

# Round Table : Tourismus in der Krise? : Gegenwart und Ausblick

Autor(en): **Hüssy, Annelies / Reichen, Quirinus**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Berner Zeitschrift für Geschichte**

Band (Jahr): **81 (2019)**

Heft 3

PDF erstellt am: **16.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-869586>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Round Table – Tourismus in der Krise?

## Gegenwart und Ausblick

*Aufgezeichnet von Annelies Hüssy und Quirinus Reichen*

Teilnehmer und Teilnehmerinnen:

*Kurt Baumgartner, Besitzer Belvédère Hotels Scuol (GR)*

*Sandro Borelli, Leiter Marketing BLS AG*

*Beat Hächler, Direktor Alpines Museum der Schweiz*

*Stefan Linder, Blausee AG und Co-Gründer Swiss Economic Forum*

*Daniel Sulzer, Direktor Interlaken Tourismus*

*Mila Trombitas, Prof. HS, HES-SO Valais/Wallis*

Unter dem Eindruck der historischen Betrachtungen der Alpen erörterte zum Abschluss der Tagung eine Gesprächsrunde die Rolle des modernen Fremdenverkehrs, seine Erscheinungsformen und seine Probleme in der heutigen Zeit. Nach wie vor haben das vielfältige Erscheinungsbild und das Erlebnis der Alpen einen hohen Stellenwert für den Tourismus. Indes sieht sich der heutige Fremdenverkehr mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert, die nach neuen Antworten und Handlungsweisen rufen. In der Diskussion kristallisierten sich folgende Fragestellungen heraus:

- Als äusserst problematisch erweist sich die Kostensituation für die Hotellerie im Hochlohnland Schweiz. Rationalisierungsmassnahmen drängen sich auf, denn die Schweiz ist etwa im Vergleich zu Österreich um 25 Prozent teurer. Andererseits schränken zahlreiche Regulierungen durch den Gesetzgeber die Handlungsmöglichkeiten der Unternehmer so sehr ein, dass viele Kleinbetriebe nicht mehr dasjenige Volumen erwirtschaften können, das von ihnen für ein erfolgreiches Überleben verlangt wird. Viele, vor allem Kleinbetriebe, leben heute von der Substanz.
- Dringend nötig wären Innovation und Modernisierungen, die jedoch hohe Investitionen erfordern. Schweizer Investoren sind oft nur schwer zu finden, weshalb sich zunehmend ausländische anbieten. Solche Engagements können fruchtbar sein, wenn sich diese Investoren auch für die Sache interessieren, sie werden bedenklich, wenn es lediglich darum geht, in der sicheren Schweiz Gelder zu platzieren. Hilfreich wäre es, die ausländischen Investoren besser zu integrieren.
- Sodann wären in der Hotellerie auch effiziente und einschneidende Massnahmen zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit erforderlich. Es gibt für die Betriebe eine kritische Grösse: Ein Hotel mit fünfzig Betten (so viele sind es im aktuellen Schweizer Durchschnitt, in Graubünden sind es sogar nur siebzehn) ist heute kaum mehr rentabel zu betreiben. Die Hotels sollten sich

weniger gegenseitig konkurrenzieren, vielmehr müssten sie gezielt auf Zusammenarbeit setzen, zum Beispiel beim Einkauf, in der Verwaltung oder beim Personaleinsatz im Frontbereich. Dem stehen aber weit herum noch Konkurrenz- und Partikulardenken entgegen.

- Handlungsbedarf manifestiert sich auch im Bereich der touristischen Organisationen: Derzeit leistet sich die kleinräumige Schweiz noch den Luxus von 561 Verkehrsvereinen (2018). Konzentration und Koordination wären auch hier das Gebot der Stunde.
- Sachzwänge ergeben sich ausserdem durch die Digitalisierung. Heute wollen die Gäste mit wenigen Klicks ein komplettes Urlaubsarrangement buchen können. Kleinbetriebe sind dieser Entwicklung aber kaum gewachsen. Die Herausforderungen der Digitalisierung sind nur zu bewältigen, wenn ganze Destinationen oder gar Regionen zusammenarbeiten. Auf diese Weise können die Gästeströme weiterhin ins Land gelenkt werden, selbst wenn grosse Summen durch die digitalen Buchungen nach Kalifornien abwandern, Gelder, die angesichts der knappen Kalkulationen der heimischen Hotellerie eigentlich dringend im Land bleiben müssten.
- Am Rande sei erwähnt, dass von den Bergbahnen ein Drittel am Subventionstropf der Gemeinden hängt und effektiv nur ein Drittel wirklich rentabel arbeitet. Nicht nur der Klimawandel, sondern auch das andere Freizeitverhalten der neuen Gästesegmente (vornehmlich aus Asien) bedrohen den klassischen Wintersport. Hierbei zählen die Bergbahnen zu den ganz wichtigen Playern in der touristischen Angebotspalette und Infrastruktur; sie müssten durch eine bessere Vernetzung mit den übrigen touristischen Anbietern ihre Attraktivität unbedingt steigern.
- Ganz grundsätzlich sollten sich die verschiedenen Tourismusbereiche besser gegenseitig vernetzen. Ein schönes Beispiel dafür ist die BLS, die sich zwar ausschliesslich mit dem Transport der Gäste in die Tourismusregionen beschäftigt, aber die Angebote der Player am Reiseziel so einbindet, dass die Gäste nach Möglichkeit ganze Packages kaufen können.
- Die Teilnehmer sind sich einig, dass in dieser recht heterogenen Gemengelage des schweizerischen Fremdenverkehrs der Gegenwart nicht nur auf den Ebenen der Koordination und Konzentration Handlungsbedarf besteht, sondern dass angesichts der internationalen Konkurrenzsituation vermehrt Schweiz-spezifische Nischenprodukte gefördert werden müssen, wobei gerade den Alpen und dem Alpenerlebnis hier sehr wohl – und wieder vermehrt – ein bestimmender Anteil zukommen sollte.

