

Medienmitteilung

Nachhaltigkeit als Trumpf auf dem langen Weg zurück

Die Logiernächtezahlen 2020, insbesondere die damit einhergehenden Umsatzentwicklungen, malen ein düsteres Bild für die Beherbergungsbranche. Durch die schleppende Wintersaison spitzt sich die Situation auch in der Berg- und Ferienhotellerie zu. Mit «Swisstainable» stellt Schweiz Tourismus ein Instrument vor, um der Destination Schweiz unter dem Aspekt Nachhaltigkeit eine geschärfte Positionierung nach der Krise zu ermöglichen. Ein vielversprechender Ansatz, wenn auch die Rahmenbedingungen dazu gegeben sind. Entsprechende Leitlinien liefert der kürzlich veröffentlichte Nachhaltigkeitskompass von HotellerieSuisse.

Ein Blick auf das Jahr 2020 zeigt, dass sich die Schweizer Beherbergungsbranche den Umständen stellt und die Herausforderungen annimmt. Während in Berg- und Feriendestinationen mit klaren und erfolgreichen Schutzkonzepten, intelligenten Teststrategien und viel Engagement sichere Freizeiterlebnisse für grösstenteils Schweizer Gäste ermöglicht werden, helfen im Seminar- und Kongressbereich sowie in städtischen Gebieten auch kreative Ideen nicht, um die Ausfälle zu kompensieren. Neben der negativen Entwicklung der Logiernächte findet beim Gast auch zunehmend ein Umdenken statt. Der Ruf nach Authentizität, Naturnähe und umsichtigem Konsum wird in allen Segmenten zunehmend spürbar.

Hotellerie ist bereit ihren Teil zur nachhaltigen Destination Schweiz beizutragen

Mit «Swisstainable» lanciert Schweiz Tourismus ein umfassendes Paket, um die Schweiz als Destination am Puls des Zeitgeistes zu positionieren und die Leistungserbringer gleichermaßen zu nachhaltigem Handeln zu befähigen. Entscheidend für den Erfolg ist, dass sämtliche Leistungserbringer koordiniert an einem Strang ziehen. Das Vorgehen wird daher von HotellerieSuisse begrüsst und tatkräftig unterstützt. Präsident Andreas Züllig präzisiert: «Nachhaltigkeit im Hotelbetrieb bedeutet nicht bloss eine Reduktion von Foodwaste, sondern eine Ausrichtung der gesamten Wertschöpfungs- und Kundenerlebniskette inklusive der Marketingkommunikation». Nach der Krise wird eine entsprechende Positionierung dazu beitragen, Schweizer Gäste zu erhalten und weitere Gästegruppen dazuzugewinnen – im Leisure wie auch im Business-Segment.

Rahmenbedingungen müssen nachhaltige Profitabilität ermöglichen

Als margenschwache Branche ist die Beherbergung darauf angewiesen, dass ein umfassendes Nachhaltigkeitsverständnis und eine entsprechende Wirtschaftlichkeit Hand in Hand gehen. Denn die Schwierigkeiten im Umgang mit Zielkonflikten nehmen laufend zu, so beispielsweise bei ökologischen Fragen gegenüber Finanzierungs- und Kostenaspekten. Im Sinne des Drei-Dimensionen-Konzepts sind ökologische und soziale Aspekte angemessen zu berücksichtigen, wobei die Massnahmen zur Anpassung für Branchen und Betriebe sowie Gesellschaft und Staat wirtschaftlich tragbar sein müssen.

HotellerieSuisse nimmt angesichts dieser komplexen Ausgangslage eine Auslegeordnung zur Nachhaltigkeit aus Sicht der Beherbergungsbranche vor. Der kürzlich publizierte Nachhaltigkeitskompass beinhaltet ein Bekenntnis zur nachhaltigen Branchenentwicklung, zeigt den Umgang mit Zielkonflikten auf und definiert Empfehlungen zu politischen Geschäften entlang der drei Nachhaltigkeitsdimensionen. Daraus resultieren unter anderem klare Ziele wie die Erreichung von Netto-Null-Emissionen bis 2050 oder Forderungen nach branchenspezifischen Fördermassnahmen bei energetischen Sanierungen. Der gesamte [Nachhaltigkeitskompass von HotellerieSuisse kann hier eingesehen werden](#).

Massive Umsatzeinbrüche und zögerliche Wintersaison erschweren Ausgangslage

Wirtschaftliche Gesundheit ist eine Grundvoraussetzung um gezielt in eine nachhaltige Entwicklung der Branche investieren zu können. Die Corona-Pandemie hinterlässt diesbezüglich markante Spuren. So sind die Umsätze in den Städten im Jahr 2020 um knapp 70 Prozent eingebrochen. Eine Erholung ist kaum in Sicht. Auch alpine Regionen haben im Durchschnitt Umsatzverluste von 20 Prozent zu verzeichnen. Alleine bei den Logement-Umsätzen, verzeichnet die Schweizer Hotellerie gesamthaft einen Verlust von zwei Milliarden Franken (-40 Prozent) im Vergleich zum Vorjahr. Rechnet man Restauration und Nebenleistungen dazu, ergibt sich für das Jahr 2020 ein Umsatzverlust von mindestens 3.4 Milliarden Franken, wie die neusten Berechnungen von HotellerieSuisse zeigen.

Damit die Branche weiterhin ihre wichtigen Funktionen in der Schaffung von Wertschöpfung und Arbeitsplätzen für ganze Regionen wahrnehmen kann, braucht es weiter spezifische Unterstützung und klare Perspektiven für eine attraktive Positionierung der Schweiz als sichere Ferien-, Kongress- und Seminardestination im In- und Ausland. Erst auf dieser Basis kann die Beherbergungsbranche auch ihre Rolle im Rahmen einer nachhaltig positionierten Schweiz zielführend einnehmen.

Medienkontakt

HotellerieSuisse, Media Relations, 031 370 41 40, media@hotelleriesuisse.ch

Beilagen / Verlinkungen

- [Nachhaltigkeitskompass HotellerieSuisse](#)
- [Forderungen im Zuge der Corona-Pandemie von HotellerieSuisse](#)
- [Grafiken Umsatzentwicklung Hotellerie 2020](#)