen

Was unsere Gäste in der Schweiz erleben wollen – wandern, Ski fahren, Berge erklimmen, Städte erkunden etc. –, steht in keinem Konflikt zur Nachhaltigkeit. Denn nachhaltig reisen bedeutet immer, «näher dran» zu sein und damit Land und Leute, Kultur und Identität der Schweiz authentischer zu erleben. Sei es, dass die Gäste mit dem öffentlichen Verkehr unterwegs ist oder lokale Produkte bevorzugt.



Wir engagieren uns umfassend für Nachhaltigkeit.

Nachhaltiger Tourismus soll alle einbeziehen. Gemeinsam mit sämtlichen touristischen Leistungsträgern wollen wir uns in den drei Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung engagieren:

Gesellschaft

- Die regionale Kultur thematisieren, pflegen und fördern sowie den Austausch zwischen Gästen und lokaler Bevölkerung ermöglichen
- Auf spezifische Gästebedürfnisse wie beispielsweise Barrierefreiheit oder Familienfreundlichkeit eingehen
- Transparent über unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung informieren und unsere Gäste zu einem rücksichtsvollen Verhalten animieren

Wirtschaft

- Lokale Produkte und Partnerschaften bevorzugen und dadurch regionale Kreisläufe stärken
- Attraktive Arbeitsplätze bieten und die Mitarbeitenden in die nachhaltige Weiterentwicklung unserer Angebote einbeziehen
- Nachhaltigkeitsbestrebungen in unserer Unternehmensstrategie verankern sowie Massnahmen definieren und zielstrebig umsetzen

Umwelt

- Bekenntnis zu einem langfristigen Engagement für die Erhaltung und die umsichtige Nutzung der Natur
- Sensible Naturräume und Schutzgebiete respektieren sowie Beeinträchtigungen der Landschaft minimieren
- Abfall und Ressourcenverbrauch reduzieren sowie auf umweltschonende Mobilität setzen

Nicht allein, sondern gemeinsam.
Mit der Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir drei Gruppen ansprechen:

1. Gäste

Unsere Gäste sollen die Nachhaltigkeit als Bereicherung wahrnehmen und sich selbst dafür aussprechen. Wir schaffen mit unserem Programm Orientierung und machen nachhaltige Produkte sichtbar. Weiter informieren wir unsere Gäste und geben ihnen wertvolle Reisetipps.

2. Tourismusbranche

Durchschlagende Kraft wird die Bewegung nur erhalten, wenn sich ihr die gesamte Tourismusbranche anschliesst. Wir schaffen eine branchenübergreifende Plattform und engagieren uns gemeinsam mit allen touristischen Branchenverbänden für ein stärkeres Miteinander, teilen Wissen und fördern die Vernetzung.

3. ST Spirit

Schweiz Tourismus stellt Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt: Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden reduzieren wir den Fussabdruck unserer Organisation, leben Nachhaltigkeit vor und vertreten damit eine klare gesellschaftliche Haltung.

Swisstainable – Excellence in Sustainability.

Durch die Verschmelzung der beiden Begriffe «Swiss» und «Sustainable» signalisieren wir eine eigenständige und vor allem schweiztypische Nachhaltigkeitsstrategie. In der Kommunikation lösen wir das Wortspiel mit dem Claim «Excellence in Sustainability» nachvollziehbar und eindeutig auf. So unterstreichen wir unsere Rolle als Vorreiter sowie unsere ambitionierte Vision.

Unser Reiseziel: die nachhaltigste Destination der Welt.

Nachhaltigkeit Swiss made.

Im Rahmen des Programms Swisstainable sollen nachhaltige Leistungserbringer mit einem Signet ausgezeichnet und so als Vorbilder auftreten.

Mit dem Signet Swisstainable schaffen wir eine Visualisierung, die das Engagement für Nachhaltigkeit in unserer Branche verdichtet zum Ausdruck bringt. Das Signet lässt sich leicht in die Kommunikation aller Leistungsträger integrieren.



Nicht austauschbar «sustainable», sondern einzigartig «Swisstainable».

Swisstainable soll einen schweiztypischen Kommunikationsstil entwickeln, der Nachhaltigkeit erfrischend vermittelt: nie als Beschränkung – immer als Bereicherung.

Unsere Grundsätze für die Kommunikation:

Überzeugen statt überreden

Wir wecken die Freude am bewussten Umgang mit der Umwelt und überwinden das Vorurteil, dass verantwortungsvolles Reisen Komfortverlust bedeutet.

Belohnen statt belehren

Wir kommunizieren positiv und inspirierend, um unseren Gästen zu zeigen, dass sie durch die Nutzung von nachhaltigen Angeboten ein tiefgreifenderes Erlebnis haben.

Menschen ins Zentrum setzen

Wir zeigen Menschen, die sich täglich für einen respektvollen Umgang mit der Umwelt engagieren, und geben so unserer Kommunikation ein Gesicht.

Auf Natur und Regionalität fokussieren

Wir kommunizieren verstärkt über diese Themen, da sie konkret erlebbare Hauptreisemotive unserer Gäste sind.

Ein Nachhaltigkeitsprogramm für alle.

Gäste, die nachhaltige Angebote suchen, sind im bestehenden Dschungel von Labels häufig verloren. Swisstainable will nicht eine neue Zertifizierung, sondern mehr Orientierung für unsere Gäste schaffen. Gleichzeitig möchten wir eine Bewegung ins Leben rufen, an der die gesamte Branche teilnehmen kann.

Als zentralen Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie haben wir daher in Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern und externen Experten ein Programm definiert. Dazu wurde ein Kriterienraster erarbeitet, nach dem Angebote inventarisiert und mit einem dreistufigen Signet

ausgezeichnet werden. Das Programm Swisstainable steht allen Betrieben des Schweizer Tourismus offen – egal ob bereits umfassende Nachhaltigkeitszertifizierungen vorliegen oder der Betrieb sich gerade erst auf den Weg macht.

Enormer Nutzen für die Branche:

1. Positive wirtschaftliche Effekte durch die Ansprache von neuen Zielgruppen
2. Überprüfung und Weiterentwicklung der eigenen Nachhaltigkeit
3. Positionierung als verantwortungsvoller Betrieb
4. Steigerung der Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt
5. Nutzung des Signets Swisstainable zur Positionierung des Betriebs
6. Präsenz auf [MySwitzerland.com/swisstainable](https://www.myswitzerland.com/swisstainable)
7. Integration in spezifische Swisstainable-Marketingaktivitäten
8. Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismuslandes Schweiz

Die drei Level des Programms Swisstainable.

Alle, die sich der Bewegung anschliessen und sich am Programm beteiligen, können das Signet Swisstainable nutzen. Je nach Voraussetzungen und Grad des Engagements haben wir das Programm in drei Level gegliedert.



Level I – committed

Das erste Level richtet sich an Betriebe ohne Zertifizierungen oder andere Nachhaltigkeitsnachweise, die sich zu einer nachhaltigen Unternehmensführung bekennen wollen und ihren Betrieb in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln möchten.

Anforderungen

- Unterzeichnung des Commitments zu einer nachhaltigen Entwicklung
- Bestimmung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten
- Durchführung eines Nachhaltigkeitschecks
- Definition von mindestens drei konkreten Massnahmen, die innerhalb der nächsten 24 Monate umgesetzt werden



Level II – engaged

Auch das zweite Level setzt das Bekenntnis zu einer nachhaltigen Unternehmensführung und einer fortlaufenden Weiterentwicklung voraus. Zudem muss für dieses Level eine Zertifizierung oder ein anderer Nachweis in mindestens einem Nachhaltigkeitsbereich vorhanden sein.

Zusätzliche Anforderung

- Bestehende externe Einzelnachweise von implementierten Massnahmen



Level III – leading

Dieses Level ist für Betriebe konzipiert, die bereits eine umfassende und anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung besitzen. Berücksichtigt werden Zertifizierungen, die alle Dimensionen der Nachhaltigkeit abdecken und regelmässig extern überprüft werden.

Zusätzliche Anforderung

- Dokumentation eines anerkannten Nachhaltigkeitsnachweises für Level III

Mit voller Kommunikationskraft voraus

Swisstainable etablieren wir mit einer breit angelegten Kommunikationskampagne. Ab Sommer 2021 wird das Programm zentrales Thema für die nächsten drei Jahre sein, wirkungsvoll inszeniert in allen Kontexten: Sommer, Herbst, Winter, Business Events und Städte. Im ersten Jahr setzen wir den Fokus auf den Markt Schweiz. Ab 2022 weiten wir ihn global aus.

Der Launch von Swisstainable verläuft in drei Phasen:

2021 Aufbruch

Swisstainable wird innerhalb der Tourismusbranche lanciert und den Gästen kommuniziert. Bereits bestehende nachhaltige Angebote werden zusätzlich vermarktet. Fokusbereich für die Kampagne ist die Schweiz.

2022 Etablierung

Die Kampagne wird global kommuniziert. Die touristischen Leistungsträger schliessen sich zahlreich der Bewegung an. Für die Gäste werden neue, nachhaltige Angebote entwickelt.

2023 Wirkung

Die Schweiz wird von den Gästen als Nachhaltigkeits-Leader wahrgenommen. Die Tourismusbranche wie auch die Gäste beteiligen sich aktiv an der Bewegung und schätzen das nachhaltige Reisen in der Schweiz als Mehrwert.

Massnahmen Schweiz Tourismus.

1. Mit gutem Beispiel vorangehen und den eigenen Betrieb konsequent auf Nachhaltigkeit ausrichten
2. Die touristischen Leistungsträger informieren und vernetzen und sie so bei der Verfolgung ihrer Nachhaltigkeitsziele unterstützen
3. Das nachhaltige Angebot der Tourismusbranche erfassen und inventarisieren, die Leistungsträger mit dem Signet Swisstainable auszeichnen und so die Orientierung für unsere Gäste sicherstellen
4. Starke Kommunikationskampagnen lancieren, die unsere Swisstainable-Destination ins Zentrum rücken und die Schweiz erfolgreich positionieren
5. Jährlich ein Leuchtturmprojekt aus dem Themenfeld Nachhaltigkeit durchführen und damit Aufsehen erregen

Wir messen unsere Wirkung.

In den nächsten drei Jahren wollen wir unsere Massnahmen und Aktivitäten an den folgenden Zielen messen.

Gäste

- Die Wahrnehmung der Schweiz als nachhaltige Destination steigt bei den Gästen bis Ende 2023 gegenüber 2020 um 10 %.
- Realisation einer Leuchtturmidee pro Jahr, die Aufsehen erregt.
- Die Aufenthaltsdauer von Gästen soll erhöht und in Zukunft gemessen werden. Ab der nächsten TMS-Studie wird diese Kennzahl ergänzt.

Tourismusbranche

- Starke Teilnahme der touristischen Betriebe und Organisationen am Programm Swisstainable:
- 1500 Betriebe und Organisationen bis Ende 2021
 - 2500 Betriebe und Organisationen bis Ende 2022
 - 4000 Betriebe und Organisationen bis Ende 2023

Schweiz Tourismus

- Die Zahl der Dienstreisen von ST-Mitarbeitenden nimmt bis Ende 2023 gegenüber 2019 um 10 % ab. Dadurch werden pro Jahr 400 Tonnen CO₂ gespart.
- Bis Ende 2021 werden alle Mitarbeitenden im Bereich Nachhaltigkeit geschult und erhalten ein internes Zertifikat.
- Wir überarbeiten unser Reisereglement, organisieren nachhaltige Veranstaltungen und reduzieren bei der Produktion von Marketingmitteln die Emissionen.

Rankings

Weiter wollen wir helfen, den ersten Platz der Schweiz im WEF-Nachhaltigkeitsranking nicht nur zu verteidigen, sondern den Vorsprung weiter auszubauen. Mit unseren Anstrengungen wollen wir zudem dafür sorgen, dass wir bei den Nachhaltigkeitsrankings von Yale und ATTA unter den Top Drei bleiben.



Jetzt sind Sie dran!

Wie werden Sie Swisstainable?

Melden Sie sich gleich an!

<https://www.stnet.ch/de/swisstainable>

