



VEREINIGUNG
BERNER
WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLER
POSTFACH 8614
3001 BERN
WWW.VBW.CH

Anlassbericht - 34. Mitgliederversammlung

„Tourismus: Fluch oder Segen?“ ist das Thema der VBW-Anlässe des Jahres 2011. Zum Auftakt gab uns Prof. Hansruedi Müller einen breiten Überblick über wichtige Entwicklungen im schweizerischen und im internationalen Tourismus, sowie zahlreiche Tipps um im zunehmenden Konkurrenzkampf bestehen zu können.

Das Thema der VBW-Anlässe 2011 lautet: „Tourismus: Fluch oder Segen?“ Kaum jemand wäre besser geeignet gewesen für das Eröffnungsreferat dieser Reihe als Prof. Dr. Hansruedi Müller. Seit 1989 leitet er das Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern. Er ist ein profunder Kenner des Tourismus in der Schweiz und im Ausland und er konnte für seine Ausführungen aus dem Vollen schöpfen.

Nach einer Definition der Begriffe „Tourismus“ und „Tourismuswirtschaft“ ging Prof. Müller auf die internationalen Entwicklungen ein. Der Tourismus hat seit 1950 weltweit enorm zugenommen und auch das bis 2020 prognostizierte Wachstum dürfte kräftig ausfallen. Europa kann jedoch nur mit etwa halb so hohen Wachstumsraten (ca. 3%) rechnen wie z.B. Asien, der Mittlere Osten oder Afrika.

Die Schweiz ist zwar eine klassische Tourismus-Destination. Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus wird aber meist überschätzt: nur rund 3% der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung entfallen auf ihn.

Weltweit herrscht ein Überangebot im Tourismus, welches sich noch verstärken wird. Die Reisenden werden die Nutzniesser davon sein. Die Anbieter hingegen werden sich einem noch grösseren Konkurrenzdruck ausgesetzt sehen als heute schon. Ausserdem sind sie mit grundlegenden Veränderungen konfrontiert. Prof. Müller erwähnte u.a.:

- Globalisierung: Sehr schnell können neue Destinationen aus dem Nichts entstehen, wie z.B. Dubai.
- Klimaänderung: Schneekanonen müssen in den Skigebieten immer häufiger eingesetzt werden.
- Technologische Entwicklungen.
- Finanz- und Wirtschaftskrisen.

Auch das Reiseverhalten ändert sich: Die Kunden wollen individueller, spontaner, häufiger, kürzer, billiger, bequemer, sicherer, exotischer, erlebnisreicher, erholsamer reisen.

Für den Anbieter stellt sich die Frage, wie er mit den Veränderungen umgehen soll. Prof. Müller empfiehlt, sich das folgende chinesische Sprichwort zur Maxime zu machen:

„Wer den Wind der Veränderung spürt, sollte nicht Windwälle bauen, sondern Windmühlen.“

„Windmühlen“ müsste in diesem Zusammenhange übersetzt werden mit „Innovationen“. Gerade die Schweizer Tourismusanbieter wären wegen ihrer Kostennachteile dringend auf neue, kreative Ideen angewiesen. Leider zeigen aber verschiedene Statistiken, dass der Schweizer Tourismus, verglichen mit anderen Branchen, nur schwach innovativ ist. Was könnte getan werden? Die folgenden Hinweise von Prof. Müller könnten hilfreich sein:

- Innovationen müssen nicht zwangsläufig beim Produkt ansetzen; auch Verfahrens- und Sozialinnovationen können den Erfolg bringen.
- Innovationen sind zwar ein „Must“. Es müssen aber auch die Grenzen beachtet werden, welche in der Akzeptanz durch die Gäste liegen: Neben Innovationsfreaks und Innovationsoptimisten gibt es auch Innovationsnachzügler und Innovationsresistente. Insbesondere die im Tourismus so wichtigen Stammgäste sind oft konservativ.

- Um eine nachhaltige Entwicklung in Gang zu setzen, müssen wir partizipativer, kooperativer, vernetzter, qualitativ besser, umweltverträglicher und erlebnisreicher werden.
- Zur besonders wichtigen Umweltverträglichkeit mahnte einst Hans Magnus Enzensberger: „Touristen zerstören, was sie suchen, indem sie es finden“...
- Das grösste Potenzial liegt nach Prof. Müller in der Schaffung von Erlebnisqualität, denn „Erlebnis-Inszenierung ist die Kunst, auf den Bauch zu zielen und die Brieftasche zu treffen.“ Zur Illustration seiner These projizierte der Referent eine Reihe von Fotos mit guten und schlechten Beispielen, welche unmittelbar einleuchteten. Es zeigte sich wieder einmal: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!