

FRUTIGLÄNDER



DIE ZEITUNG FÜR ADELBODEN, AESCHI, FRUTIGEN, KANDERGRUND, KANDERSTEG, KRATTIGEN UND REICHENBACH

TOURISMUS IM FOKUS

Spannende Zahlen

Was hatte das Jahr 2018 touristisch zu bieten? Angesichts der weltweiten Klimabewegung erwartet man, dass immer mehr Menschen auf das Fliegen verzichten, um den CO₂-Austoss zu verringern. In der Schweiz konnte 2018 kein solcher Effekt beobachtet werden. Die Flugbewegungen haben sich von 467 000 im Jahr 2017 auf fast 472 000 erhöht, und die Anzahl Flugpassagiere ist um mehr als zwei Millionen gestiegen. Der seit Langem dauernde Strukturwandel in der Hotellerie hält an: Gab es 2017 in der Schweiz noch fast 4900 Hotels und Kurbetriebe, waren es 2018 nur noch 4765. Die Schere zwischen Stadt und Bergregion hat sich weiter geöffnet: In den Städten hat sowohl das Angebot als auch die Nachfrage zugenommen, während die Anzahl der Betriebe in den Bergregionen aufgrund der stagnierenden Gästezahl rückläufig ist. Von 2016 bis 2018 fiel die Fremdenverkehrsbilanz – also die Gegenüberstellung von den Einnahmen ausländischer Gäste in der Schweiz und den Ausgaben der Schweizerinnen und Schweizer im Ausland – negativ aus. Warum die Schweizer Wasserratten sind und weitere Informationen hält die Publikation «Schweizer Tourismus in Zahlen» bereit: <https://www.stv-fst.ch/de/stiz>

Analog, digital, virtuell

Zur Zukunft des Agrotourismus gehört das Digital Marketing. Dazu braucht es

Inhalte und interessante Geschichten. Das 4. Forum von Agrotourismus Schweiz vermittelt das nötige Wissen, um selbst aktiv zu werden und sich mit Anbietern, Organisationen und Referenten persönlich zu vernetzen. Die Teilnahme am Tagesanlass verbindet Fachleute und Praktiker aus Landwirtschaft, Tourismus und Wirtschaft. Das Forum dient als Quelle für neue Ideen und Inspiration für innovative Projekte. <https://regiosuisse.ch/agenda/4-forum-agrotourismus-schweiz>

Fair auf dem Pfad

Der Kanton Graubünden startet eine «Fairtrail»-Kampagne für Toleranz und entspanntes Miteinander von Bikenden und Wandernden auf den Bündner Wegen (11 000 Kilometer) und 100 Trails. Die mehrjährige Charmeoffensive setzt auf Selbstironie und Bündner Humor. Mit verschiedenen Mitteln wird direkt bei Wandernden und Bikenden für einen respektvollen und fairen Umgang auf den gemeinsam genutzten Pfaden geworben. Eine handliche Broschüre stellt die Verhaltensregel «Nett, sauber und parat!» vor. Postkarten zeigen das Miteinander auf scherzhafte und ironische Weise. Give-aways wie Fairtrail-Stickers, -Buttons und -Bikeglocken sensibilisieren die verschiedenen Wegnutzenden für «Fairtrail». <https://bit.ly/2Uips5C>

Wege für mehr Werte

Seit Jahren beobachten die Touristiker in den österreichischen Alpen eine positive Nachfrageentwicklung im Sommertourismus. Zu den Erfolgsfaktoren zählen das Wegenetz von 70 000 Kilometern Länge und die Schutzhütten (vergleichbar mit unseren SAC-Hütten). Sie bilden wesentliche Voraussetzungen für das Bergwandern und Bergsteigen. Sie tragen dazu bei, dass die touristische Nachfrage geweckt und Wertschöpfung generiert wird. Dabei besteht ein enges Zusammenspiel zwischen den Strukturen im alpinen Gelände und in den Orten im Tal. Sie ergänzen sich gegenseitig, brauchen einander und profitieren von der Angebotsqualität wie den Marketingaktivitäten der jeweils anderen Seite. Direkte Wertschöpfung wird an zahlreichen Kontaktpunkten geschaffen: In Schutzhütten, in Berggasthäusern an den Zugangswegen, bei touristischen Infrastrukturen wie Bergbahnen, in der Beherbergung und Gastronomie, bei Dienstleistern und Geschäften vor Ort, für die Anreise zum Zielort, bei Tourenleitern und Bergführern und bei Spezialisten für passende Bekleidung und notwendige Ausrüstung. Mehr zum Untersuchungsbericht von Peter Haimayer und den Effekten der neuen Sportart «Trailrunning» unter <https://www.tp-blog.at/author/peter-haimayer>

ZUSAMMENGESTELLT VON KURT METZ