

KERNERKENNTNISSE WORK CAFÉ, 13. JUNI 2023

OHNE NACHHALTIGE MOBILITÄT KEIN NACHHALTIGER TOURISMUS

10 Take-Homes

1. Der ÖV muss sich als Mobilitätsdienstleister sehen und steht im Wettbewerb mit der digitalen Erlebnismaschine «Auto 4.0»
2. 97% der Co2-Emissionen einer Hotelübernachtung entstehen bei der An- und Rückreise
3. Vor allem bei Gruppenreisen aus Fernmärkten ist der Handlungsspielraum eines Hotelbetriebes zu mehr Nachhaltigkeit heute noch klein.
4. Fokus auf Individualreisende: Anreisemöglichkeiten bekannt machen; Gepäckservice; Gästekarte mit öV inklusive; Verlängerungsangebote für Gäste; Mobility – Car Sharing
5. Wenn wir erreichen wollen, dass die Reisenden für die An- und Rückreise den ÖV nutzen, muss die Erste und die Letzte Meile sowie die Mobilität vor Ort einfach nutzbar sein.
6. Die Tourismusorganisationen/Leistungsträger haben Möglichkeiten, um die Anreise mit dem öV sowie die nachhaltige Mobilität vor Ort zu attraktivieren: [Ideen & Rezepte](#)
7. Die Gästekarte inkl. ÖV hat viele Vorteile (z.B. Verkehrsproblem lindern), aber sie darf nicht gratis sein, denn es sind kostenintensive Leistungen integriert.
8. Es gibt Konfliktzonen zwischen ÖV und Tourismus. Gemeinsame Strategien und gegenseitiges Verständnis sind Voraussetzungen für Lösungsansätze.
9. Der Gepäckservice der SBB hilft, damit der Reisende vermehrt mit dem ÖV anreist. Es braucht aber noch konkretere Finanzierungsösungen.
10. Bestehende Gepäckangebote brauchen mehr Kommunikationspower ([Übersicht Reisegepäck](#), Textbausteine für Info an Gäste via stnet.ch oder [HotellerieSuisse](https://HotellerieSuisse.ch)).

Kernerkenntnisse im Detail

Race to Zero: 2030 – Das Ende der Mobilität

Thomas Sauter-Servaes, Professor Engineering-Mobility, ZHAW School of Engineering

- Nutzung der Strassen verläuft nicht gradlinig, sondern sehr volatil → Infrastrukturüberlastungen
 - Mit mehr Strassenkapazitäten entsteht immer mehr Verkehr → Kurzfristige Verbesserungen, aber langfristig kontraproduktiv
 - Land- und Luftverkehr sind verantwortlich für fast 50% der Emissionen. → Verkehr ist der entscheidende Klima-Hebel
 - Elektroautos werden mittelfristig die Strassen dominieren → Immer grösser, immer schneller → Elektroautos sind kein Messiasgefährt
 - Der Mensch sucht immer den bequemsten Weg → Routinen können nur mit starken Impulsen gebrochen werden
 - Business-Verkehr nimmt ab (-20%), Freizeitverkehr nimmt zu (+15%)
 - Der öffentliche Verkehr muss sich als Mobilitätsanbieter sehen → Zug, Taxi, Bus, Velo, Car Sharing alles aus einer Hand (Mobility-as-a-Service)
 - Convenience Lösungen: Google Maps mit nahtlosem Buchungserlebnis; Uber Travel (one-stop-shop); AI-Lebensgefährten (Bot-Mobility)
 - Die Haltung gegenüber Autos verändert sich mit den kommenden Generationen → Autos aus den Städten verbannen; Mobility as a Commodity → kein Status Symbol mehr.
 - Die Autoindustrie schläft nicht → Das Auto wird zum digitalen Spielfeld → Effizienz- und Erlebnismaschine
- Der ÖV muss sich als Mobilitätsdienstleister sehen und steht im Wettbewerb mit der digitalen Erlebnismaschine «Auto 4.0»

Nachhaltigkeit in der Hotellerie – wohin geht die Reise?

Myriam Schlatter, COO Laudinella Group & Vorstand HotellerieSuisse

- Hotel Laudinella (175 Zimmer), Hotel Reine Victoria (141 Zimmer), Hotel Corvatsch (28 Zimmer), Lej da Staz (Restaurant)
- Laudinella goes green: zahlreiche Massnahmen umgesetzt (Heizung durch Seewärme, vegetarische Restaurants, Ladestationen, Elektrofahrzeug für Gäste, etc...)
- Resultat der Betriebsbilanzanalyse zu Co2-Emissionen: 97% der Emissionen durch die An- und Rückreise verursacht.
- Ideen: nur noch Monotouren durch die Schweiz; lange Reisezeit in der Schweiz; Aufenthaltsverlängerungen vor Ort (> 1 Nacht); Anreise mit dem Zug anstelle Reisebus.

Hindernisse der aktuellen Marktsituation:

- Gäste wollen so viele Destination wie möglich
- Standarttouren in bekannte Destinationen (Jungfrau, Zermatt, St. Moritz)

- Beschränkte Kapazität der Züge
- Fehlendes Know How der Tourleader
- Ortschaften/Destinationen können zu Dark Tourism Orte mutieren
- Transfer vom Bahnhof zum Hotel
- Gepäcktransport

→ 97% der Co2-Emissionen einer Hotelübernachtung entstehen bei der An- und Rückreise

→ Vor allem bei Gruppenreisen aus Fernmärkten ist der Handlungsspielraum eines Hotelbetriebes zu mehr Nachhaltigkeit heute noch klein.

→ Fokus auf Individualreisende: Anreisemöglichkeiten bekannt machen; Gepäckservice; Gästekarte mit öV inklusive; Verlängerungsangebote für Gäste; Mobility – Car Sharing

Mobilität vor Ort: wie begeistern wir Gäste?

Flavia Wiedenmann, Projektleiterin Erste Letzte Meile, SBB

Adi Houriet, Projektleiter Senior Erste Letzte Meile, SBB

- Wenn wir erreichen wollen, dass die Reisenden für die An- und Rückreise den ÖV nutzen, so muss die Erste und die Letzte Meile sowie die Mobilität vor Ort einfach nutzbar sein.
- Komplexität reduzieren, z.B. mittels einem One-stop-shop (Anreiseticket + Gepäck + Hotelübernachtung, etc. in einer Buchung). Mobilitätspackages sind im Idealfall über Hotel / Ferienwohnung beziehbar.
- Der Wechsel der Verkehrsmittel muss bequem sein (z.B. Mobilitätshubs).
- Eine klare und einfache Kommunikation, welche die bequeme Reise mit dem Zug integriert, ist entscheidend.
- Beherbergungsanbieter sollten vermehrt die einfache Anreise mit dem ÖV in ihren Kommunikationskanälen integrieren.
- Die Mobilität mit dem ÖV muss einfach sein (z.B. mittels einer Flat Rate) und flexibel planbar sein, denn das Auto ist der maximale Komplexitätsreduzierer.
- Mobilitätsleistungen vor Ort (z.B. Gepäcktransport vom Bahnhof zum Hotel, nachhaltiger Hotelshuttle oder hoteleigene Veloflotte) sind überzeugende Argumente.
- Die Mobilität ist das Zusammenspiel verschiedener Akteure – eine gemeinsame Vision und Kooperation sind unabdingbar.
- Sharingangebote (z.B. Velos, Mietautos, etc.) ermöglichen dem Gast vor Ort eine einfachere Mobilität ohne eigenes Auto.
- Sensibilisierung der involvierten Personen: Auch das Personal an der Tourist Info oder an der Rezeption soll über das vor Ort vorhandene Mobilitätsangebot informieren können.

→ Die Tourismusorganisationen und die einzelnen Leistungsträger haben Möglichkeiten, um die Anreise mit dem öV sowie die nachhaltige Mobilität vor Ort zu attraktivieren:

[Ideen & Rezepte](#)

Gästekarte: Braucht es gratis ÖV?

Thomas Kirchhofer, Direktor, St.Gallen-Bodensee Tourismus

Tiziano Pelli, Geschäftsführer VSTM ASMT

Gästerwartungen:

- Der Gast erwartet grundsätzlich keine Gästekarte. Ausser bei den Stammgästen.
→ Gästekarte ist kein Reisemotiv
 - Der Gast ist grundsätzlich «faul». Zudem ist die Informationsflut im Vorfeld einer Reise gross.
→ Gast informiert sich nicht über Möglichkeiten mit der Gästekarte.
 - Gästekarte muss so einfach wie möglich sein
 - ÖV wird stark genutzt innerhalb der Gästekarte, aber nur kleiner Perimeter.
 - Gewinner: Autofahrer/int. Gäste → Verlierer: GA-/Halbtax-Inhaber
- Der Gast nimmt, was er kriegt. ÖV ist eine Leistung und darf nicht gratis sein. Daher braucht es die Überlegung, ob eine Gästekarte für meine Region sinnvoll ist.

Rollenteilung:

- Die Tourismusorganisation hat eine Lead- und Koordinationsfunktion.
 - Die Hotellerie mit tiefen Margen können keine weiteren Kosten übernehmen.
 - Der Kanton sollte Vorgaben machen, um Synergien zu nutzen.
 - Es kann nicht sein, dass der Staat bezahlt.
- Was sind die Ziele einer Gästekarte? Verkehrsproblem lösen; Positionierung Destination; Kontroll-System für Kurtaxen

Konfliktzonen & Lösungsansätze

- Der ÖV hat eine andere Perspektive (Erträge; Verbunde; Preisvorgaben) als die Tourismusorganisation (Gäste; Convenience)
 - Trittbrettfahrer; einzelne Leistungsträger, die nicht mitmachen wollen.
 - Monopol-Stellung / fehlender Wettbewerb durch einzelne ÖV-Anbieter
 - Digitale Lösungen für mehr Convenience
 - Preistransparenz von Seiten ÖV
 - Messbarkeit der Frequenzen / Nutzung der Gästekarte
- Enge Partnerschaften unter Stakeholder mit Kontinuität; freundschaftliche und ehrliche Beziehungen; offenes und breites Denken / gesamtheitliches Bild

Gepäcktransport: Wie mit dem ÖV komfortabel in die Destinationen?

Claudio Daguati, Co-Direktor, Engadin Samnaun Val Müstair

Hans Peter Küng, Produktmanagement Gepäck, SBB

Herausforderungen:

- Regionale und saisonale Schwankungen
- Lieferlogistik letzte Meile (bei grossem Destinationsperimeter)
- Ökologische Lösungen
- Vermarktung des Angebotes (durch Fewo-Besitzer, Hotels, etc.)
- Pricing

- Subventionierung durch Gemeinde, Kanton

Lösungen:

- Integration in Gesamtprozess der Buchung
- Digitale Buchungssysteme → One step Booking
- Ganze Branche muss mitmachen
- Steigerung der Kapazitäten bei den reg. ÖV-Anbieter
- %-Anteil der ÖV-Anreise fördern
- Förderung der Sportgeräte-Vermietung vor Ort
- Zusammenarbeitsmöglichkeiten Delivery-Services (Post, UPS, etc.)
- Letzte Meile: Zusammenarbeitsmit Hotels / Fewo-Vermittlungen
- Flächendeckender Gepäckservice hilft der Kommunikation

Handlungen:

Der öV sucht zusammen mit dem Tourismus nach Lösungen, um den Hinderungsgrund «Gepäck» für mehr öV Anreisen zu verringern/ beseitigen. Neben den oben beschriebenen Lösungen ist auch die Finanzierung zu klären (heute subventioniert der öV den Gepäckservice stark; weitere Finanzierungsquellen sind nötig).

Bestehende Gepäckangebote sollen besser kommuniziert werden ([Übersicht Reisegepäck](#), Textbausteine für Info an Gäste via stnet.ch oder HotellerieSuisse).

Nationale Mobilitätslösung für Übernachtungsgäste

Urs Eberhard, Projektleiter, Alliance Swiss Pass

- Projektidee: Klimafreundliche An- und Abreise integriert in jede Hotelbuchung in der Schweiz
- Initiale Preisberechnungen von Mandat Preis- und Sortiment NDV: Volle Integration CHF 25/Ankunft, CHF 12.50/LN; Opt-in: CHF 70/ Ankunft
- USP's: weltweit einzigartig; Beweisführung "Nachhaltigste Tourismusdestination"; Unterstützung Klimaziel des Bundes (CO2-Reduktion)