

# Bergtourismus auch im Frühling und Herbst

Der Bergtourismus steckt seit längerer Zeit in einer Krise. Die Gründe dafür sind vielfältig. Ein wichtiger Ansatzpunkt für den Ausweg aus der Krise besteht darin, das touristische Angebot auf alle vier Jahreszeiten auszuweiten und dadurch die einseitige Abhängigkeit von nur einer Saison zu vermeiden. Der Weg dazu geht über das frühzeitige Aufgreifen neuer Trends, über Innovationen und Kooperationen.

**Thomas Egger, SAB, Seilerstrasse 4, 3001 Bern**

Hotels, die zum Verkauf stehen. Zweitwohnungen, welche die meiste Zeit des Jahres leer sind. Bergbahnen, die an ausländische Oligarchen verkauft werden. Was ist bloss los, mit unserem Bergtourismus? Gleichzeitig boomt der Städtetourismus. An den fehlenden Gästen kann es wohl nicht alleine liegen. Wohl aber haben sich die Bedürfnisse der Gäste geändert. Die ausländischen Gäste kommen immer kürzer in die Schweiz. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt nur noch knapp 2 Tage. Das Modell des Urlaubes von zwei Wochen stationär am gleichen Ort verschwindet immer mehr. Gerade die junge Genera-

tion will innert kürzester Zeit möglichst viel erleben. Dazu kommt, dass immer weniger Personen Skifahren. Skifahren ist nicht mehr «in». Das hat auch damit zu tun, dass sich die gesellschaftliche Struktur verändert. In Familien mit Migrationshintergrund hat Skifahren keine Tradition. Zu diesen (nicht abschliessenden) gesellschaftlichen Phänomenen kommen noch viele andere Herausforderungen wie der Wechselkurs, die abnehmende Schneesicherheit im Winter, die Kleinstrukturiertheit des touristischen Angebotes in der Schweiz usw. Die Herausforderungen für den alpinen Tourismus sind wahrlich gross.

Doch wie kann im alpinen Tourismus ein neuer Schwung, eine neue Aufbruchstimmung erzielt werden? Diese ist dringend nötig, denn der alpine Tourismus ist für die Schweiz schlicht «Too big to fail».

## Neue Trends vorwegnehmen

Eine der ersten und wichtigsten Massnahmen wäre die Abkehr vom Copy-Paste-Prinzip. Allzu viel läuft im alpinen Tourismus nach dem Modell des Copy and paste. Jemand entwickelt eine gute Idee, alle anderen kopieren diese. Die erste Hängebrücke mag noch innovativ sein und viele Leute anlocken, die Hundertste tut es bestimmt nicht mehr. Genausowenig wie der Tausendste Themenpfad. Wer hingegen einen neuen Trend frühzeitig erkennt, hat eine Chance als «First mover». Der Gesundheitstourismus wäre so ein Trend. Die Bevölkerung wird immer älter – und gesundheitsbewusster. Warum also nicht das kombinieren mit einem Ferienaufenthalt. Vor über 100 Jahren war die Schweiz auch schon Vorreiterin bei den Höhenkliniken!

## Frühling und Herbst

Dringend nötig ist ferner eine Abkehr von der einseitigen Fokussierung auf den Winter. Die Schweiz hat extrem viel zu bieten, auch im Frühling und im Herbst. Die Wörter «Vor- und Nachsaison» gehören sofort abgeschafft. Der Frühling und der Herbst können als eigenständige Saisons positioniert werden. Was gibt es Schöneres, als das Frühlingserwachen der Natur in einer Bergland-



Das Val d'Illeiez, das mit Unterstützung der SAB ein Projekt zur Zusammenarbeit im Tourismus gestartet hat, ist ein gutes Beispiel in diesem Bereich. – (Les Crosets – Whgler – Creative Commons)

schaft zu geniessen? Und wenn das Wetter ausnahmsweise mal nicht mitspielt, haben wir in den Bergen viele kulinarische und kulturelle Schätze zu bieten. Kulturtourismus kann auch im Berggebiet ein wesentliches Standbein sein. Der Phantasie sind eigentlich keine Grenzen gesetzt. Nur darf nicht wieder der Fehler des Copy-paste geschehen.

### Innovationen

Es braucht also neue Ideen, neue Impulse. Deshalb kommt der Innovationsförderung gerade im Tourismus so eine hohe Bedeutung zu. Die Tourismuspolitik kennt diesbezüglich vor allem ein Instrument: das Bundesgesetz über die Förderung von Innovation und Zusammenarbeit im Tourismus, kurz Innoutour. Innoutour ist aber mit 5 Mio. Fr. pro Jahr verhältnismässig schwach dotiert. Wichtig ist deshalb, dass auch andere Innovationsförderungsinstrumente für den Tourismus zugänglich gemacht werden. Eines dieser Instrumente ist Innosuisse, die frühere KTI. Innosuisse fördert v.a. wissenschaftsbasierte Innovationen. Von derartigen Inputs durch die Forschung und Lehre könnte gerade auch der alpine Tourismus profitieren. Ausgehend von einer Interpellation des Schreibenden hat sich Innosuisse im Gespräch bereit erklärt, sich auch vermehrt für den Tourismus öffnen zu wollen.

### Gemeinsam zum Ziel

Wer neues entwickeln will, braucht dazu aber auch die nötigen zeitlichen und finanziellen Ressourcen. Und hier steht ein anderes Grundproblem des alpinen Tourismus oft im Weg: die kleinen Strukturen. Die Betriebe sind bis über beide Ohren mit dem Tagesgeschäft befasst und können sich kaum auch noch Gedanken über ihre langfristige Ausrichtung machen. Hier können Kooperationen unter Betrieben helfen. Wie derartige Kooperationen funktionieren und wie sich dadurch eine ganze Region neu positionieren kann, hat die SAB mit dem realisierten Praxisbeispiel Val d'Illicez aufgezeigt.

### RÉSUMÉ

#### Des pistes pour relancer le tourisme de montagne

Le tourisme de montagne est en crise ! Plusieurs signes le démontrent : des hôtels sont mis en vente, de nombreuses résidences secondaires sont vides une grande partie de l'année, des sociétés de remontées mécaniques sont achetées par de riches oligarques étrangers... Dans le même temps, les centres urbains connaissent une hausse de leur fréquentation touristique.

Des solutions existent néanmoins, afin de renverser cette tendance. Au niveau de l'offre, il convient d'identifier les nouvelles tendances, afin de mieux répondre aux besoins de la clientèle. Dans ce cadre, les régions de montagnes pourraient, par exemple, se positionner en tant que destinations spécialisées dans les séjours de santé. Cette offre répondrait à la fois au vieillissement de la population et à l'intérêt grandissant pour une meilleure hygiène de vie. D'autre part, les régions de montagnes doivent s'écarter du « tout hiver », afin de mieux tirer parti des autres saisons (printemps et d'automne). Car ces périodes possèdent aussi leurs propres charmes (temps du renouveau ou des récoltes, transformation de la nature, etc.). D'autre part, il est aussi possible de se diversifier, en valorisant certaines particularités culturelles et culinaires locales encore peu exploitées. Du côté de l'innovation, les technologies digitales permettent à la fois de faciliter la vie des touristes, tout en valorisant les offres existantes. Plusieurs instruments fédéraux, comme Innoutour et Innosuisse, ont notamment été conçus afin de soutenir certains projets touristiques. Enfin, la coopération constitue, pour les petites structures touristiques, un moyen efficace d'améliorer leur rentabilité et leur visibilité. Le SAB l'a d'ailleurs démontré, dans le cadre d'un projet réalisé dans le Val d'Illicez (voir : [www.sab.ch](http://www.sab.ch) – Prestations – Développement régional).

### RIASSUNTO

#### Delle piste per rilanciare il turismo di montagna

Il turismo di montagna è in crisi ! Numerosi segni lo dimostrano : degli alberghi vengono messi in vendita, numerose residenze secondarie restano vuote per la gran parte dell'anno, delle società di impianti di risalita vengono acquistate da ricchi oligarchi stranieri ... – Nello stesso tempo, i centri urbani sperimentano un aumento della presenza di turisti.

Tuttavia esistono delle soluzioni, per invertire questa tendenza. A livello d'offerta, conviene identificare le nuove tendenze, per rispondere meglio ai bisogni della clientela. In questo contesto, le regioni di montagna potrebbero per esempio, posizionarsi come destinazioni specializzate nei soggiorni per la salute. Quest'offerta risponderebbe sia all'invecchiamento della popolazione che all'interesse in aumento per una migliore igiene di vita. D'altra parte, le regioni di montagna devono allontanarsi dal concetto di « tutto l'inverno », per trarre maggiori vantaggi dalle altre stagioni (primavera e autunno). Perché anche questi periodi possiedono il loro fascino (periodi di fioriture e di raccolti, cambiamenti nella natura, ecc.). D'altra parte, è anche possibile distinguersi, valorizzando alcune particolarità culturali e culinarie locali, poco sfruttate sino a oggi. Dal lato dell'innovazione, le tecnologie digitali, permettono sia di facilitare la vita dei turisti, che di valorizzare nello stesso momento le offerte esistenti. Diversi strumenti federali, come Innoutour e Innosuisse, sono stati concepiti in maniera particolare per sostenere alcuni progetti turistici. Infine, la cooperazione rappresenta, per le piccole strutture turistiche, un mezzo efficace per migliorare la propria redditività e la loro visibilità. Il SAB l'ha d'altra parte già dimostrato, nell'ambito di un progetto realizzato nella Val d'Illicez (si veda : [www.sab.ch](http://www.sab.ch) – Prestazioni – Sviluppo regionale).