

Neue Impulse für die Zukunft des Wanderns

Rund 120 Experten aus den Bereichen Tourismus, Wanderwegplanung und Umwelt diskutierten in Gstaad neue Strategien, die das Wandern in der Schweiz sowohl nachhaltiger als auch erlebnisreicher gestalten.



Organisatoren und Team des Schweizer Wandergipfels mit Flurin Riedi, Tourismusdirektor/CEO, Gstaad Saanenland Tourismus (links), und Michael Roschi, Geschäftsleiter, Verband Schweizer Wanderwege (am Mikrophon).

Bild: Verein Schweizer Wandergipfel

Der diesjährige Schweizer Wandergipfel stellte die Wertschöpfung des Wanderns als einen der zentralen Diskussionspunkte in den Fokus. Dabei ging es nicht nur darum, wie Wanderwege wirtschaftlich optimal genutzt werden können, sondern auch, wie die konkrete Umsetzung vor Ort die regionale Wertschöpfung steigern kann. Durch gezielte Kundensegmentierung und thematische Differenzierung, etwa durch Angebote, die lokale Besonderheiten hervorheben, wurde lebhaft diskutiert, wie der Wandertourismus gleichzeitig attraktiver und profitabler gestaltet werden kann.

Wandern als Wirtschaftsfaktor

Der Frage, wie Wanderwege sowohl wirtschaftlich effizient als auch als ansprechendes Erlebnis für die Wandernden gestaltet werden können, ging Bruno Bisig nach. Der Geschäftsführer von Kontiki Reisen, betonte: «Die letzte Meile ist die schwierigste in der Kommunikation. Das Marketing kann hervorragend sein, aber wenn der Gast vor Ort nicht richtig abgeholt wird, geht viel Potenzial in der Wertschöpfung verloren.» Er hob hervor, dass Wanderziele nicht nur als Wandergebiete, sondern auch thematisch – etwa mit Bezug auf regionale Spezialitäten oder historische und kulturelle Bezüge – positioniert werden sollten, um die Aufenthaltsqualität zu steigern. Zudem wies Bisig darauf hin, dass mehr Angebot nicht zwangsläufig mehr Marge bringt, sondern Qualität.

Dr. Monika Bandi Tanner, Leiterin der Forschungsstelle Tourismus (CRED-T) an der Universität Bern und Mitglied des Verwaltungsrats der Bergbahnen Destination Gstaad AG, verdeutlichte, dass die wirtschaftliche Bedeutung des Wanderns oft unterschätzt wird. Besucherfrequenzen allein seien nicht der ausschlaggebende Stressfaktor für eine Destination, erklärte Bandi Tanner. Viel entscheidender sei das Verhalten der Gäste, die lokalen Ressourcen, um Gäste zu empfangen, sowie die Frage, in welchem Ausmass lokale Unternehmen tatsächlich von dieser Entwicklung profitieren können. Die Zukunft des Schweizer Wandertourismus müsse daher vermehrt auf lokale Strategien und gemeinsame Wertschöpfung setzen, um langfristig erfolgreich zu sein.

Dr. David Bosshart, ehemaliger CEO des Gottlieb Duttweiler Instituts, beschäftigte sich mit den komplexen Herausforderungen, die der Klimawandel und die Digitalisierung für den Wandertourismus in der Schweiz mit sich bringen. Er betonte, dass echte Nachhaltigkeit in der Tourismusbranche nur dann erreicht werden kann, wenn man mit «Hand, Herz und Hirn» agiert. Dabei gehe es darum auch in enger Zusammenarbeit mit den Menschen vor Ort zu handeln. «Der zukünftige Berg- und Wandertourismus wird stark von Nachhaltigkeit geprägt sein, wobei das Prinzip «local first» im Mittelpunkt steht. Wandern ist ein «state of mind», so Bosshart.

Der nächste Schweizer Wandergipfel findet 2026 statt. (mm)

Publiziert am Dienstag, 24. September 2024

<https://www.htr.ch/story/neue-impulse-fuer-die-zukunft-des-wanderns-41220>