

## STV FST

Schweizer Tourismus-Verband  
Fédération suisse du tourisme  
Federazione svizzera del turismo  
Federaziun svizra dal turissem

GASTRO SUISSE

HotellerieSuisse

RDK

KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ (RDK)  
CONFERENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME REGIONAL DE SUISSE (CDR)  
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDR)  
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIONALS SVIZZERS DAL TURISSEM (CDR)



Seilbahnen Schweiz  
Remontées Mécaniques Suisses  
Funivie Svizzere  
Penticularas Svizras



SCHWEIZER PÄRKE  
NETZWERK  
RESEAU  
RETE  
RAIT

Parahotellerie  
Schweiz

SWISS SNOWSPORTS



Verband öffentlicher Verkehr  
Union des transports publics  
Unione dei trasporti pubblici



Verband Schweizerischer Schifffahrtsunternehmen  
Association des entreprises suisses de navigation  
Associazione delle aziende svizzere di navigazione



VERBAND SCHWEIZER TOURISMUSMANAGER  
ASSOCIATION SUISSE DES MANAGERS EN TOURISME  
ASSOCIAZIONE SVIZZERA DEI MANAGERS DEL TURISMO  
ASSOCIAZIUN SVIZRA DALS MANAGERS DAL TURISSEM

### Projektantrag – «Nachhaltigkeit im Tourismus»

Antrag: Der STV-Vorstand genehmigt das Projekt «Nachhaltigkeit im Tourismus» (Stimmen Sie dem vorliegenden Projektantrag gemäss Diskussion vom 20.8.2020 zu?)

#### Ausgangslage:

Die Nachhaltigkeit ist für den Schweizer Tourismus ein relevantes Themenfeld, welches gemeinsam zu bearbeiten gilt. Erstens sind viele Themen, die unter Nachhaltigkeit fallen, nur branchenübergreifend anzugehen, weil der Tourismus wie keine andere Branche einen Querschnittscharakter aufweist.

Zweitens erwartet die Nachfrageseite branchenübergreifende Lösungen. Nur so kann eine glaubwürdige Kommunikation erfolgen.

#### Ziele:

1. Der Tourismussektor verabschiedet ein Commitment.
2. Der Tourismussektor definiert gemeinsame Massnahmen/ Projekte.
3. Der Tourismussektor vernetzt sich.

#### Vorgaben:

- Bestehendes Nutzen (z.B. SDGs der UNWTO, SDG Tourism Dialog, Fachgruppe NaTur, Innotourprojekt Nachhaltigkeit in den Destinationen, Commitments der Schweiz, Bund Nachhaltigkeit).
- Das Commitment soll einen verbindlichen Charakter haben.
- die Umsetzung des Commitments wird anhand von definierten KPIs gemessen.
- Alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (ökonomisch, ökologisch und sozial) sollen gleichwertig behandelt werden.
- In Etappen planen.
- Einfachheit des Prozesses sicherstellen.

#### Abgrenzung:

- Das Projekt wird auf der Ebene der Verbände durchgeführt. Die Umsetzung des Commitments innerhalb der einzelnen Verbände und Branchen obliegt in der Verantwortung der einzelnen Verbände und Branchen.

#### Rollenverteilung:

- Auftraggeber: STV- Vorstand
- Projektlead: HotellerieSuisse und Netzwerk Schweizer Pärke
- Strategische Gruppe: STV-Vorstand + ausgesuchte Delegierte der Verbände mit Kompetenzen aller drei Dimensionen der Nachhaltigkeit
- Operative Gruppe: Dossierverantwortliche und operative Experten der Verbände. Die Mitglieder der operativen Fachgruppe sollten von den Verbänden – je nach Ziele und Projekten – flexibel benannt werden.
- Echogruppe: Externe Experten im Bereich Nachhaltigkeit (alle drei Dimensionen). So wird eine neutrale Sicht gewährleistet. Die Echogruppe wird eine Rückmeldung zum erarbeiteten Commitment geben sowie beratend beim Aktionsplan wirken.

#### Milestones (gemäss Kick-off Sitzung 20.08.2020):

1. Anknüpfen an bestehenden Initiativen (UNWTO, Commitments der Schweiz)
2. Was gibt es (Inventarisierung)?
3. Commitment der Leistungsträger
4. «Pflöcke einschlagen» (selbst und/oder als Branche)

5. Aktionsplan/ Umsetzungstools (selbst und/oder als Branche)
6. Kommunikation/ Vermarktung
7. Messbarkeit

Etappen (Milestones der Kick-off Sitzung vom 20.08.2020 in Etappen zusammengefasst):

1) Projektauftrag und Inventarisierung (Milestone 1-2)

Der Projektauftrag wird anhand der Ergebnisse der Kick-off Sitzung definiert und dem STV-Vorstand. HotellerieSuisse gleist gemeinsam mit ST die Bestandsaufnahme/Inventarisierung auf. ST hat schon viel Vorarbeit im Rahmen seines Nachhaltigkeitsprogramms geleistet, das für das Projekt genutzt werden kann. Die weitere Bestandsaufnahme soll digital über alle Verbände erfolgen (via Microsoft Teams).

2) Commitment der Leistungsträger und Bestandsaufnahme (Milestones 3 und 7)

In einem halbtägigen Workshop wird durch die strategische Gruppe ein Rohentwurf für ein Commitment und dessen Messbarkeit erarbeitet. Das Commitment beinhaltet ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit, die Mission und Ziele. Die Messbarkeit wird über definierte KPI sichergestellt.

Es wird vorgeschlagen, die Ergebnisse im Nachgang mit der operativen Gruppe sowie mit einer Echogruppe (externe Experten) zu spiegeln (Realisierbarkeit des Commitments, Folgenabschätzung, Wirksamkeit, Herausforderungen, Chancen). Die Rückmeldungen werden der strategischen Gruppe zur Verfügung gestellt und diskutiert. Danach sollte eine solide Basis eines Commitments stehen, welches in die internen Entscheidungsorgane der jeweiligen Verbände in die Vernehmlassung geschickt wird. Jeder Verband führt selbst intern eine Vernehmlassung durch. Danach finalisiert die strategische Gruppe das Commitment. Es wird durch den STV-Vorstand als Auftraggeber abgesegnet.

Die Bestandsaufnahme soll eine Klärung bringen, was alles zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus läuft. Weiter sind die Erkenntnisse für die Erarbeitung des Aktionsplanes wichtig, damit Doppelspurigkeiten vermieden werden. Der Prozess soll schlank gehalten werden und es wird eine digitale Lösung via Microsoft Teams angestrebt. Jeder Verband erklärt sich bereit, seine Inputs in das gleiche Dokument einzutragen.

Zusatzbemerkung: ST wird die willigen Betriebe im Rahmen seines Nachhaltigkeitsprogramms ebenfalls um ein Commitment bitten (vorgefertigt zum Unterschreiben). Es wird darauf geachtet, dass sich beide Erklärungen nicht widersprechen, sondern ergänzen. Weiter wird bei der Bestandsaufnahme eng zusammengearbeitet.

3) Aktionsplan und «Pflöcke einschlagen» (Milestones 4 und 5)

Ist das Commitment aufgestellt, wird die operative Gruppe zuhanden des STV-Vorstands einen Aktionsplan mit Vorschlägen einer konkreten Umsetzung des Commitments erarbeiten. Der Aktionsplan soll Elemente auf Branchenebene aber auch branchenübergreifende Elemente enthalten. Die Echogruppe wird einbezogen.

Zusatzbemerkung: ST und SDG Dialog sollen eng in die Erarbeitung eingebunden werden.

4) Kommunikation & Vermarktung (Milestone 6)

Die Kommunikation & Vermarktung wird von Anfang an einbezogen. Ziel ist es, eine breit gefächerte Kommunikation nach innen und aussen anzustreben. Das Seco wird im Rahmen einer transparenten Kommunikation über die Arbeiten informiert und bei Bedarf eingebunden.

Zusatzbemerkung: ST und SDG Dialog sollen die Vermarktung gemeinsam mit dem STV aufgleisen.

Budget:

Die erste und zweite Etappe soll vor allem mit internen Ressourcen gelöst werden, damit wenig finanzieller Mehraufwand entsteht. Die Verbände erklären sich bereit, die internen Ressourcen (personell) zur Verfügung zu stellen. Die administrativen Aufwände (Workshop Location, Verpflegung) werden vom STV getragen (ca. 2'000 CHF).

Für die Rückmeldungen aus der Echogruppe sollten finanzielle Ressourcen in Höhe von ca. 5'000 CHF vom STV bereitgestellt werden. Es soll jedoch zunächst das bestehende Netzwerk aktiviert werden (z.B. SDG Dialog, diverse Fachgruppen zur Nachhaltigkeit der Verbände).

Ist das Commitment erarbeitet, wird von operativer Seite ein Aktionsplan mit Projektvorschlägen erarbeitet. Für diese Etappe wird dem STV-Vorstand ein separater Projektbeschreibung mit detaillierter Finanz- und Ressourcenplanung vorgelegt.

Timeline:

