

Schweiz Tourismus will nach der Krise auf Nachhaltigkeit setzen

Mit «Swisstainable» will Schweiz Tourismus unter dem Aspekt Nachhaltigkeit eine geschärfte Positionierung nach der Krise ermöglichen. Das gab die Marketingorganisation am Freitag an der Jahresmedienkonferenz bekannt. Auch die Hotellerie will mitziehen.



Bild: Switzerland Tourism / Roland Gerth

Schweiz Tourismus hat unter dem Namen «Swisstainable» ein neues Nachhaltigkeitssignet entwickelt. Es soll den Gästen einen Überblick über Unternehmen geben, die nachhaltig wirtschaften. Mitmachen können Betriebe, die bereits zertifiziert sind, aber auch solche, die ihren Betrieb in Zukunft nachhaltiger ausrichten wollen.

Die Schweiz schneide bei wichtigen Rankings im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit stets gut ab. «Dennoch wissen es viele nicht», schreibt Schweiz Tourismus in einer Mitteilung vom Freitag. Aus diesem Grund hat der Verband zusammen mit diversen Kooperationspartnern, darunter der Schweizer Tourismus-Verband (STV), Gastrosuisse, Hotelleriesuisse, Seilbahnen Schweiz oder der Verband Schweizer Tourismusmanager, ein Marketingkonzept mit einem Signet für nachhaltigen Tourismus in der Schweiz entwickelt.

Mehr Orientierung für die Gäste

Ziel der Kampagne sei es, mehr Orientierung für die Konsumenten zu bieten, heisst es. Eine Zertifizierung sei es aber nicht. Die teilnehmenden Unternehmen würden je nach ihrem Engagement für Nachhaltigkeit mit drei verschiedenen Signeten ausgezeichnet. Das erste Level «Swisstainable Committed» steht für Betriebe, die über keine Nachhaltigkeitszertifizierungen verfügen, ihren Betrieb aber in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln wollen. Das zweite und dritte Signet, «Swisstainable Engaged» und «Swisstainable Leading», wird an Unternehmen verliehen, die bereits im Bereich Nachhaltigkeit zertifiziert sind. [RELATED]

Die Kriterien gehen dabei von Barrierefreiheit über Umweltthemen (Energie, Wasser, Abfall, CO2) bis hin zu Gleichberechtigung und Lohngleichheit im Betrieb. Eine vollständige Liste der Kriterien können auf der Seite von Schweiz Tourismus heruntergeladen werden.

Dreijahresplan

Entwickelt wurde das Konzept in Zusammenarbeit mit dem Institut für Tourismus und Mobilität ITM der Hochschule Luzern. Zudem wurde es von der unabhängigen Non-Profit-Organisation Global Sustainable Tourism Council (GSTC) inhaltlich begleitet.

Ausgerollt wird es in der Sommerkampagne 2021 von Schweiz Tourismus. Vorerst wollen die Organisatoren den Begriff Swisstainable, eine Wortkombination aus Swiss (schweizerisch) und sustainable (nachhaltig) hierzulande bei der breiten Bevölkerung bekanntmachen. Kommendes Jahr wollen sie gute Beispiele einer nachhaltigen Veränderung der Reisebranche zeigen und im Jahr 2023 einen Swisstainable-Reiseführer herausgeben.

Schweizer Hotellerie trägt Initiative mit

Verbände wie der Schweizer Tourismus-Verband (STV), die Schweizer Jugendherbergen und HotellerieSuisse bekennen sich laut eigenen am Freitag veröffentlichten Mitteilungen zu dem Konzept. HotellerieSuisse hat dazu einen sogenannten Nachhaltigkeitskompass entwickelt.

Präsident Andreas Züllig präzisiert: «Nachhaltigkeit im Hotelbetrieb bedeutet nicht bloss eine Reduktion von Foodwaste, sondern eine Ausrichtung der gesamten Wertschöpfungs- und Kundenerlebniskette inklusive der Marketingkommunikation». Nach der Krise werde eine entsprechende Positionierung dazu beitragen, Schweizer Gäste zu erhalten und weitere Gästegruppen dazuzugewinnen – im Leisure wie auch im Business-Segment.

Rahmenbedingungen müssen nachhaltige Profitabilität ermöglichen

Als margenschwache Branche sei die Beherbergung darauf angewiesen, dass ein umfassendes Nachhaltigkeitsverständnis und eine entsprechende Wirtschaftlichkeit Hand in Hand gehen. Denn die Schwierigkeiten im Umgang mit Zielkonflikten nehmen laufend zu, so beispielsweise bei ökologischen Fragen gegenüber Finanzierungs- und Kostenaspekten.

HotellerieSuisse nimmt angesichts dieser komplexen Ausgangslage eine Auslegeordnung zur Nachhaltigkeit aus Sicht der Beherbergungsbranche vor. Der kürzlich publizierte Nachhaltigkeitskompass beinhaltet ein Bekenntnis zur nachhaltigen Branchenentwicklung, zeigt den Umgang mit Zielkonflikten auf und definiert Empfehlungen zu politischen Geschäften entlang der drei Nachhaltigkeitsdimensionen. Daraus resultieren unter anderem klare Ziele wie die Erreichung von Netto-Null-Emissionen bis 2050 oder Forderungen nach branchenspezifischen Fördermassnahmen bei energetischen Sanierungen. Einsicht in den Nachhaltigkeitskompass von HotellerieSuisse gibt es [hier \(https://www.hotelleriesuisse.ch/de/branche-und-politik/politische-themen/nachhaltigkeit/download-3F2F8139-0D94-4219-8D8C-0872D9FBED45.secure\)](https://www.hotelleriesuisse.ch/de/branche-und-politik/politische-themen/nachhaltigkeit/download-3F2F8139-0D94-4219-8D8C-0872D9FBED45.secure). (awp sda og)

Publiziert am Freitag, 19. Februar 2021