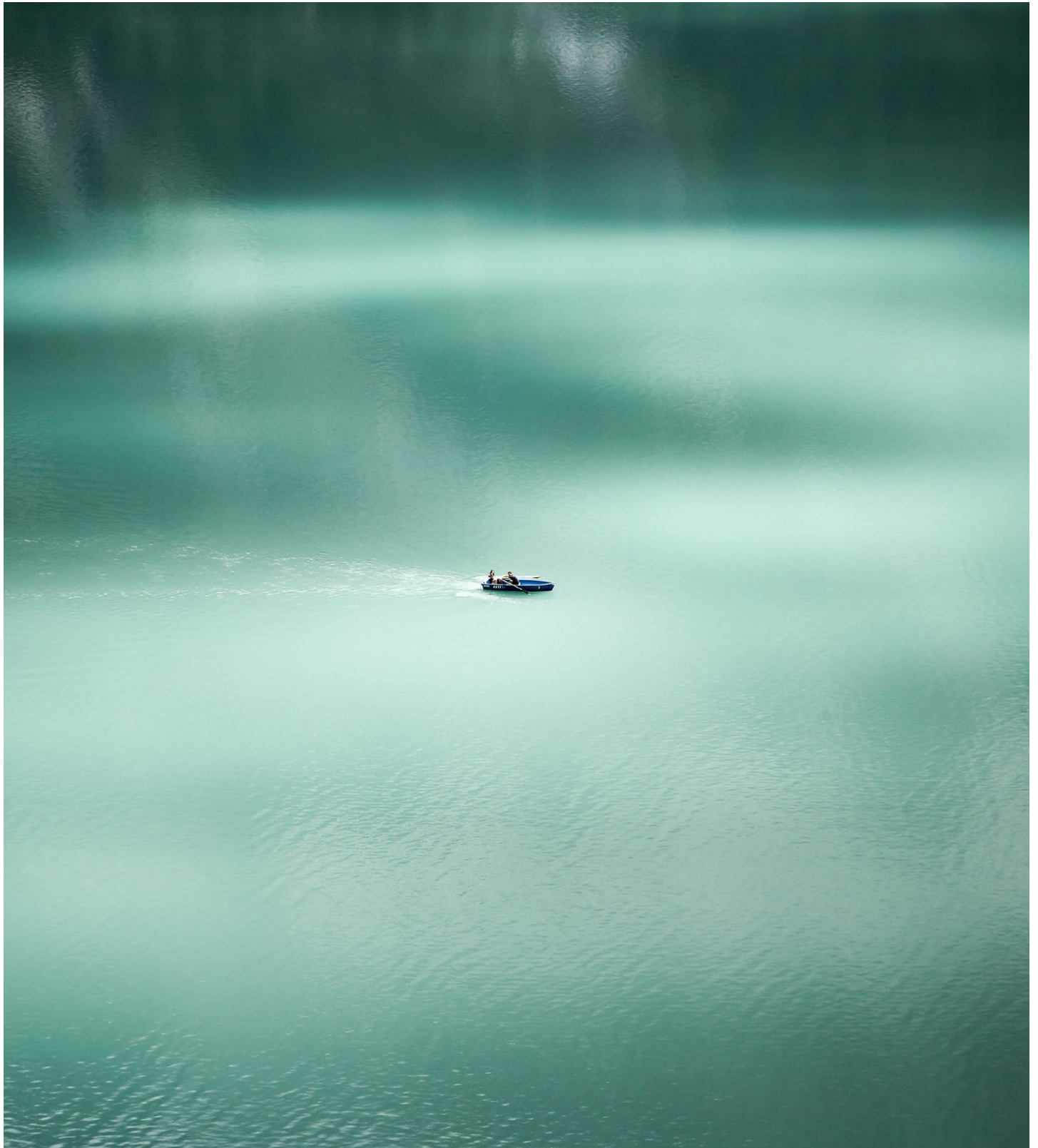




# Tourismus-Leitlinien 2021–2025

Strategische Handlungsfelder, Ziele & Massnahmen



# Einleitung

Nachhaltigkeit, Qualität, Innovation, Infrastruktur und Digitalisierung sind die fünf Handlungsfelder, die für uns bis zum Jahr 2025 im Fokus stehen. Der Schweizer Tourismussektor wird sich in diesen Bereichen mit Best-Practice-Beispielen positionieren. Die Handlungsfelder sind dabei nicht isoliert voneinander zu betrachten, sondern fliessen ineinander und beeinflussen sich gegenseitig. Das Thema Kooperation beziehungsweise deren Verbesserung in und zwischen den einzelnen Branchen, ist ein weiterer zentraler Bestandteil der Tourismus-Leitlinien und wird nachfolgend in den formulierten Zielen und den definierten Massnahmen entsprechend stark gewichtet. Ohne Zusammenarbeit geht es nicht – sie ist eine Grundvoraussetzung im Tourismus.

Die vorliegenden Tourismus-Leitlinien richten sich an Bund, Kantone und Branchen im Tourismussektor. Sie sind als Grundlage für die touristischen Strategien, Stossrichtungen und Programme von Bund, Kantonen und Branchen zu verstehen.

Zudem kann jede Organisation und jeder Betrieb mit der Umsetzung von konkreten Massnahmen Wirkung erzielen und so zu den Best-Practice-Beispielen beitragen. Nebst den organisations- und betriebsspezifischen Projekten wird es auch branchenübergreifende Massnahmen geben, die in den kommenden Jahren weitergedacht und -entwickelt werden, sei es auf politischer Ebene oder in strategischen und operativen Projekten zu den jeweiligen Handlungsfeldern.

2

Nachfolgend sind die strategischen Handlungsfelder, gegliedert in Bedeutung, Ziele und Massnahmen, dargestellt. Am Ende des jeweiligen strategischen Handlungsfeldes findet sich ein Leitsatz, welcher Ziele, Massnahmen und – falls anwendbar – die Messgrösse zusammenfasst.



# Nachhaltigkeit

## Bedeutung

Eine nachhaltige Entwicklung richtet sich nach den Bedürfnissen der Gegenwart, ohne dabei die Möglichkeiten zukünftiger Generationen zu beeinträchtigen. Die Vernetzung der ökonomischen, sozialen und ökologischen Dimension bildet dafür die Grundlage. Für uns als Tourismussektor bedeutet die Nachhaltigkeit ein klares Differenzierungs-, beziehungsweise Alleinstellungsmerkmal.

## Ziele

Wir verankern die Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismussektor entlang der Customer Journeys (siehe Qualität und Digitalisierung). Wir verpflichten uns zu den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, setzen uns für diese ein und werden zum Nachhaltigkeitsleader im Tourismus. Dabei fokussieren wir unsere Massnahmen gleichermassen auf Gäste, Arbeitnehmende, Arbeitgebende sowie zuliefernde Betriebe. Nationale Anreizsysteme (z. B. Swisstainable, die Fokussierung auf erneuerbare Energien oder die Förderung von nachhaltigem Bauen) sensibilisieren, informieren und schulen (Wissenstransfer) die einzelnen Akteur\*innen. Swisstainable dient dem Gast zudem zur Orientierung in Belangen der Nachhaltigkeit. So leistet der Schweizer Tourismus seinen Beitrag zur Umsetzung der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen und der Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030 des Bundes. Das Engagement wird gemessen (Monitoring/Wirkungsmessung) und bleibt langfristig bestehen (Aufbau Kompetenzzentrum).

3

## Massnahmen

- › Wir bauen unter dem Dach des Schweizer Tourismus-Verbands gemeinsam ein Kompetenzzentrum für die Nachhaltigkeit im Tourismus auf.
- › Wir verankern das Thema Nachhaltigkeit in der Bildung.
- › Wir bauen eine Nachhaltigkeits-Community auf und fördern diese. Sie stellt den Wissenstransfer in die Praxis und in die Bildung sicher.
- › Wir fördern Anreizsysteme (z. B. Swisstainable und die Förderung von nachhaltigem Bauen) und lösen ein Commitment sowie eine Teilnahme der einzelnen Akteur\*innen aus.
- › Die Verbände legen ambitionierte Ziele für ihre Organisationen fest und definieren ein gemeinsames und nationales Monitoring (Ziele sind pro Branche/von jedem Verband definiert).

## Leitsatz

Die Nachhaltigkeit entlang der Customer Journey wird mit Anreizsystemen unterstützt und gefördert. So entwickeln wir uns im internationalen Vergleich zum Nachhaltigkeitsleader. Den Wissenstransfer und die Wirkungsmessung stellen wir sicher. Das Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit ist aufgebaut, etabliert und leistet einen wesentlichen Beitrag.



# Qualität

## Bedeutung

Die individuelle Zufriedenheit der Gäste an oberste Stelle zu setzen – das bedeutet für uns Qualität. Zufriedene und gut ausgebildete Mitarbeitende tragen massgeblich zu diesem Anspruch bei. Die Qualität führt dann zum Erfolg, wenn sie vom Gast entlang der gesamten Customer Journey (Gästereise) wahrgenommen wird. Sie beruht auf den Grundelementen Infrastruktur, Umwelt, Service sowie Erlebnis. Die Grundelemente der Qualität sind für alle Gästegruppen (-Segmente) vergleichbar, hinzu kommen individuelle Merkmale pro Segment. Durch den Einsatz personalisierter Angebote wird die Erfüllung der individuellen Bedürfnisse der Gäste unterstützt. Dienstleistungen und Produkte entwickeln sich stetig weiter und werden an die Anforderungen und Erwartungen der Gäste angepasst.

## Ziele

Qualität zeichnet unseren Sektor seit Jahren aus. Nun rücken wir den Gast noch stärker ins Zentrum und erfüllen auch seine individuellen Qualitätsansprüche mit Excellence. Die Customer Journeys helfen uns dabei, die Sicht des Gastes einzunehmen und ihn zu verstehen. Entlang der Gästereise gelingt es uns, Potenziale zu identifizieren, diese mit geeigneten Massnahmen weiterzuentwickeln und in diese zu investieren. Wir verstehen, was die individuelle Qualität für den einzelnen Gast ausmacht. Ein Student und ein 5-Sterne-Gast haben ein anderes Qualitätsempfinden – für uns kein Problem. Wir kennen und verstehen unsere verschiedenen Gästesegmente. Wir kennen und erfüllen die Wünsche unserer Gäste bereits bevor sie diese uns gegenüber formulieren. Wir kennen die Schnittstellen von unseren Gästen zu ihren Aktivitäten und unterstützen sie dabei, unvergessliche Momente zu geniessen. Wir nutzen dazu moderne Technologien und Daten.

4

## Massnahmen

- › Wir gleisen als Tourismussektor ein gemeinsames Projekt auf, um die Gästezentrierung zu verankern und Synergien zu nutzen. Wir setzen uns dafür ein, dass es Fördermassnahmen für den Bereich Qualität beziehungsweise die Qualitätsoptimierung gibt.
- › Die einzelnen Akteur\*innen lernen die verschiedenen Customer Journeys besser kennen und haben Massnahmen definiert, um Potenziale weiterzuentwickeln und darin zu investieren.
- › Als Tourismussektor konzentrieren wir uns auf die verschiedenen Schnittstellen und schaffen mit der Vernetzung einen Mehrwert für den Gast.

## Leitsatz

Der Schweizer Tourismus wird von allen Gästegruppen als Qualitätsleader wahrgenommen. Die einzelnen Akteur\*innen engagieren sich dafür, Potenziale in den Customer Journeys zu identifizieren und mit geeigneten Massnahmen weiterzuentwickeln sowie in diese Potenziale zu investieren, damit das Gästeerlebnis laufend gesteigert wird.



# Innovation

## Bedeutung

Innovationen sind praktische Umsetzungen von Ideen, die neue Produkte oder Services hervorbringen oder die Verbesserung von Produkt- oder Serviceangeboten sowie Prozessen und Infrastruktur zur Folge haben. Es wird für den Gast entweder ein neuer Nutzen geschaffen oder der bestehende Nutzen erfolgt für den Gast auf eine neue Art und Weise. Die Wettbewerbsfähigkeit wird erhöht und Wertschöpfung und Arbeitsplätze geschaffen.

## Ziele

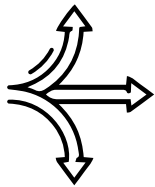
Wir betrachten Innovationen immer entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette. Innovationen sind in Zukunft schneller für den gesamten Tourismussektor zugänglich. Wir als Schweizer Tourismussektor steigern unsere Innovationskraft nachweislich und kontinuierlich. Damit eine nachhaltige Verankerung der Innovation stattfinden kann, wird die Thematik bereits in den verschiedenen Ausbildungen aufgegriffen und gefördert. Wir schaffen so eine Innovationskultur und befähigen die verschiedenen Akteur\*innen im Schweizer Tourismussektor, innovativ zu denken, Innovationen zu erkennen, zu gestalten und schliesslich umzusetzen. Mit einem entsprechenden Anreizsystem fördern wir die Entwicklung und nachhaltige Umsetzung von Innovationen.

## Massnahmen

- › Wir fördern das strategische Handlungsfeld «Innovation» auf allen Ebenen:
  - Wir wirken darauf hin, dass die Förderinstrumente zukünftig noch stärker den Bedürfnissen des Sektors gerecht werden. Dafür soll die heutige Ausgestaltung hinsichtlich der Innovationsförderung überdacht und die Schaffung neuer Förderinstrumente als Option geprüft werden.
  - Das Bundesgesetz über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Innotour) soll dahingehend angepasst werden, dass eine langfristige Finanzierung von Projekten für nachhaltige Entwicklung und Digitalisierung ermöglicht wird.
  - Das Thema Innovation wird in der Bildung stärker gewichtet.
- › Jede Organisation fördert Innovationen durch Befähigung und Coaching/Wissenstransfer. Es können Plattformen und Communities zur Vernetzung und für Coaching/Wissenstransfer angeboten werden, um das Bewusstsein und die Wichtigkeit von Innovationen aufzuzeigen und diese zu fördern.
- › Die Regionen und Destinationen eruieren, wie die Wirtschaftsförderung unterstützend zur Innovationsförderung beitragen kann.

### Leitsatz

Wir als Tourismussektor sind entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette innovativ. Die verstärkte Gewichtung der Thematik in der Bildung, die Befähigung der einzelnen Akteur\*innen sowie Anreize schaffen die Voraussetzungen dafür. Die Anzahl der jährlichen Innovationen wird erfasst und messbar gemacht. In den nächsten fünf Jahren wird eine kontinuierliche Steigerung erwartet.



# Infrastruktur

## Bedeutung

Investitionen in die physische, digitale und ökologische Infrastruktur sowie in die personellen Ressourcen dienen dazu, das Wachstum der Touristenankünfte und dessen Vorteile für die Beschäftigung, die Wertschöpfung und den sozialen Wandel aufrechtzuerhalten. Dazu gehört auch eine effizientere Nutzung der bestehenden Anlagen. Die Anforderungen an die harte und weiche Infrastruktur sind miteinander verbunden und voneinander abhängig. Dazu gehören die physische Infrastruktur (z. B. Lufttransport, Strassen- und Schienenverkehr, Seilbahnen, Unterkünfte, Beherbergungsbetriebe und touristische Attraktionen wie Freizeit- und Themenparks, Museen und Kulturstätten sowie botanische und zoologische Institutionen), die digitale Infrastruktur (d. h. IT-Systeme), die ökologische Infrastruktur (z. B. Natur- und Nationalparks, Schutzgebiete und Biodiversität) und die weiche Infrastruktur (z. B. Personalressourcen in den Bereichen Gastgewerbe sowie Tourismusmarketing und -management).

## Ziele

Das Tourismusland Schweiz wächst und steigert seine Wettbewerbsfähigkeit, indem es in eine Infrastruktur investiert, die einzigartige, qualitativ hochwertige Tourismuserlebnisse für anspruchsvolle Gäste bietet. Die Erneuerung und Modernisierung der bestehenden touristischen Infrastruktur ist dabei zentral. Dadurch gelingt es uns als Tourismussektor, eine qualitativ hochstehende und sichere Infrastruktur zur Verfügung zu stellen und gästezentrierte Dienstleistungen anzubieten. Neue Stadt-Land-Netzwerke halten die Urbanisierung und Attraktivität der ländlichen Regionen in Balance. Die wachsende Kommunikationsinfrastruktur und verbesserte öffentliche Dienstleistungen erschliessen wirtschaftliche Entwicklungsmöglichkeiten (z. B. Arbeitsplätze in ländlichen Regionen) über den Tourismus hinaus.

6

## Massnahmen

- › Investitionen in die Infrastruktur werden verstärkt gefördert. Es bestehen Anreize, die Qualität der Infrastruktur zu erneuern und zu verbessern.
- › Wir setzen uns dafür ein, dass die Leistungsträger\*innen Unterstützung und erleichterte Zugänge zu den Förderinstrumenten erhalten (Innotour/NRP/SGH).
- › Das Förderinstrument SGH erweitert seinen Investitionsrahmen, indem auch touristisch systemrelevante Infrastrukturen finanziert werden können. Um die zusätzlichen Aufgaben zu bewältigen, werden für die SGH zusätzliche finanzielle Mittel budgetiert, damit heute unterstützungsberechtigte Leistungserbringer\*innen nicht schlechter gestellt werden.

## Leitsatz

Die Schweiz hat auch in Zukunft einen starken Tourismus. Die Investitionen der einzelnen Akteur\*innen in die Infrastruktur führen zu einem noch attraktiveren Angebot für die Gäste, wirken sich positiv auf die Konnektivität und Mobilität sowie das Thema Nachhaltigkeit aus, haben neue Arbeitsplätze geschaffen und bieten neue Chancen für die touristischen Leistungsträger\*innen und Organisationen.



# Digitalisierung

## Bedeutung

Digitalisierung bedeutet für uns die «Transformation von analogen zu digitalen Techniken», welche Lösungen für Wirtschaft, Gesellschaft, Arbeit und Politik schafft. Für uns als Tourismussektor bewirkt dies eine Anpassung von Kommunikationswegen und -kanälen, Produkten, Services und Geschäftsprozessen.

## Ziele

Wir gestalten diesen Veränderungsprozess aktiv mit und nutzen die Chancen, welche die Digitalisierung bietet. Wir befähigen die Leistungsträger\*innen und schaffen die bestmöglichen Rahmenbedingungen. Ein zentraler Bestandteil der Digitalisierung ist die Erhebung, Auswertung und Nutzung von Daten. So können wir die Angebote massgeschneidert den Gästesegmenten anpassen und die Qualität des Erlebnisses steigern. Wir optimieren das Datenmanagement und befähigen unsere Branchen in diesem Bereich. So stellen wir sicher, dass die Wertschöpfung zurück zu den Leistungsträger\*innen fließt und Abhängigkeiten reduziert werden. Im Bereich der Schnittstellen zu anderen Angeboten und Akteur\*innen ermöglichen unsere Leistungsträger\*innen integrierte Angebote und kooperieren mit anderen Dienstleistenden. Das Thema Datenschutz nutzen wir als Chance. Wir weisen transparent aus, wo und wie die Daten genutzt werden.

## Massnahmen

- › Wir unterstützen die Schaffung von Plattformen, welche die touristischen Betriebe dazu befähigen, ihre digitalen Kompetenzen auszubauen.
- › Wir fördern den Wissensaustausch sowohl zwischen Leistungserbringer\*innen als auch zwischen den Branchen.
- › Gemeinsam erfassen wir als Tourismussektor die verschiedenen Customer Journeys (siehe Handlungsfeld Qualität) und ergänzen diese hinsichtlich der Digitalisierungsbedürfnisse.
- › Wir unterstützen die Destinationen und Leistungsträger\*innen beim Datenmanagement, damit digitale Angebote einfach und effizient auf den Markt gebracht werden können.
- › Wir unterstützen und begleiten die Umsetzung von gemeinschaftlichen, branchenübergreifenden Projekten.

## Leitsatz

Wir unterstützen die touristischen Betriebe dabei, die Chancen der Digitalisierung zu nützen. Die mit dem Transformationsprozess verbundenen Massnahmen stiften einen konkreten Nutzen für die Branchen. Hierfür werden digitale Kompetenzen gefördert und gemeinschaftliche Projekte im Bereich Digitalisierung gefördert.

# Erarbeitet von

- › Schweizer Tourismus-Verband
- › GastroSuisse
- › HotellerieSuisse
- › Netzwerk Schweizer Pärke
- › Parahotellerie Schweiz
- › RDK Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren der Schweiz
- › Seilbahnen Schweiz
- › Swiss Snowsports
- › Verband öffentlicher Verkehr
- › Verband Schweizer Tourismusmanager VSTM
- › Verband Schweizerischer Schifffahrtsunternehmen
- › zooschweiz