

Schweiz Tourismus.

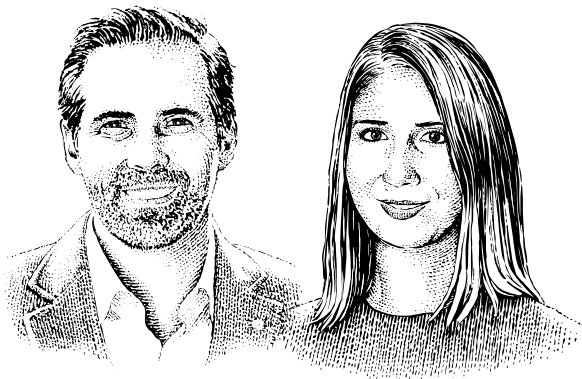


# Swisstainable

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 umsichtigen, ressourcen- und umweltschonenden Zeitgeist. Seit jeher achten wir darauf, die Bedürfnisse von Gästen, lokaler Bevölkerung und Umwelt in ein harmonisches Verhältnis 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.

Swisstainable bildet die Grundlage – 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.

Selbstverständlich ist das Thema kein Neues. Und es gibt zahlreiche touristische Anbieter, welche sich bereits heute für eine nachhaltige Entwicklung engagieren. Für den Gast ist es allerdings schwierig, die Angebote in Bezug auf Nachhaltigkeitskriterien zu unterscheiden. Mit der Nachhaltigkeitsstrategie schaffen wir diesbezüglich klare Orientierung für den Gast. Darüber hinaus etablieren wir gemeinsam mit den touristischen Branchenverbänden eine Bewegung und motivieren Leistungsträger, sich für eine nachhaltigere Entwicklung des Tourismuslandes Schweiz zu engagieren.

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





# Ohne Nachhaltigkeit keine Zukunft.

Nachhaltigkeit wird zukünftig stärker die Entscheidung für die Reisedestination beeinflussen und das Verständnis für ein höheres Preisniveau erhöhen.

Eine aktuelle Studie zeigt: Jeder zweite Reisende möchte nachhaltiger Reisen und 69 % der Befragten wünschen sich mehr nachhaltige Reiseangebote.\*

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

\*Quelle: Booking Studie, 2020

\*\*Quelle: TMS Befragung ST, 2019





# Vom «Hidden Champion» zum Nachhaltigkeits-Leader.

Nachhaltigkeit wird von unseren Gästen mit öffentlichem Verkehr, Natur, Umweltfreundlichkeit, Wandern und regionalen Produkten assoziiert.\* Diese Themen entsprechen in hohem Masse 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. Gerade der ÖV verdeutlicht dabei gut, wie Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus aussieht: Für die regionale Bevölkerung gebaut, von Gästen aus aller Welt genutzt.



**Die Schweiz ist die Nr. 1  
des Travel & Tourism  
Competitiveness Report im  
Bereich «Environmental  
Sustainability» und somit  
der weltweite Leader.\*\***

Die Schweiz führt auch viele andere Nachhaltigkeitsrankings an. Aber was Studien klar belegen, ist bei den Gästen noch nicht ganz angekommen. Sie assoziieren die Schweiz nur schwach mit Nachhaltigkeit. Dies zeigt beispielsweise eine Studie, die wir im Markt Benelux durchgeführt haben: Nur 15% assoziieren die Schweiz mit Nachhaltigkeit.\*\*\*

Das wollen wir ändern.

## Mobilität

Auf dem rund 3'000 km langen Netz der SBB sind täglich 9'000 Züge unterwegs. So gut wie jeder Ort ist mit dem ÖV erreichbar und die SBB verkauft jährlich ca. 3 Mio. Abonnemente.

## Wasser

Dass man in der Schweiz sogar mitten in Städten schwimmen kann, das ist einzigartig. Die Schweiz ist mit 1'500 Seen das Wasserschlösser Europas und die Quelle vieler Flüsse wie, z.B. dem Rhein.

## Naturschutz

Mehr als 1/7 der Fläche der Schweiz (6'109 km<sup>2</sup>) 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. Seit jeher ist die Schweiz als Luft- und Klimakurort mit therapeutischer Wirkung bekannt und bereits 1853 entdeckte man das gesundheitsfördernde Klima der Davoser Höhenluft.

## Lebensmittel

Herr und Frau Schweizer haben den weltweit höchsten Pro-Kopf-Konsum von Bio-Produkten. 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

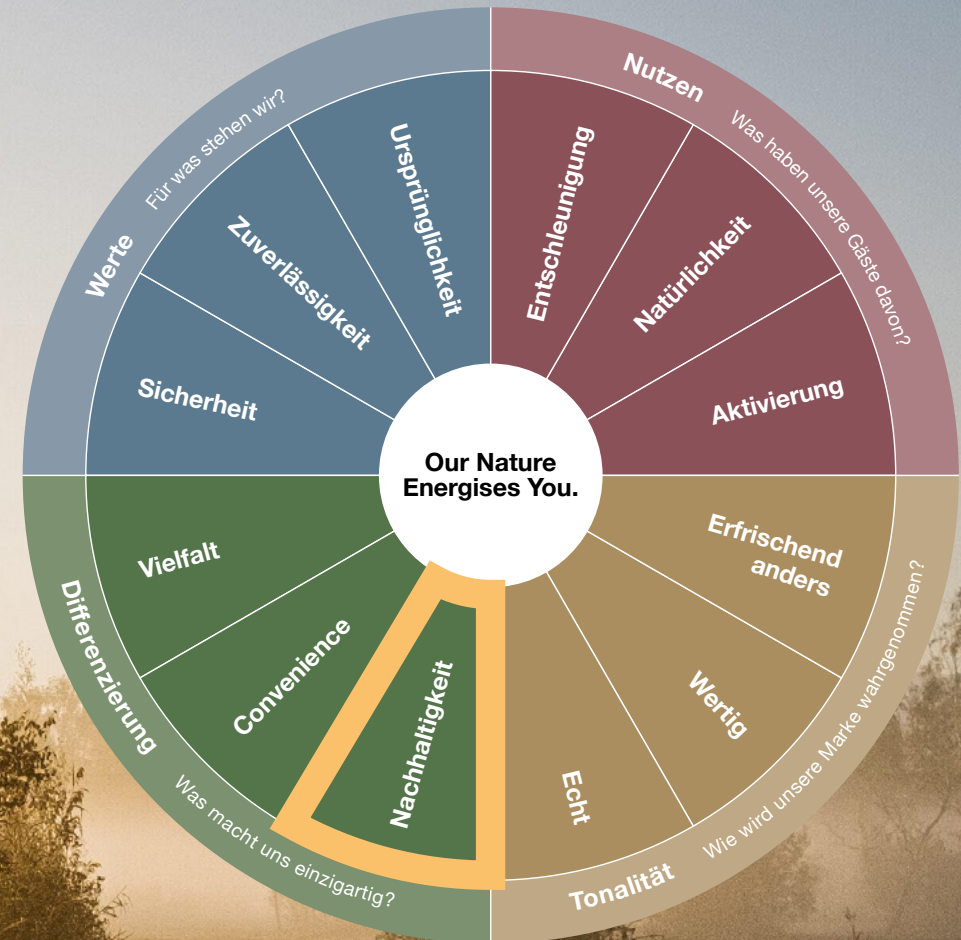
\*\*Quelle: Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 des World Economic Forum (WEF).

\*\*\*Quelle: Conscious Travel Project ST, 2019



# Das Tourismusland Schweiz differenziert sich über Nachhaltigkeit.

Wir wollen unsere Stärken nutzen, um uns klar von den Wettbewerbern zu differenzieren. In 2019 haben wir unsere Marke geschärft. Die neue Essenz «Our nature energizes you» verlangt nach einem konsequenten Fokus auf Nachhaltigkeit. Wir bieten dem Gast unverfälschte und reiche Natürlichkeit und leben diese mit unseren Werten Ursprünglichkeit, Zuverlässigkeit und Sicherheit.





# Nachhaltigkeit als Bereicherung.

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

1. So wenig wie möglich auf die Umwelt einwirken
2. Die Natur nah und ursprünglich erleben
3. Die lokale Kultur und Gesellschaft authentisch erleben
4. Lokal konsumieren
5. Länger bleiben und tiefer eintauchen

Was unsere Gäste in der Schweiz erleben wollen – wandern, skifahren, Berge geniessen, 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 der Gast mit dem öffentlichen Verkehr unterwegs ist oder lokale Produkte konsumiert.





# Wir engagieren uns umfassend für Nachhaltigkeit.

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

## Gesellschaft

- Wir thematisieren, pflegen und fördern die regionale Kultur und ermöglichen den Austausch zwischen Gästen und lokaler Bevölkerung.
- Wir gehen auf spezifische Gästebedürfnisse wie beispielsweise Barrierefreiheit oder Familienfreundlichkeit ein.
- Wir informieren transparent über unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung und animieren Gäste zu einem rücksichtsvollen Verhalten.

## Wirtschaft

- Wir stärken regionale Kreisläufe, indem wir lokale Produkte und Partnerschaften bevorzugen.
- Wir bieten attraktive Arbeitsplätze und beziehen die Mitarbeitenden in die nachhaltige Weiterentwicklung unserer Angebote mit ein.
- Wir überraschen Gäste mit unserer zuvorkommenden Gastfreundschaft und achten darauf, dass der Aufenthalt zu einem einzigartigen und nachhaltigen Erlebnis wird.

## Umwelt

- Wir bekennen uns zu einem langfristigen Engagement für die Erhaltung und schonungsvolle Nutzung der natürlichen Umwelt.
- Wir respektieren sensible Naturräume und Schutzgebiete und minimieren Beeinträchtigungen der Landschaft.
- Wir reduzieren den Abfall sowie den Ressourcenverbrauch und setzen auf umweltschonende Mobilität.

**Nicht alleine, sondern gemeinsam.**  
Mit der Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir drei Anspruchsgruppen gewinnen:

### 1. Gäste

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

### 2. Tourismusbranche

Durchschlagende Kraft wird die Bewegung nur erhalten, wenn sich die gesamte Tourismusbranche anschliesst. Wir schaffen eine Plattform, die von der ganzen Branche genutzt werden kann. Wir engagieren uns gemeinsam mit allen touristischen Branchenverbänden für ein stärkeres «Miteinander», teilen Wissen und fördern die Vernetzung.

### 3. ST Mitarbeitende

Bei Schweiz Tourismus stellen wir auch intern Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt. Wir werden den Fussabdruck unserer Organisation reduzieren. Unsere Mitarbeitenden sollen spüren, dass Schweiz Tourismus grossen Wert auf Nachhaltigkeit legt, dies selbst vorlebt und damit eine klare gesellschaftliche Haltung vertritt.



# Swisstainable – Excellence in Sustainability.

Der Name unserer Nachhaltigkeitsstrategie und des Nachhaltigkeitsprogramms lautet «Swisstainable». Durch die Verschmelzung der beiden Begriffe «Swiss» und «Sustainable» signalisieren wir eine eigenständige und vor allem schweiz-typische Strategie.

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.

## Unser Signet für Nachhaltigkeit.

Im Rahmen des Swisstainable-Nachhaltigkeitsprogramms sollen nachhaltige Leistungserbringer mit einem Signet ausgezeichnet und als Vorbilder kommuniziert werden.

Mit dem Swisstainable-Nachhaltigkeits-signet schaffen wir eine Visualisierung, welches das Engagement für Nachhaltigkeit in unserer Branche verdichtet kommunizieren kann. Es ist so gestaltet, dass es möglichst einfach in die Kommunikation von uns und auch von Partnern integriert werden kann.





# Nicht austauschbar «Sustainable», sondern einzigartig «Swisstainable».

Swisstainable soll einen schweiz-typischen Kommunikationsstil entwickeln, der Nachhaltigkeit erfrischend vermittelt: Nie als Beschränkung – immer als Bereicherung.

## Unsere Grundsätze für die Kommunikation:

### Wir überzeugen statt zu überreden

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

### Wir wollen belohnen statt belehren

Wir kommunizieren positiv und inspirierend, um dem Gast zu zeigen, dass Nachhaltigkeit sich lohnt.

### Wir setzen Menschen ins Zentrum

Wir kommunizieren über den Bauern, den Hotelier oder Event-Veranstalter, der sich täglich für einen respektvollen Umgang mit seiner Umwelt engagiert.

### Wir fokussieren auf Natur und Regionalität

Wir kommunizieren verstärkt über diese Themen, da sie Hauptreise-Motive unserer Gäste und für sie auch konkret erlebbar sind.





# Ein Nachhaltigkeits- Programm für alle.

Gäste, die nach nachhaltigen Angeboten suchen, sind im bestehenden Dschungel von Labels häufig verloren. Unser Ziel mit Swisstainable ist daher auch nicht eine neue Zertifizierung zu schaffen, sondern mehr Orientierung für den Gast. Gleichzeitig möchten wir eine Bewegung schaffen, 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 für Swisstainable definiert. Dazu wurde ein Kriterien-Raster erarbeitet, nach dem künftig bestehende und neue Angebote inventarisiert und mit einem dreistufigen Signet ausgezeichnet

werden können. Das Swisstainable-Nachhaltigkeitsprogramm steht allen Betrieben des Schweizer Tourismus offen. Ob bereits umfassende Nachhaltigkeitszertifizierungen vorliegen oder der Betrieb sich gerade erst auf den Weg macht.

## Die Nutzen für die Branche sind vielfältig:

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 von Swisstainable-Signet zur Positionierung des Betriebs.
6. Präsenz auf [MySwitzerland.com/swisstainable](https://www.myswitzerland.com/swisstainable).
7. Integration in spezifische Swisstainable-Marketingaktivitäten.
8. Beitrag an die nachhaltige Entwicklung des Tourismuslandes Schweiz.





# Die drei Level des Swisstainable-Programms.

Alle, die sich der Bewegung anschliessen und sich am Programm beteiligen, können das Swisstainable-Nachhaltigkeitssignet nutzen. Um die unterschiedlichen Voraussetzungen und den unterschiedlichen Grad des Engagements berücksichtigen zu können, ist das Nachhaltigkeitsprogramm in drei Level gegliedert.

Mit diesem dreistufigen Programm fördern wir die nachhaltige Entwicklung im Schweizer Tourismus und geben der Branche ein Werkzeug für die Weiterentwicklung ihres Engagements. So soll die Tourismusbranche unterstützt und motiviert werden, sich an der Bewegung zu beteiligen. Mithilfe des Signets wird dabei für die Gäste eine klare Orientierung über die nachhaltigen Angebote in der Schweiz geschaffen.



## Level I – committed

Das erste Level des Nachhaltigkeitsprogramms richtet sich an Betriebe, welche noch keine Zertifizierungen oder andere Nachhaltigkeitsnachweise vorweisen, sich aber zu einer nachhaltigen Unternehmensführung bekennen und ihren Betrieb laufend in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln möchten.

### Anforderungen

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



## 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 vorgewiesen werden.

### Zusätzliche Anforderungen

- Bestehende externe Einzelnachweise von implementierten Massnahmen



## Level III – leading

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

### Zusätzliche Anforderungen

- Dokumentation eines anerkannten Nachhaltigkeits-Nachweises für Level III

Weiterführende Informationen finden Sie hier. [\(\(Link zur B2B-Webseite\)\)](#)



# Wir starten mit Kommunikations-Power

Swisstainable etablieren wir mit breit angelegter Kommunikation. Ab Sommer 2021 werden das Programm und das Signet für die nächsten drei Jahre das zentrale Thema aller Kampagnen sein und sowohl im Kontext Sommer, Herbst, Winter, Business Events und Städte wirkungsvoll inszeniert. Im ersten Jahr setzen wir den Fokus auf den Markt Schweiz und weiten diesen ab 2022 global aus.

Der «Swisstainable»-Launch verläuft in drei Phasen

## 2021 Aufbruch

Das Programm «Swisstainable» wird innerhalb der Tourismusbranche lanciert und an die Gäste kommuniziert. Bereits bestehende nachhaltige Angebote werden zusätzlich vermarktet. Fokusmarkt 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. Wir gehen mit gutem Beispiel voran und richten den eigenen Betrieb konsequent auf Nachhaltigkeit aus.
2. Wir informieren und vernetzen die touristischen Leistungsträger und unterstützen sie so bei der Verfolgung ihrer Nachhaltigkeitsziele.
3. Wir erfassen und inventarisieren das nachhaltige Angebot der Tourismusbranche, zeichnen die Leistungsträger mit dem Swisstainable-Signet aus und stellen so die Orientierung für Gäste sicher.
4. Wir lancieren starke Kommunikationskampagnen, die unsere Swisstainable-Destination ins Zentrum rücken und die Schweiz erfolgreich positionieren.
5. Wir lancieren jährlich ein Leuchtturmprojekt aus dem Themenfeld Nachhaltigkeit, mit dem wir Aufsehen erregen.



# Wir messen unsere Wirkung.

Um auch nachhaltig zu kommunizieren, haben wir uns Ziele gesetzt, die in den nächsten Jahren erreicht werden sollen:

## Gäste

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

## Tourismusbranche

Teilnahme der touristischen Betriebe und Organisationen am «Swisstainable»-Programm:

- 1'500 Betriebe und Organisationen bis Ende 2021.
- 2'500 Betriebe und Organisationen bis Ende 2022.
- 4'000 Betriebe und Organisationen bis Ende 2023.

## Mitarbeitende

- Die Zahl der Dienstreisen von ST-MA nehmen bis Ende 2023 um 10 % gegenüber 2019 ab. Dadurch werden pro Jahr 400 Tonnen CO<sub>2</sub> gespart.
- Bis Ende 2021 werden alle Mitarbeitenden im Bereich Nachhaltigkeit geschult und erhalten ein internes Zertifikat zu nachhaltigem Tourismus.
- Konsequente Ausrichtung der eigenen Organisation durch die Überarbeitung des Reisereglements, die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen und die Reduktion der Emissionen bei der Produktion von Marketingmitteln.

## Rankings

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





# Jetzt sind Sie dran!

Wie werden Sie Swisstainable?

**Melden Sie sich gleich an!**

[\(\(Link zur B2B-Webseite\)\)](#)

