

Swisstainable
&
GSTAAD
Nachhaltiger

GSTAAD®
COME UP  SLOW DOWN



Inhalt



- Begrüssung

Flurin Riedi

Tourismusdirektor / CEO GST

- Swisstainable

Romy Bacher

Leiterin Nachhaltigkeit STV

- Gstaad nachhaltiger im
Swisstainable Programm

Patrick Bauer

Leiter Destinationsentwicklung & Nachhaltigkeit GST



Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable

Gstaad Saanenland Tourismus

8. Dezember 2022

Romy Bacher / Schweizer Tourismus-Verband





Was verstehen wir unter nachhaltigem Tourismus?

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus.



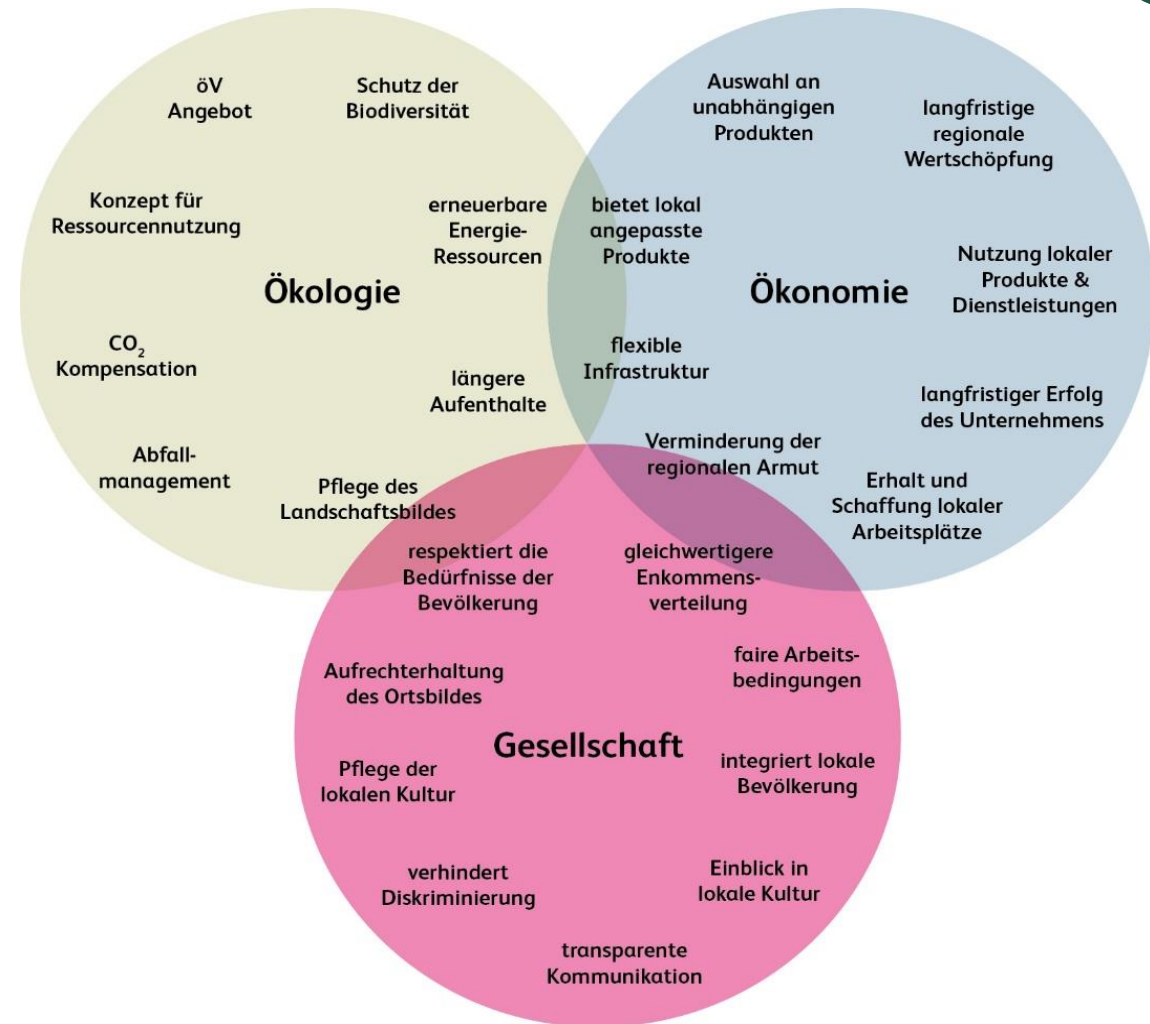
«Nachhaltigkeit» steht für eine **touristische Entwicklung**, die

- neben der **wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit** (Stärkung der regionalen Wirtschaft, langfristige Investitionsplanung u.a.m.)
- auch die **ökologische Verantwortung** (Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energien, Minimierung nachteiliger Auswirkungen auf die natürlichen Ressourcen wie Natur und Landschaft, Luft, Wasser, Boden u.a.m.)
- und die **gesellschaftliche Solidarität** (Gleichbehandlung, Gesundheit, Lebensqualität, Bildung, Partizipation u.a.m.)
- sowie das **Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen** (Enkelverträglichkeit) berücksichtigt.

Nachhaltige Entwicklung im Tourismus.



- Die einzelnen Dimensionen der Nachhaltigkeit stehen in einem **Wechselspiel** zueinander.
- Die drei Nachhaltigkeitsdimensionen lassen **keine klare Abgrenzung** zu.
- Es muss eine **ganzheitliche Herangehensweise** und **Sensibilisierung** stattfinden, um Nachhaltigkeit erfolgreich umzusetzen.



A scenic view of a mountain landscape. On the left, a dark wooden cabin with a shingled roof and red-and-white striped shutters is visible. A white banner with black text hangs from the cabin. In the foreground, four pairs of red trousers with decorative patterns are hanging on a line. The background shows rolling green hills and a valley with a stream, under a clear sky.

Aktuelle Entwicklungen & Herausforderungen.

Rest-Glatt-Alp

Politische Vorgaben und Einflussnahme.

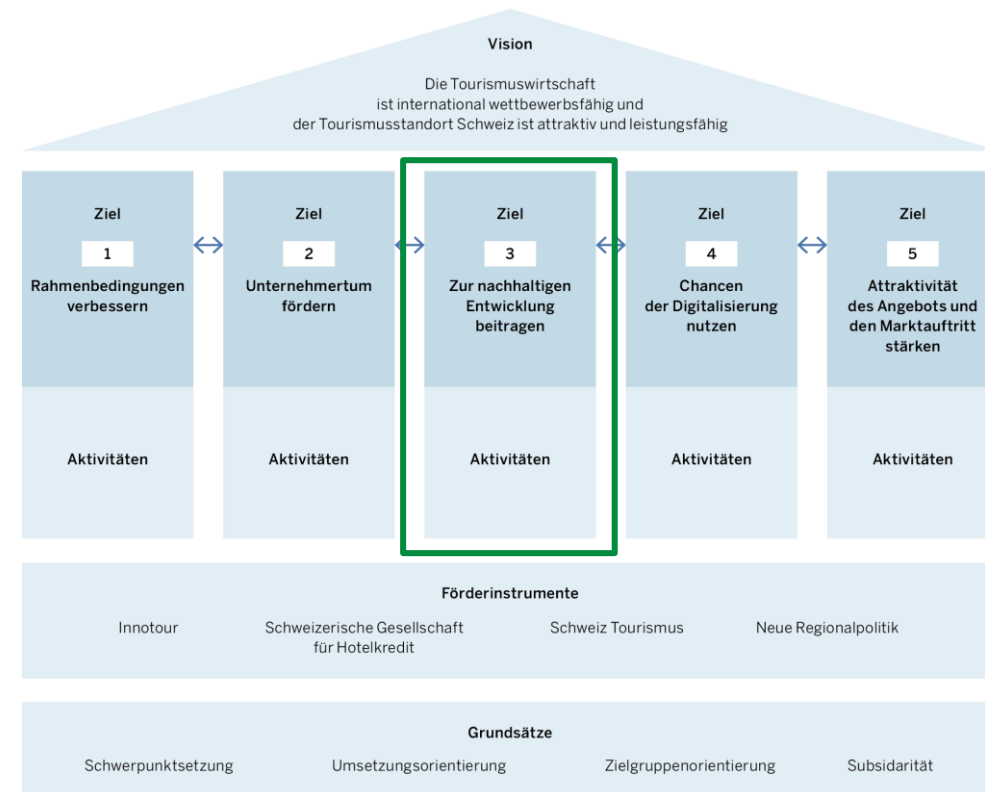


Sustainable Development Goals (SDG) Agenda 2030



Quelle: United Nations, Department of Economic & Social Affairs

Tourismusstrategie des Bundes



Quelle: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

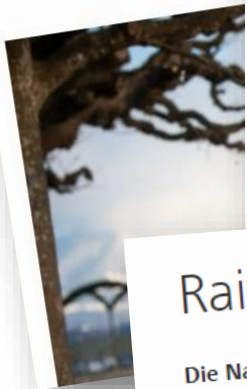
Aktuelle Entwicklungen und Trends.



Klimaschädlich: Stadt Luzern investiert kein Geld mehr für Marketing in Asien - nun nimmt Tourismus-Chef Stellung

Geht es nach dem Luzerner Stadtrat und Parlament, soll die Luzerner Tourismus AG (LTAG) ihre Marketingaktivitäten in Übersee einstellen. Zu stossend sei das Wachstum des Messentourismus, welches bis zur Pandemie Einzug gehalten hat.

Robert Knobel
27.01.2022, 17.50 Uhr



Siemens macht Geschäftsreisen nachhaltiger

Business Traveltip - 26.10.2022

Der Konzern will nur noch nachhaltige Hotels buchen.

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Xing](#) [Drucken](#)



Raiffeisen fördert nachhaltiges Reisen

Die Nachhaltigkeitsstrategie «Swisstainable» fokussiert sich auf nachhaltiges Reisen in der Schweiz. Raiffeisen unterstützt dieses Bestreben und bietet ihren Mitgliedern ganzheitliche Angebote für nachhaltige Wassererlebnisse – einen Sommer lang.

Schweiz Tourismus

Neue Kooperation mit Kuoni Tumlare

Gemeinsam mit dem Destination-Management-Unternehmen Kuoni Tumlare will Schweizer Tourismus nachhaltige touristische Erlebnisse und Angebote in der Schweiz buchbar machen. Die Zusammenarbeit startet mit der Einführung von Velo-Ferien für Kleingruppen sowie...



DACH-Reisebranche gründet Klimalink

TRAVEL INSIDE - 19.10.2022

Die Gründungsmitglieder des Verein Klimalink wollen die Daten zu Treibhausgasemissionen digital und auf Basis eines einheitlichen Standard bereitstellen.

aktivieren, sich am Programm

Zürcher Tourismus soll auf Nachhaltigkeit setzen

Zürcher Kantonsrat verlangt ein Konzept sowie Massnahmen für nachhaltigen Tourismus. Volkswirtschaftsdirektorin Carmen Späh (FDP) begrüsst dies – sie hält aber fest, dass dies keine Konkurrenz von internationalen Gästen bedeute.

22.11.25 Uhr

[Merken](#) [Drucken](#) [Teilen](#)



Veränderte Gästebedürfnisse.



Nischen und wenig besuchte Reiseziele entdecken



Weniger ist mehr. Small is beautiful.



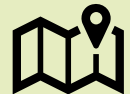
Grösserer Fokus auf **Nachhaltigkeit**



Reisen in die **Natur**, wo Distanzierung möglich ist, mehr **Outdooraktivitäten**



Slow Tourism und regenerative **Erholungsreisen**



Inlandreisen und Reisen **näher am Heimatort**



Nutzung von **landgebundenen Verkehrsmitteln**



Autonomes & flexibles Reisen mit eigenen Transportmitteln (Trend Road Trips)



Kleinere Reisegruppen



Kürzere Reisen das ganze Jahr über, die kurzfristig geplant werden



Umfassendere Reiseplanung. Hygiene, Sicherheit und Zuverlässigkeit als Vorteile



Working Holidays



Geschäftsreisen auf tieferem Niveau



Preiswerte und qualitative Angebote statt nur das Günstigste.

Nachhaltigkeit als Positionierungs- & Differenzierungsmerkmal.



78% of global travelers intend to stay in a sustainable property at least once in the coming year



46% of global travelers have stayed in a sustainable accommodation at least once over the past year and the reasons vary:

41% wanted to help reduce their impact on the environment

33% wanted to have a more locally relevant experience

31% believed sustainable properties treat the community better

Quelle: Sustainable Travel Report von Booking, 2022

Frühstück inbegriffen

Walliserhof Grand-Hotel & Spa Relais & Châteaux ★★★★★

Saas-Fee · [Auf der Karte anzeigen](#) · Zentrum: 100 m
📍 200 m vom Skilift entfernt

Unterkunft für nachhaltiges Reisen

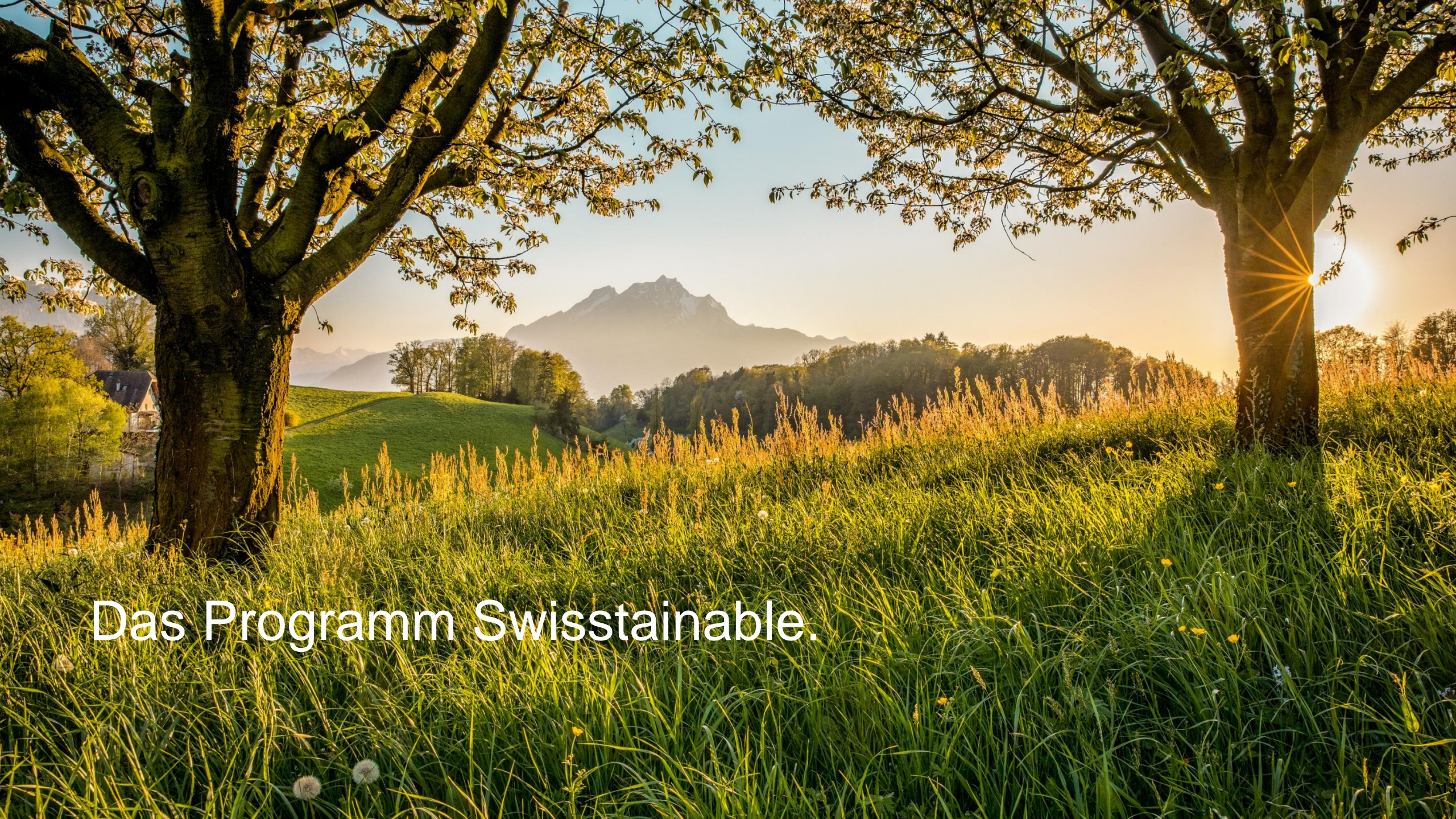
Standard Zimmer mit Kingsize-Bett
1 Doppelbett

Frühstück inbegriffen
KOSTENLOSE Stornierung • Keine Voraus-/Anzahlung notwendig
Sie können später stornieren. Sichern Sie sich also diesen tollen Preis noch heute.
Nur noch 2 Zimmer zu diesem Preis auf unserer Seite verfügbar

Nachhaltigkeit

Unterkünfte für nachhaltiges Reisen 48

Quelle: Booking.com, 2022



Das Programm Swisstainable.



Welche Ziele möchten wir mit Swisstainable erreichen?

- Beitrag zur Erreichung der **Sustainable Development Goals (SDGs)** und der **Nachhaltigkeitsstrategie** des Bundes
- Erfolgreiche zukunftsorientierte **Entwicklung und Positionierung** der Schweiz als Tourismusland
- **Transparenz und Orientierung** für Gäste über Angebote mit hohem Nachhaltigkeits-Engagement
- **Sichtbarkeit** der bestehenden Nachhaltigkeitsbestrebungen

Ein Programm aus dem Tourismus für den Tourismus.



Project initiated by



Partners

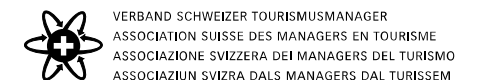
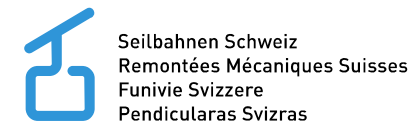


Academic partner

Lucerne University of Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Business
Institute of Tourism and Mobility
ITM



Überblick der Level.



Level I – committed

Für Betriebe ohne Zertifizierung, die sich in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln möchten.



Level II – engaged

Für Betriebe mit bestehenden Nachweisen, aber ohne umfassendes Nachhaltigkeits-Engagement.



Level III – leading

Für Betriebe mit einer umfassenden Nachhaltigkeitszertifizierung.

Überblick der Anforderungen pro Level.



Level I committed	Commitment zur Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitscheck	Nachhaltigkeitsmassnahmen	–
Level II engaged	Commitment zur Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitscheck	Nachhaltigkeitsmassnahmen	Nachhaltigkeitsnachweise Level II
Level III leading	Commitment zur Nachhaltigkeit	–	–	Nachhaltigkeitsnachweise Level III

Die Rolle von Nachhaltigkeitsnachweisen.



- Swisstainable Level 2 und 3 bauen auf **anerkannten Nachhaltigkeitsnachweisen** auf.
- Aktuell werden rund **90 Nachweise** innerhalb des Programms anerkannt.
- Ziel: Mehr **Transparenz** und **Orientierung** im Labeldschungel im Rahmen des Dachprogramms Swisstainable.



TourCert



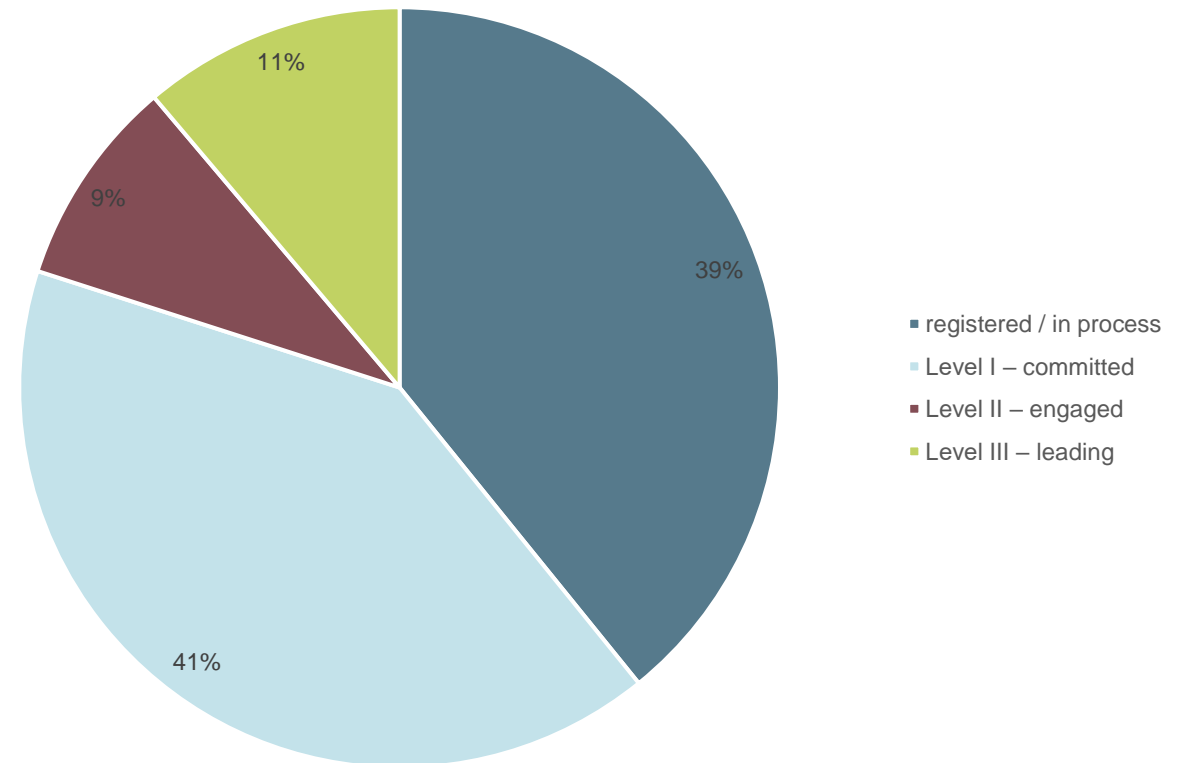
ibex
fairstay



Aktueller Anmeldestand Schweiz.



■ Level I:	584 Betriebe
■ Level II:	127 Betriebe
■ Level III:	160 Betriebe
■ Im Prozess:	561 Betriebe
Total:	1432 Betriebe*



* Anmeldestand per 7. Dezember 2022

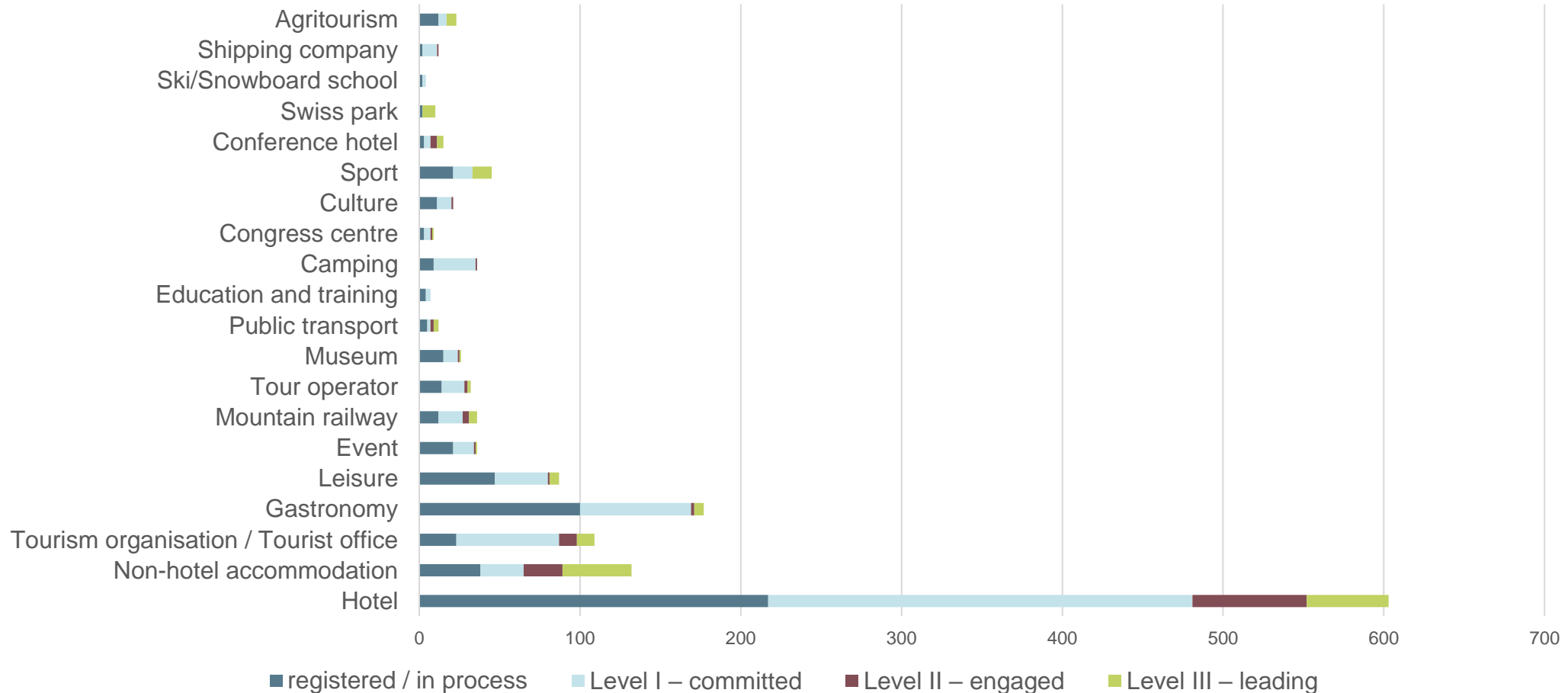
Aktueller Anmeldestand Gstaad Saanenland.



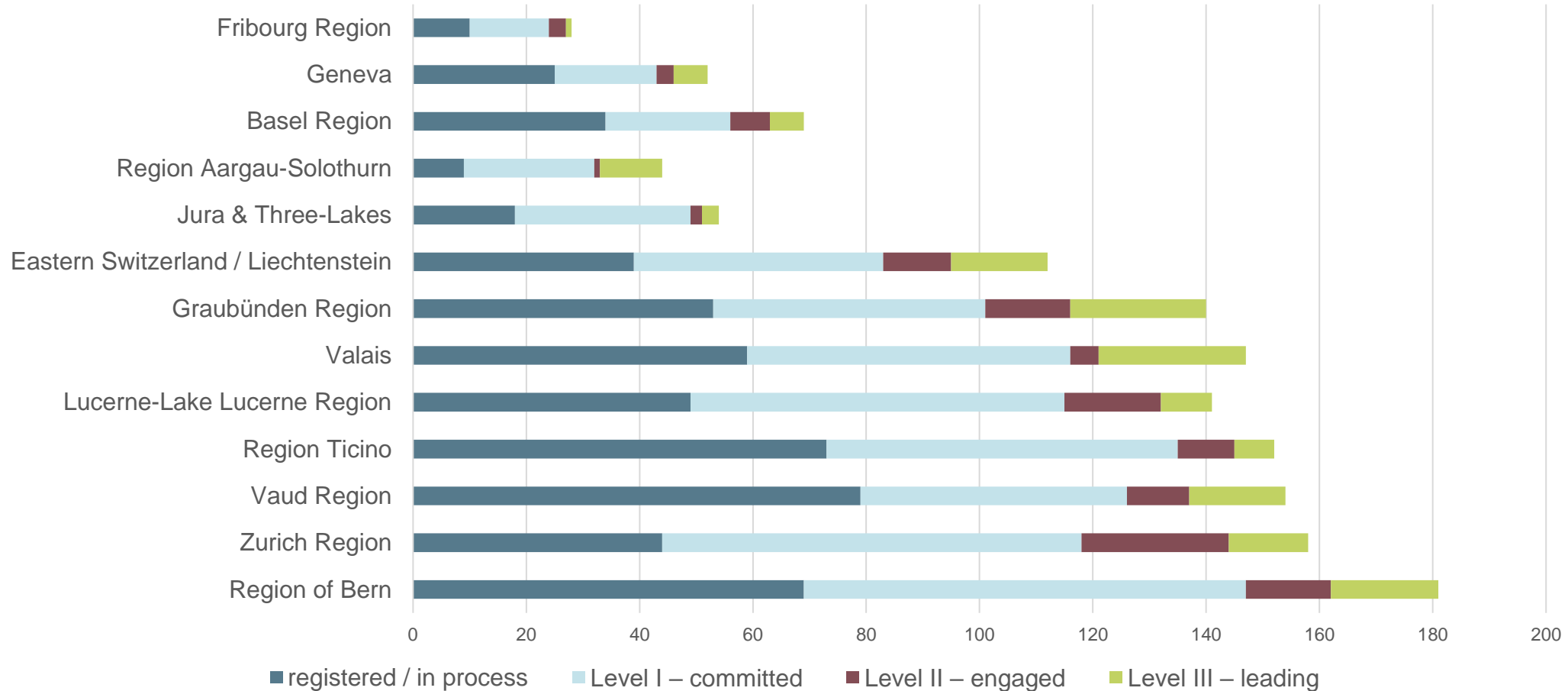
- Level I: 4 Betriebe
 - Level II: 0 Betriebe
 - Level III: 4 Betriebe
 - Im Prozess: 5 Betriebe
- Total: 13 Betriebe***

* Anmeldestand per 7. Dezember 2022

Aktueller Anmeldestand Schweiz: Kategorien.



Aktueller Anmeldestand Schweiz: Regionen.



Level I – committed: Schilthornbahn AG.

Anpassung an die neuen ökologischen & technologischen Rahmenbedingungen

- Effizientes Energiemanagement-Konzept durch Hybrid-Technologie
- Snowfarming & Senkung der Schneeproduktion
- Erweiterung des Parkplatzangebots & Schutz des umliegenden Kulturlands



Level II – engaged: Ticino Turismo.

Einbindung der Gäste & Partner in den Nachhaltigkeitsprozess

- Weiterentwicklung Mobilitätsangebot
Ticino Ticket
- Förderung von Barrierefreiheit
«Turismo inclusivo»
- Starker Fokus auf
Nachhaltigkeitskommunikation (gegenüber
von Partner:innen sowie Gästen)



Level II – engaged: Hotel Schweizerhof Lenzerheide.

Aus- & Weiterbildung als Antwort auf den Fachkräftemangel

- Nachhaltigkeitswoche für Lernende
- Coachingangebot (externer Coach in Zusammenarbeit mit weiteren Hotels)
- Fundiertes Förderprogramm für alle Mitarbeitenden



Level III – leading: Tradition Julen Zermatt.

Effiziente Ressourcennutzung durch Technologie und eigene Produktion

- Messung Foodwaste mit neuester Technologie (KITRO)
- Bezug von Milchprodukten und Fleisch aus eigener Landwirtschaft (Kühe & Schafe)
- Eigene Biogasanlage
- CO₂-Kompensation pro Logiernacht



Level III – leading: Kartause Ittigen.

Ganzheitliche Umsetzung der Nachhaltigkeit als Erfolgskonzept

- Starker Fokus auf Regionalität (z.B. 0-Kilometer-Menü aus Selbstversorgung: Garten, Forellenzucht)
- Ausbildung 20 Lernende in 9 Berufen
- Infrastruktur: Kühlung Quellwasser, Photovoltaik-Anlage, Holzschnitzel-Heizung



A photograph of three mountain goats on a rocky cliff. One goat is perched on the upper left edge of the cliff, another is slightly lower down, and a third is standing on a grassy ledge in the foreground on the right. The background shows a vast mountain valley under a blue sky with white clouds.

Benefits und Learnings.



Vielfältiger Nutzen einer Teilnahme.

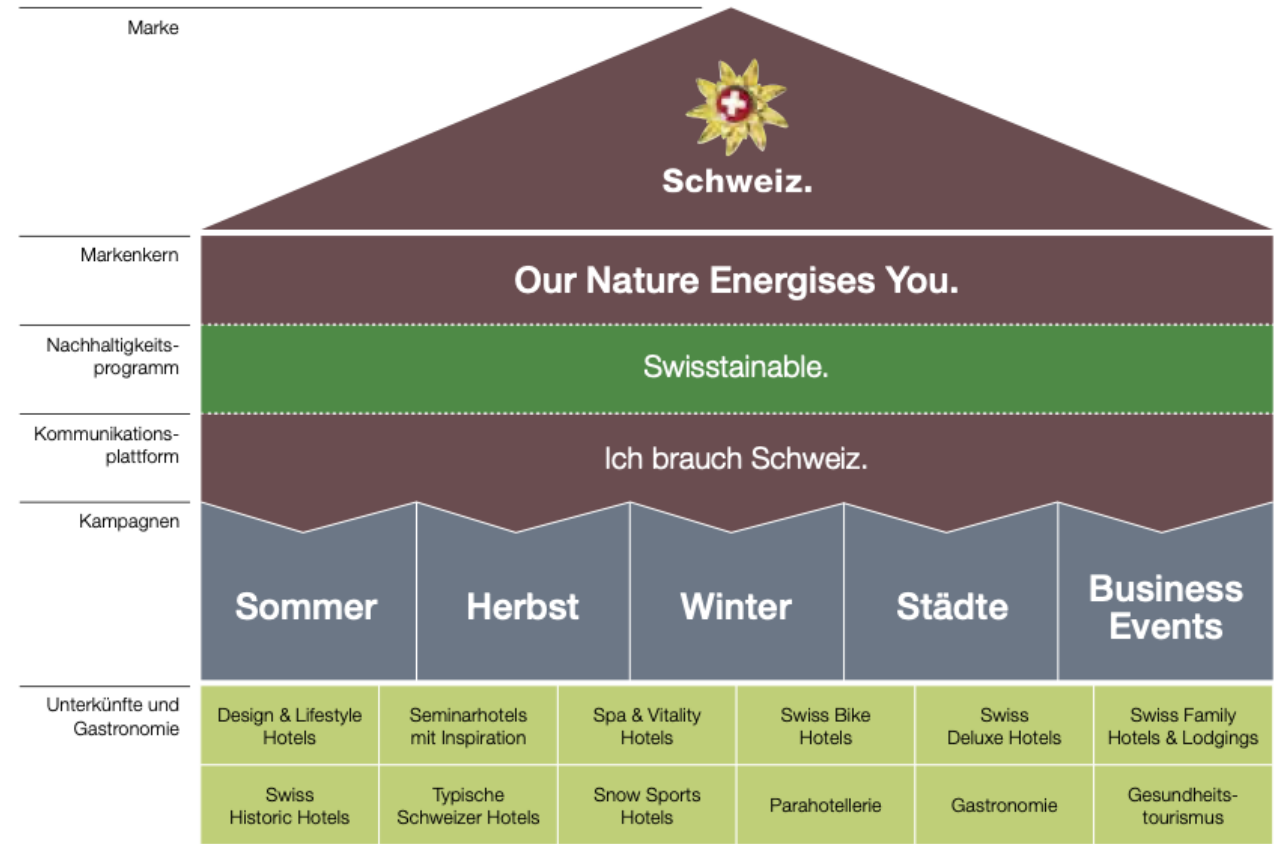
- Eigenen Betrieb bezüglich **Nachhaltigkeit überprüfen** und weiterentwickeln
- Wettbewerbsfähiger werden, v.a. in Bezug auf die **wachsende Zielgruppe** der nachhaltigkeitsaffinen Gäste und sich als verantwortungsvoller **Betrieb positionieren**
- Von touristischen Dachorganisationen (Verbände, Schweiz Tourismus) als **verantwortungsvoller Betrieb** propagiert werden
- **Attraktivität** auf dem Arbeitsmarkt steigern
- Wichtigen **Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung** des Schweizer Tourismus leisten
- Teil der Swisstainable **Community** werden und vom **Austausch** profitieren



Nutzen aus der Marketing-Perspektive.

- Möglichkeit zur **Nutzung der Marke «Swisstainable»** mit entsprechendem Level-Zusatz zur Positionierung des Betriebs
- **Wirkungsvolle Vermarktung** von «Swisstainable» durch ST Kampagnen – Mitnahme-Effekte für teilnehmende Betriebe
- **Präsenz auf MySwitzerland.com** mit entsprechender Auszeichnung als «Swisstainable» Betrieb
- **Präsenz** auf den **Social-Media-Kanälen** von Swisstainable sowie Schweizer Tourismus-Verband und Schweiz Tourismus
- **Präsenz** innerhalb der **Swisstainable Partnerkommunikation** (Newsletter etc.)

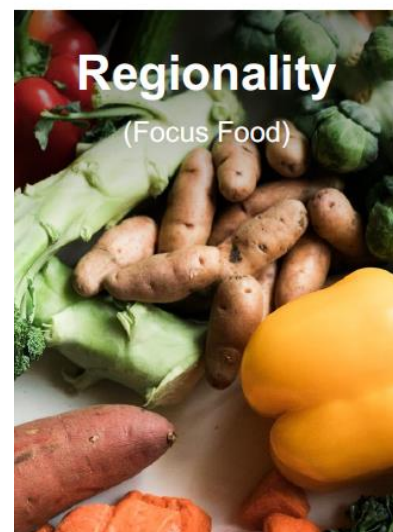
Vermarktung des Programms.





Swisstainable Kampagnen 2023.

ST Campaign	2023
Summer	<ul style="list-style-type: none">▪ Roger goes GTToS ("Stay Longer")▪ Swisstainable on Public Transport (Market CH only)▪ 100% Women Cycling
Cities	<ul style="list-style-type: none">▪ Swisstainable on Water (City Splash)▪ AMoS Campaign
Autumn	<ul style="list-style-type: none">▪ Swisstainable on Senses (Regionality & Hospitality)
Winter	<ul style="list-style-type: none">▪ Swisstainable on Public Transport / Future Generation





Erfolgreiche Zukunftsgestaltung und Resilienz durch Nachhaltigkeit.

- Zur Umsetzung der Nachhaltigkeit bedarf es **Investitionen**, ein starkes **Commitment** sowie **Mut** und **Innovation**.
- Nachhaltiges Handeln kann sich positiv auf die **Entwicklung und Positionierung** eines Unternehmens / einer Destination auszahlen.
- Die Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit bringt einen **breiten Nutzen**, ist jedoch nicht immer einfach und direkt messbar.
- Nachhaltigkeit muss in der **touristischen Basis verankert** und auf Betriebsebene **individuell umgesetzt** werden, es gibt keine „One-fits-all“-Lösung.
- **Zusammenarbeit und Bündelung der Kräfte** über alle Ebenen des Tourismus hinweg bringen uns zum Erfolg.

Relevanz der Nachhaltigkeit für den Schweizer Tourismus.

*Die Frage lautet nicht, ob wir uns
als touristisches Unternehmen
oder als Destination mit dem
Thema Nachhaltigkeit
auseinandersetzen sollen,
sondern wann, wo und wie wir
damit anfangen.*



Werden auch Sie Teil der Swisstainable Bewegung.



- Romy Bacher
Leiterin Nachhaltigkeit beim
Schweizer Tourismus-Verband

- Kontakt per E-Mail
swisstainable@stv-fst.ch oder
telefonisch +41 31 307 47 58



«Gstaad nachhaltiger» im
Swisstainable Programm

Ausgangslage: Strategie Destination Gstaad



- Positionierung von Gstaad:
 - *Nachhaltigkeit: Wir streben nach einem ausgewogenen Verhältnis zwischen Pflege und Weiterentwicklung und tragen Sorge zu Landschaft, Natur, Kultur und Lebensqualität.*

- Strategische Grundsätze:
 - *10. Wir streben eine nachhaltige Entwicklung an, schonen Ressourcen und tragen Sorge zum Landschaftsbild, zur Natur, zur Kultur und zur hohen Lebensqualität.*

- „Nachhaltigkeit“ als strategisches Handlungsfeld:
 - *Nachhaltigkeit fördern*
 - *Nachhaltigkeitsprojekte vorantreiben*
 - *Lokale Kreisläufe stärken, Authentizität fördern*

Vision: I had a Green...



- *«Nachhaltigkeit in Gstaad ist die hohe Kunst und das ehrliche Bestreben, alpiner Genuss mit Nachhaltigkeit zu vereinen.»*

Vorgehen



1. Commitment unterschrieben

2. Green Team definiert

➤ *Jeder Bereich vertreten*

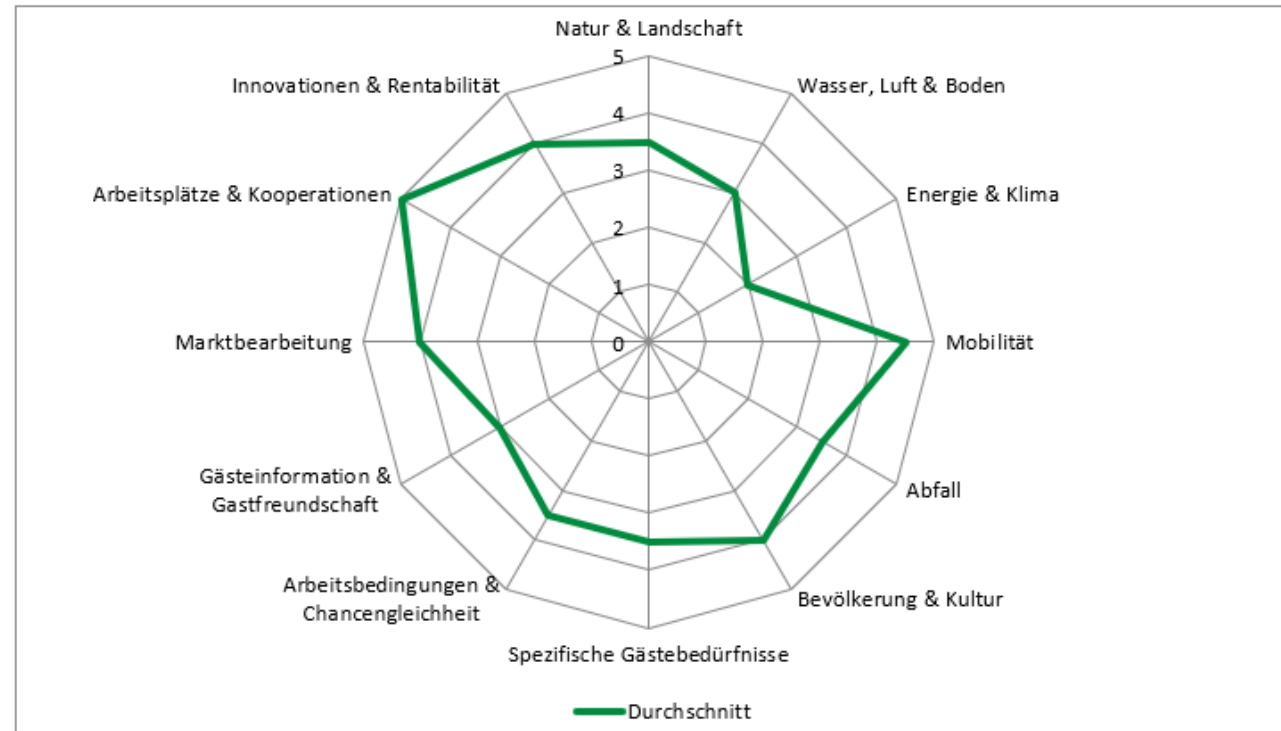
3. Selbstcheck durchgeführt

4. Massnahmen definiert

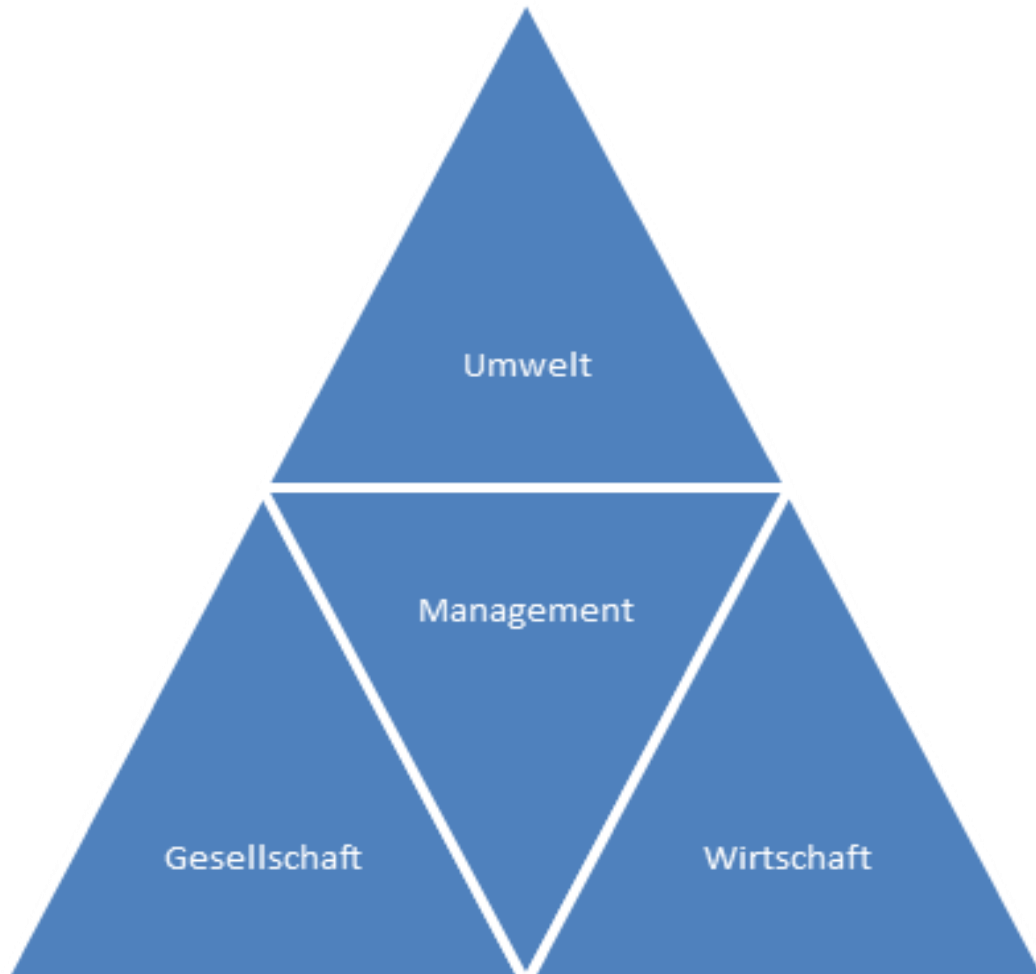
➤ *ÖV inklusive*

➤ *Gstaad. Regional. Echt*

➤ *Aufbau Management und Sensibilisierung & Bildung*



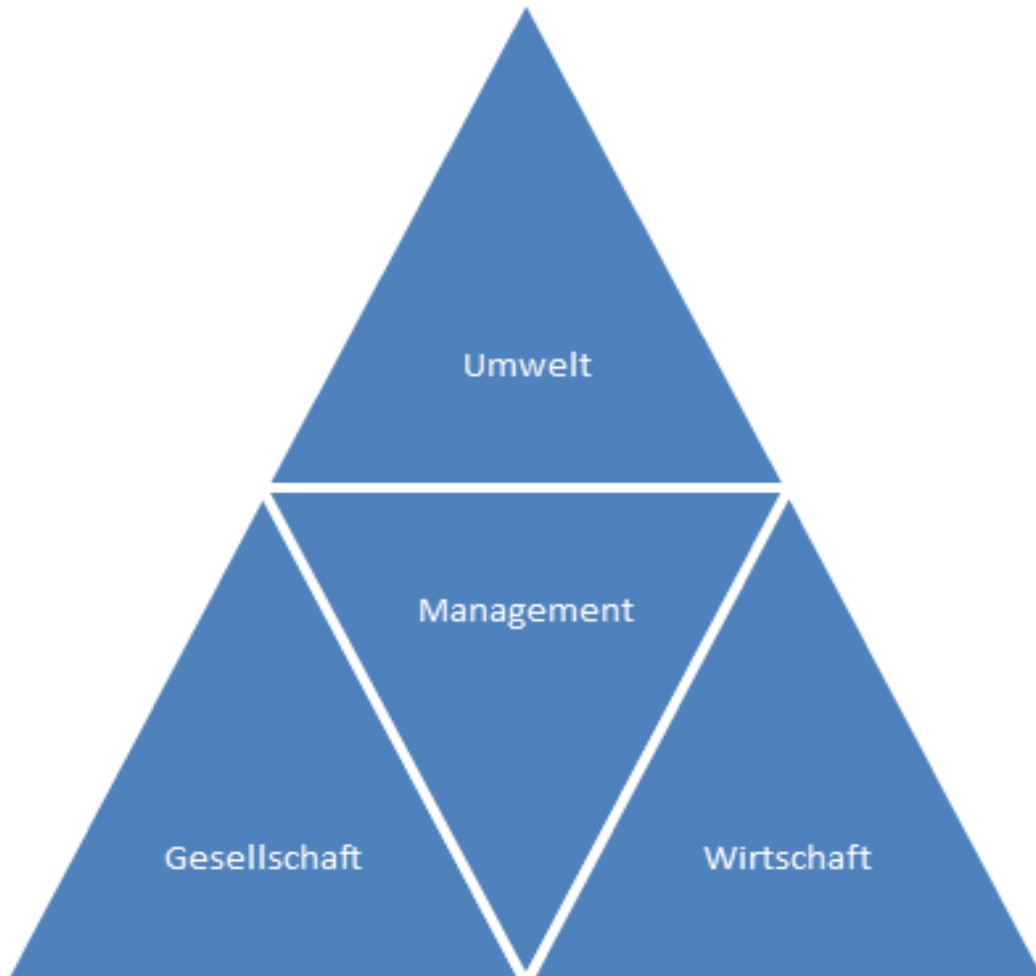
Nachhaltigkeits-Aspekte: Fokus Management



Management

- **Destinationsrat:** Nachhaltigkeit regelmässig thematisieren
- **Nachhaltigkeits-Koordinationsstelle GST:** Treibende Kraft, Koordination und Administration
- **Begleitgruppe Gstaad Nachhaltig - Leitlinien:** Mithilfe bei der Erarbeitung, Umsetzung, Überprüfung, Anpassung
- **GST Green Team:** GST-interne Umsetzung
- **NEU!**
<https://www.gstaad.ch/gstaad/nachhaltigkeit.html>

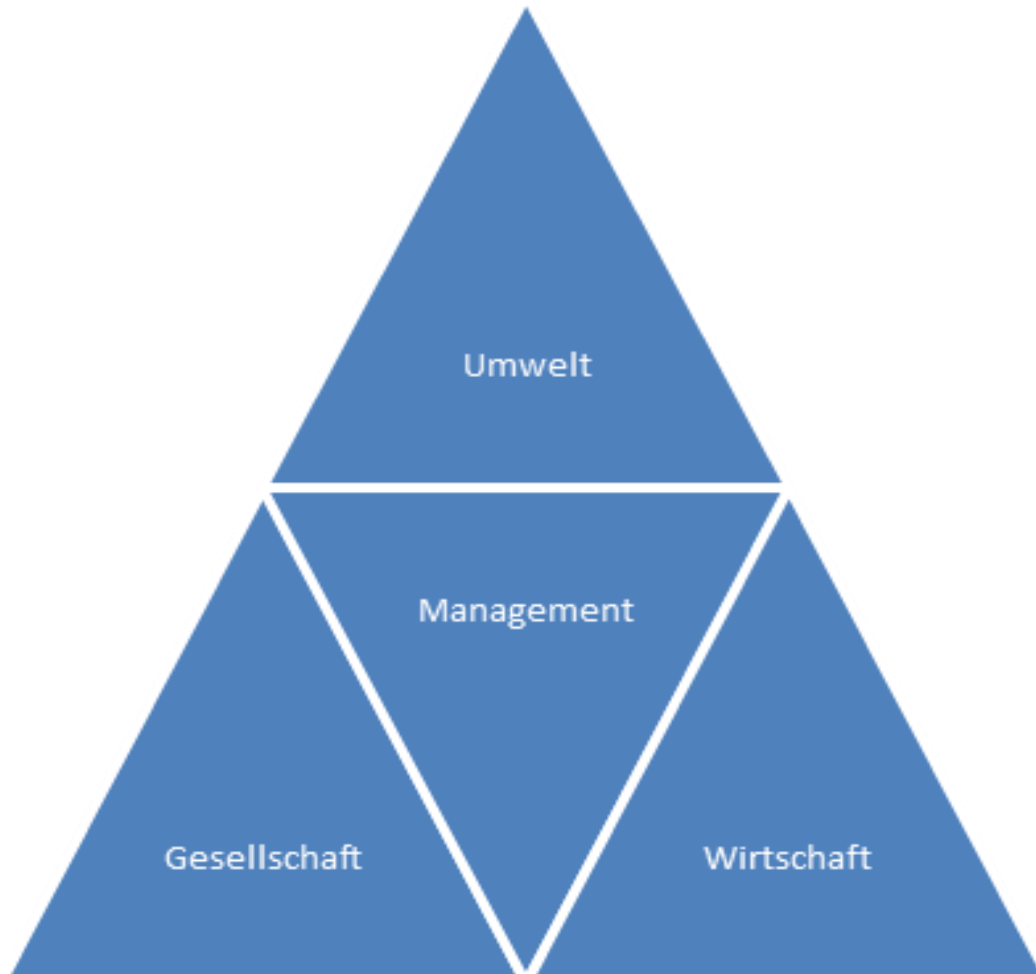
Nachhaltigkeits-Aspekte: Fokus Umwelt



Umwelt

- Nachhaltige Mobilität fördern!
- Landschaft und Natur erhalten und erlebbar machen
- Energieeffizienz erhöhen
- Erneuerbare Energien fördern
- CO2-Ausstoss vermindern
- Abfall vermindern (z.B. Fokus Foodwaste)
- ...

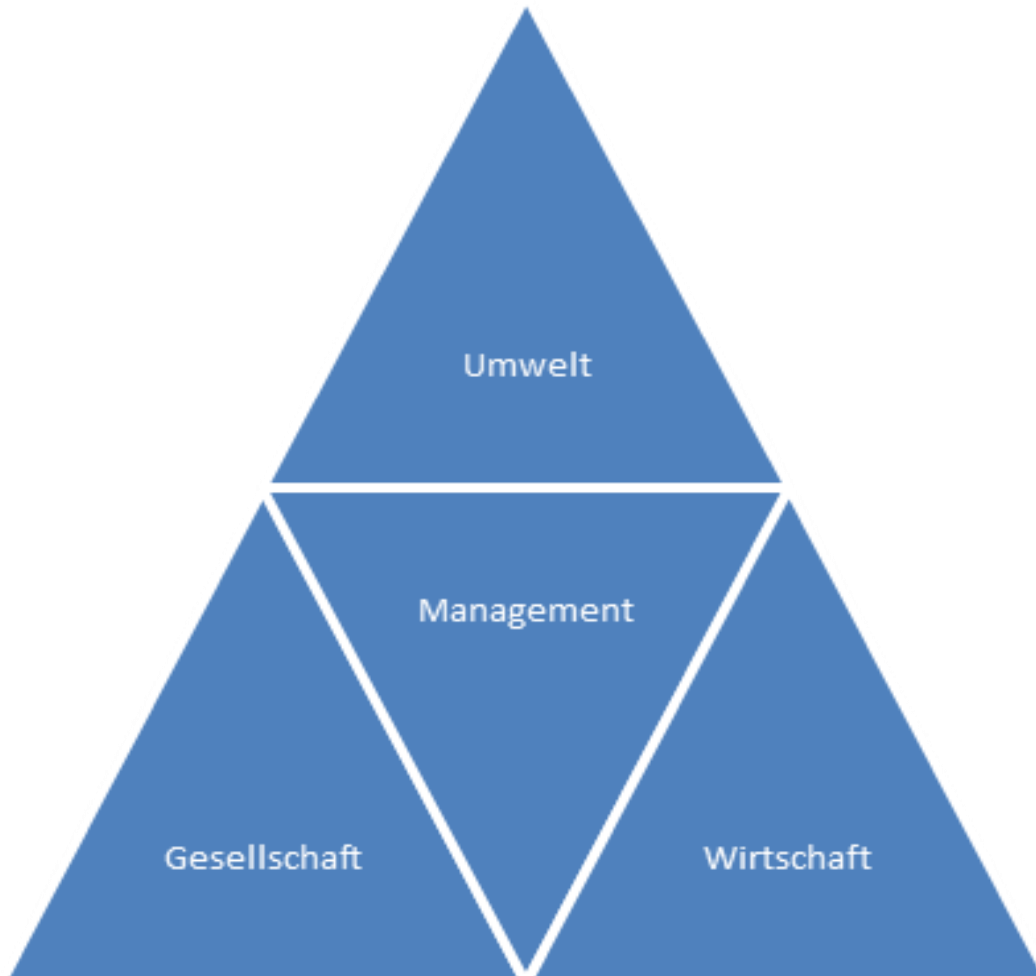
Nachhaltigkeits-Aspekte: Fokus Gesellschaft



Gesellschaft

- Overtourismus verhindern: Gästelenkung
- Traditionen/Authentizität pflegen und sichtbar machen
- Partizipation fördern: Dorforganisationen stärken
- ...

Nachhaltigkeits-Aspekte: Fokus Wirtschaft



Wirtschaft

- Lokale Kreisläufe stärken
- Kooperationen ausbauen
- Destination entlang Besucherströme erweitern
- Nachhaltige Erlebnisse pushen
- ...

OK:GO Initiative und pro infirmis



Beide Logos stehen für eine Barrierefreie Schweiz.

Ziel ist:

- Zu informieren
- Alle Daten unter OK:GO zu verknüpfen
- Kann als Nachweis für "Swisstainable" gebraucht werden

pro infirmis



Was ist zu tun?



Bereits bei pro infirmis registriert?

- Katrin Espiasse kontaktieren und für Logo OK:GO und verknüpfte Daten anfragen: katrin.espiasse@gstaad.ch
- Logo auf Webseite platzieren und mit den Daten/Link verknüpfen

Noch nirgends registriert?

- Katrin Espiasse oder Stefan Rhyn stefan.rhyn@gstaad.ch kontaktieren
- Termin vereinbaren für Datenerfassung.
- GST wird die Daten auf der "ginto" App erfassen und dann die Login Daten und das OK:GO Logo an das Hotel übergeben.
- Logo auf Webseite platzieren und mit den Daten/Link verknüpfen.



Schweiz Tourismus und “Swisstainable”



- Schweiz Tourismus wird in naher Zukunft verstärkt mit Hotels mit nachhaltigem Ansatz zusammenarbeiten
- “Swisstainable” wird somit immer wichtiger

Auch im Feratel/Deskline können nachhaltige Kriterien eingegeben werden.

- Immer mehr Gäste orientieren sich auch nach diesen Kriterien
- GST bittet alle diese Daten zu erfassen!



