

Schweiz Tourismus.



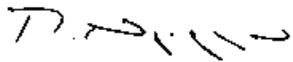
Strategie für eine nachhaltige  
Entwicklung des Reiselandes Schweiz

# Aufbruch in eine neue Ära.

Wir leben im Zeitalter der Nachhaltigkeit und die Pandemie hat den Wunsch nach Authentizität, Naturnähe und umsichtigem Konsum noch verstärkt. Keine Destination steht wie die Schweiz für diesen Zeitgeist. Seit jeher achten wir darauf, die Bedürfnisse unserer Gäste, der lokalen Bevölkerung und der Umwelt in ein harmonisches Gleichgewicht zu bringen.

Diese Haltung wollen und werden wir in Zukunft stärken und auch unseren Gästen vermitteln. Dazu haben wir mit der Nachhaltigkeitsstrategie Swisstainable gemeinsam mit der gesamten Schweizer Tourismusbranche eine wirkungsvolle Bewegung gestartet.

Mit Swisstainable gehen wir den wichtigen Schritt, der den Erfolg der Destination Schweiz langfristig sichert und das Reiseland Schweiz zur nachhaltigsten Destination weltweit machen soll.



**Martin Nydegger**  
Direktor Schweiz Tourismus



**Viviane Grobet**  
Leiterin Business Development  
Schweiz Tourismus



# Wo wir heute stehen.

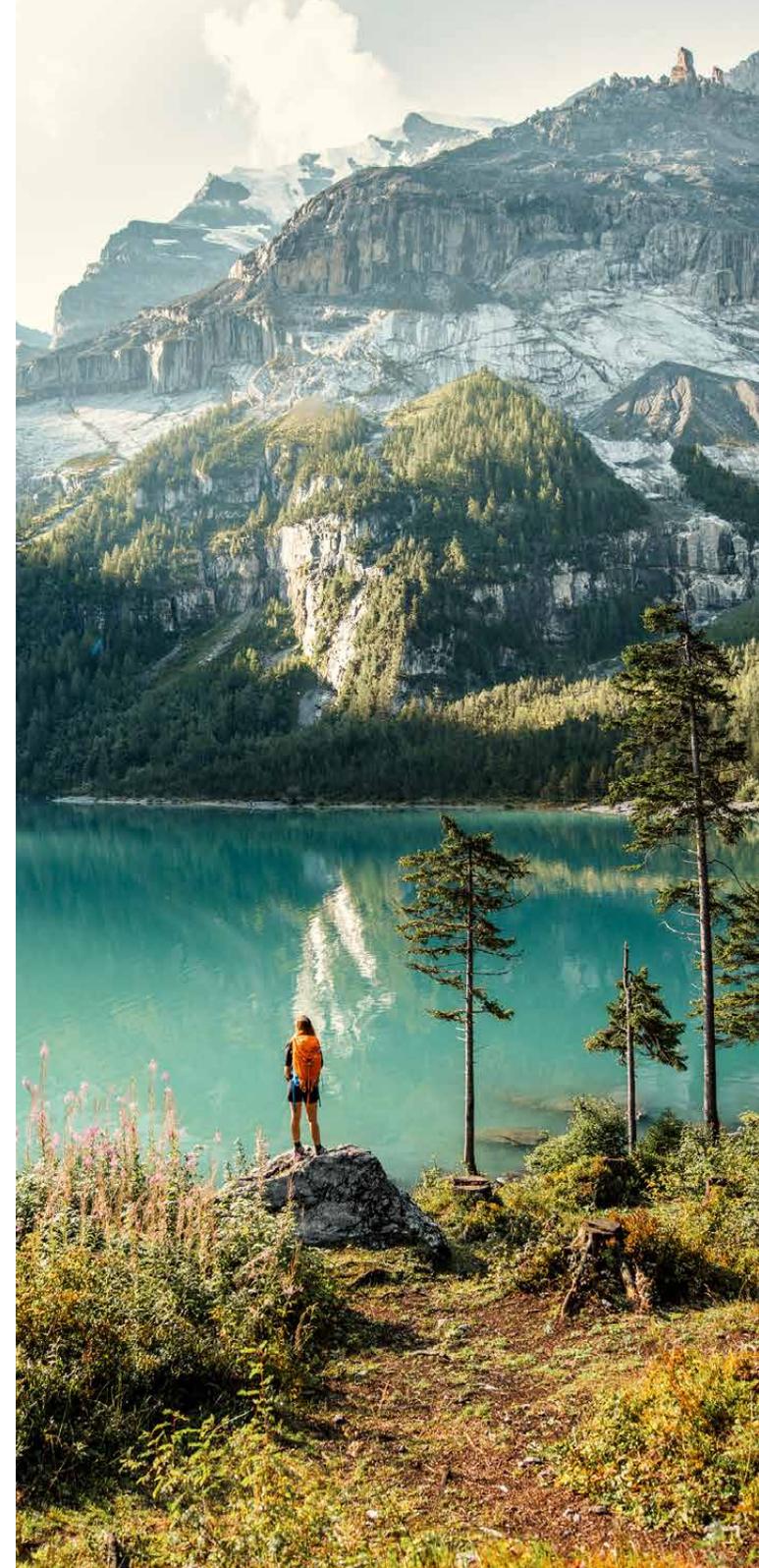
Nachhaltigkeit ist kein Nischenthema mehr, es ist im Mainstream angekommen. Wirtschaft, Politik, Konsumentinnen und Konsumenten haben verstanden, dass in Zukunft alle gemeinsam daran arbeiten müssen, verantwortungsvoll mit Ressourcen umzugehen. Die Vereinten Nationen haben dazu mit den Sustainable Development Goals 17 übergeordnete globale Ziele für die Nachhaltigkeitsentwicklung verabschiedet.

Der Schweizer Bundesrat hat sich für eine klimaneutrale Schweiz bis 2050 verpflichtet und der Nachhaltigkeit in der neuen Tourismusstrategie eine zentrale Bedeutung zugemessen. Deshalb und weil eine konsequent gelebte Positionierung im Nachhaltigkeitsbereich perfekt zum Reiseland Schweiz passt, ist sie für unsere Strategie 2023–2025 ein Schlüsselthema.

Es gibt zahlreiche touristische Anbieter, die sich bereits heute für eine nachhaltige Entwicklung engagieren. Für unsere Gäste ist es allerdings schwierig, die Nachhaltigkeit der verschiedenen Angebote zu beurteilen. Mit Swisstainable schaffen wir hier eine klare Orientierung. Darüber hinaus etablieren wir gemeinsam mit den touristischen Branchenverbänden eine Bewegung und motivieren Leistungsträger, sich für eine nachhaltigere Entwicklung des Reiselands Schweiz einzusetzen.

Die ursprüngliche Natur der Schweiz ist eines der Hauptreisemotive unserer Gäste. Gleichzeitig hat der Tourismus deutliche Auswirkungen auf diese Ressourcen. Den Tourismus zu verurteilen, wäre falsch, denn die positiven wirtschaftlichen Effekte und der wertvolle interkulturelle Austausch sind essenziell. Gerade deswegen müssen wir respektvoll mit unseren Ressourcen umgehen und das Reiseland Schweiz nachhaltig weiterentwickeln.

Massnahmen für einen nachhaltigeren Flugverkehr werden von der Luftfahrtbranche engagiert vorangetrieben. Mit Swisstainable konzentrieren wir uns auf die Anstrengungen vor Ort, im Reiseland Schweiz, weil wir hier die grösste Wirkung entfalten können.



# Ohne Nachhaltigkeit keine Zukunft.

Wohin die nächste Reise geht, wird künftig stärker von der Nachhaltigkeit des Angebots beeinflusst. Ausserdem rechtfertigt die Nachhaltigkeit ein höheres Preisniveau.

Eine aktuelle Studie zeigt: Für viele Reisende weltweit stehen die Auswirkungen ihrer Reisen ganz oben auf ihrer Prioritätenliste. Über 70 % äusserten den Wunsch, in den kommenden zwölf Monaten nachhaltiger zu reisen: Tatsächlich sagten 70 % der Befragten, dass sie sich eher für eine nachhaltige Unterkunft entscheiden würden – unabhängig davon, ob sie speziell nach einer solchen gesucht haben oder nicht.\*

Der Fokus auf Nachhaltigkeit ist also auch aus Perspektive der Gäste nötig und bringt viele angenehme Nebenwirkungen mit sich. So strahlt das Thema positiv auf das Preisempfinden und die Qualitätswahrnehmung unserer Gäste aus: Eine Befragung von Schweiz Tourismus zeigt, dass sie Nachhaltigkeit mit hoher Qualität assoziieren. Sie gehen folglich von höheren Preisen aus und sind auch bereit, sie zu zahlen.\*\*

\* Quelle: Studie von booking.com, 2022

\*\* Quelle: Gästebefragung Tourismus Monitor Schweiz (TMS) von Schweiz Tourismus (ST), 2019



# Vom «Hidden Champion» zum Nachhaltigkeitsleader.

Nachhaltigkeit assoziieren unsere Gäste mit öffentlichem Verkehr, Natur, Umweltfreundlichkeit, Wandern und regionalen Produkten.\* Diese Themen entsprechen in hohem Mass unseren touristischen Stärken, denn Nachhaltigkeit ist Teil unserer DNA.

Nachhaltigkeit prägt die Schweiz schon seit Jahrzehnten. Sei es die intensive Nutzung der Wasserkraft, das hohe Umweltbewusstsein der Bevölkerung oder der frühe und flächendeckende Ausbau des öffentlichen Verkehrs, der verdeutlicht, wie Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus aussieht: für die regionale Bevölkerung gebaut, von Gästen aus aller Welt genutzt.

1

Die Schweiz ist die Nummer 1 des Travel & Tourism Development Index im Bereich «Enabling Environment» und «Infrastructure». \*\*

Unser Land ist auch bei vielen weiteren Nachhaltigkeitsrankings ganz vorne mit dabei. Aber was Studien klar belegen, ist bei den Gästen noch nicht ganz angekommen. Sie assoziieren die Schweiz nur selten mit Nachhaltigkeit. Dies zeigt beispielsweise eine Studie, die wir im Markt Benelux durchgeführt haben: Nur 15 % sehen einen Bezug zwischen Schweiz und Nachhaltigkeit.\*\*\*

Das wollen wir ändern.

## Mobilität

Auf dem über 3000 Kilometer langen Netz der SBB sind täglich mehr als 11 000 Züge unterwegs. So gut wie jeder Ort der Schweiz ist mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar und die SBB verkaufen jährlich weit über drei Millionen Abonnemente.

## Wasser

Die Schweiz ist mit 1500 Seen das Wasserschloss Europas und die Quelle vieler Flüsse, darunter des Rheins. Bei uns kann man sogar mitten in Städten schwimmen – das ist einzigartig. Sauberkeit und Schutz haben bei uns höchste Priorität. Weltweit belegt die Schweiz beispielsweise Platz 8 für ihre Bemühungen, die Bedrohungen für aquatische Ökosysteme zu verringern (EPI, 2022).

## Naturschutz

In der Schweiz machen insgesamt 20 Pärke mehr als einen Achtel der Landesfläche aus. Weiter sorgt das Waldgesetz seit 125 Jahren dafür, dass die Schweiz zu 31 % bewaldet ist – Tendenz steigend.

## Luft

Die Schweiz ist seit jeher für ihr gesundes Klima und ihre saubere Luft bekannt. Beispielsweise reisten bereits 1853 die ersten Gäste in die Davoser Bergwelt, um vom gesundheitsfördernden Klima zu profitieren. Heute sorgen strenge Luftreinhaltvorschriften dafür, dass sich unsere Luftqualität seit 1980 stetig verbessert hat – trotz doppelt so vielen Personenwagen wie 1980.

## Lebensmittel

Die Schweiz hat den weltweit höchsten Pro-Kopf-Verbrauch an Bio-Produkten (2021). Zudem führen Schweizer Detailhändler seit Jahren internationale Nachhaltigkeitsrankings an. So wurde die Migros im Jahr 2022 beispielsweise zur nachhaltigsten Detailhändlerin der Welt gekürt (ISS ESG Corporate Rating).

## Recycling

Die Schweiz gehört zu den weltweit führenden Ländern im Bereich Recycling und Abfallbewirtschaftung. Fast 90 % der PET-Flaschen finden eine neue Verwendung.

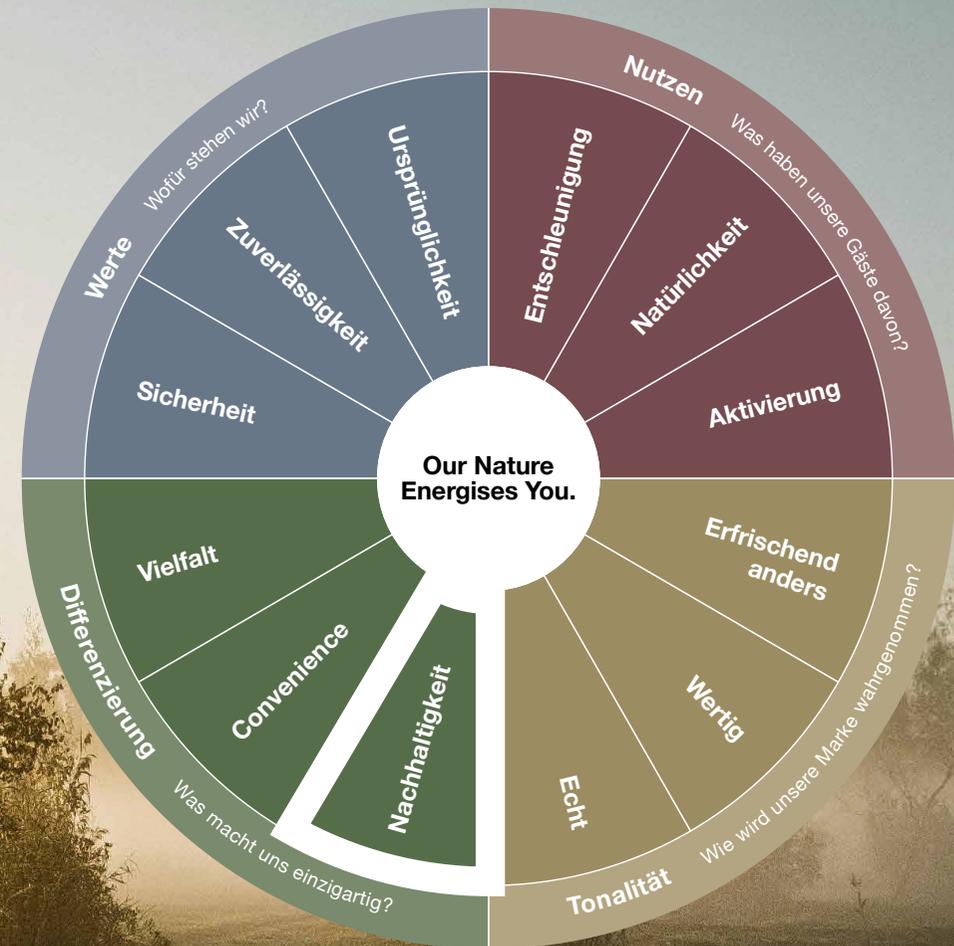
\* Quelle: TMS-Gästebefragung von ST, 2019

\*\* Quelle: Travel & Tourism Development Index 2021 des World Economic Forum (WEF)

\*\*\* Quelle: Conscious Travel Project ST, 2019

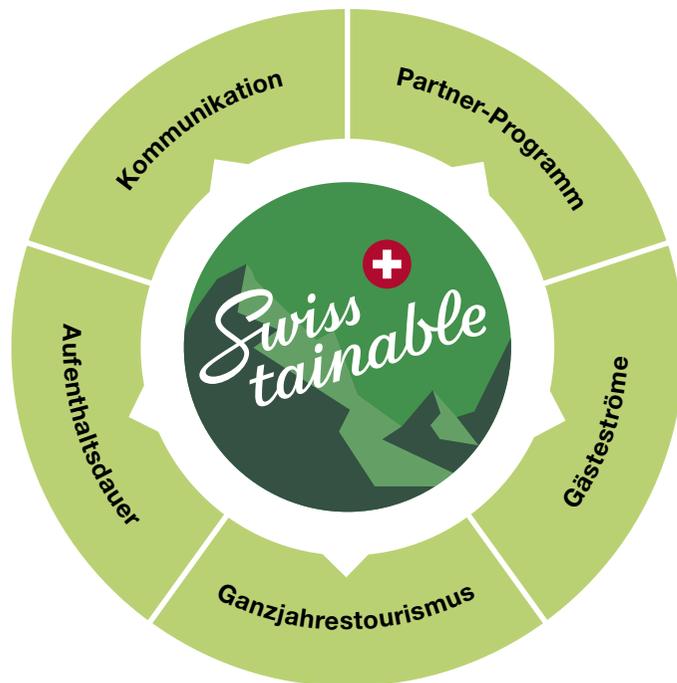
# Das Reiseland Schweiz differenziert sich über Nachhaltigkeit.

Wir wollen unsere Stärken nutzen, um uns klar im Wettbewerb zu differenzieren. Unser Markenversprechen «Our Nature Energises You.» verlangt nach einem konsequenten Fokus auf Nachhaltigkeit. Wir bieten den Gästen unverfälschte und reiche Natürlichkeit und leben diese mit unseren Werten Ursprünglichkeit, Zuverlässigkeit und Sicherheit.



# Unsere Strategie für einen nachhaltigen Tourismus.

Neben dem Programm und der Kommunikation Swisustainable setzt sich Schweiz Tourismus (ST) auch für ausbalancierte Gästeströme, einen Ganzjahrestourismus und eine längere Aufenthaltsdauer ein.



## Ausbalancierte Gästeströme

Dank dem vielseitigen Angebot verteilen sich die Gästeströme in der Schweiz räumlich besser im Vergleich zum Ausland. Dennoch braucht es weitere Akzente. Um Kapazitätsengpässe zu reduzieren, stellt ST Informationen und Prognosen zum Gästeaufkommen und Alternativvorschläge zur Verfügung. Touring-Erlebnisse (Grand Tour of Switzerland, Grand Train Tour of Switzerland) oder die Porträts «Verliebt in schöne Orte» sind für eine räumliche Verteilung ebenfalls vorteilhaft.

## Ganzjahrestourismus

Die einzelnen Monate sind aktuell noch zu unterschiedlich ausgelastet. Ein nachhaltiges Tourismuskonzept strebt nach einer zeitlichen Diversifikation. Dies fördert ST einerseits mit einem diversen Märkteportfolio. Die Hauptreisezeit von Gästen aus Indien ist beispielsweise im Mai und von Gästen aus China im September. Ausserdem bewirbt ST den Herbst als wachsende und attraktive (Neben-)Saison. Der von ST geförderte Geschäftstourismus, der Gesundheitstourismus und Destination Weddings sind praktisch alle ausserhalb der Hochsaison angesiedelt.

## Längere Aufenthaltsdauer

«Weniger oft, dafür länger» ist das neue «öfter und kürzer». Die steigenden Mobilitätspreise befeuern diesen Trend zusätzlich. Im internationalen statistischen Vergleich steht die Schweiz mit durchschnittlich zwei Nächten pro Hotel im Mittelfeld. Die Messbarkeit stellt jedoch eine Herausforderung dar, weil nicht der Aufenthalt pro Reise, sondern pro Hotel erfasst wird. ST setzt sich deshalb zum Ziel, eine aussagekräftigere Messmethode zu entwickeln. Für die Verlängerung der Aufenthaltsdauer sprechen zahlreiche gute Gründe. Die fünf wichtigsten lassen sich wie folgt zusammenfassen.

**Fünffache Hebelwirkung der Aufenthaltsverlängerung**  
Für die Jahre 2023–2025 werden ein Konzept sowie konkrete Massnahmen ausgearbeitet, um die Aufenthaltsdauer der Gäste zu verlängern.

### Effizienter

Mit dem gleichen Marketingfranken-Einsatz lässt sich mehr bewirken.

### Günstiger

Im Schnitt fallen die Reisekosten mit jedem zusätzlichen Tag tiefer aus.

### Erlebnisreicher

Dem Gast bleibt mehr Zeit zum tiefen Eintauchen in die Schweiz.

### Ökologischer

Der Fussabdruck verteilt sich auf mehrere Tage und die Anzahl Anreisen reduzieren sich.

### Lukrativer

Jeder zusätzliche Tag bedeutet mehr Wertschöpfung für die Leistungsträger.

# Nachhaltigkeit als Bereicherung.

Nachhaltiges Reisen bedeutet keinen Verzicht, sondern bewusster und genussvoller zu reisen. Dafür sprechen wir unseren Gästen Empfehlungen aus:

1. Die Natur nah und ursprünglich geniessen
2. Die lokale Kultur authentisch erleben
3. Regional konsumieren
4. Länger bleiben und tiefer eintauchen

Was unsere Gäste in der Schweiz erleben wollen – wandern, Ski fahren, Berge erklimmen, Städte erkunden etc. –, steht nicht im Konflikt zur Nachhaltigkeit. Denn nachhaltig reisen bedeutet immer, «näher dran» zu sein und damit Land und Leute, Kultur und Identität der Schweiz authentischer zu erleben. Sei es, dass die Gäste mit dem öffentlichen Verkehr unterwegs sind oder lokale Produkte bevorzugen.



# Wir engagieren uns umfassend für Nachhaltigkeit.

Nachhaltiger Tourismus soll alle einbeziehen. Gemeinsam mit sämtlichen touristischen Leistungsträgern wollen wir uns in den drei Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung engagieren:

## Umwelt

- Uns zu einem langfristigen Engagement für die Erhaltung und die umsichtige Nutzung der Natur bekennen
- Sensible Naturräume und Schutzgebiete respektieren sowie Beeinträchtigungen der Landschaft minimieren
- Abfall und Ressourcenverbrauch reduzieren sowie auf umweltschonende Mobilität setzen

## Gesellschaft

- Die regionale Kultur thematisieren, pflegen und fördern sowie den Austausch zwischen Gästen und lokaler Bevölkerung ermöglichen
- Auf spezifische Gästebedürfnisse wie beispielsweise Barrierefreiheit oder Familienfreundlichkeit eingehen
- Transparent über unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung informieren und unsere Gäste zu einem rücksichtsvollen Verhalten animieren

## Wirtschaft

- Lokale Produkte und Partnerschaften bevorzugen und dadurch regionale Kreisläufe stärken
- Attraktive Arbeitsplätze bieten und die Mitarbeitenden in die nachhaltige Weiterentwicklung unserer Angebote einbeziehen
- Nachhaltigkeitsbestrebungen in unserer Unternehmensstrategie verankern sowie Massnahmen definieren und zielstrebig umsetzen

**Nicht allein, sondern gemeinsam.**  
**Swisstainable integriert drei Anspruchsgruppen.**

### 1. Gäste

Unsere Gäste sollen die Nachhaltigkeit als Bereicherung wahrnehmen und sich selbst dafür aussprechen. Wir schaffen mit unserem Programm Orientierung und machen nachhaltige Produkte sichtbar. Weiter informieren wir unsere Gäste und geben ihnen wertvolle Reisetipps.

### 2. Tourismusbranche

Durchschlagende Kraft wird die Bewegung nur erhalten, wenn sich ihr die gesamte Tourismusbranche anschliesst. Wir schaffen eine branchenübergreifende Plattform und engagieren uns gemeinsam mit allen touristischen Branchenverbänden für ein stärkeres Miteinander, teilen Wissen und fördern die Vernetzung.

### 3. Schweiz Tourismus

Schweiz Tourismus stellt Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt: Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden reduzieren wir den Fussabdruck unserer Organisation, leben Nachhaltigkeit vor und vertreten damit eine klare gesellschaftliche Haltung.

# Swisstainable. Excellence in sustainability.

Durch die Verschmelzung der beiden Begriffe «Swiss» und «sustainable» signalisieren wir eine eigenständige und vor allem schweiztypische Nachhaltigkeitsstrategie.

**Unser Reiseziel: die nachhaltigste Destination der Welt.**

## Nachhaltigkeit Swiss made.

Im Rahmen unseres Programms Swisstainable sollen nachhaltige Leistungserbringer mit einem Signet ausgezeichnet werden und so als Vorbilder auftreten.

Mit dem Signet Swisstainable schaffen wir eine Visualisierung, die das Engagement für Nachhaltigkeit in unserer Branche verdichtet zum Ausdruck bringt. Das Signet lässt sich leicht in die Kommunikation aller Leistungsträgerinnen und -träger integrieren.



# Nicht austauschbar «sustainable», sondern einzigartig «Swisstainable».

Swisstainable soll einen schweiztypischen Kommunikationsstil entwickeln, der Nachhaltigkeit erfrischend vermittelt: nie als Beschränkung – immer als Bereicherung.

## Unsere Grundsätze für die Kommunikation:

### Begeistern statt überreden

Wir wecken die Freude am bewussten Umgang mit der Umwelt und überwinden das Vorurteil, dass verantwortungsvolles Reisen Komfortverlust bedeutet.

### Belohnen statt belehren

Wir kommunizieren positiv und inspirierend, um unseren Gästen zu zeigen, dass sie durch die Nutzung von nachhaltigen Angeboten ein tiefgreifendes Erlebnis haben.

### Menschen ins Zentrum setzen

Wir zeigen Menschen, die sich täglich für einen respektvollen Umgang mit der Umwelt engagieren, und geben so unserer Kommunikation ein Gesicht.

### Auf Natur und Regionalität fokussieren

Wir kommunizieren verstärkt über diese Themen, da sie konkret erlebbare Hauptreisemotive unserer Gäste sind.

# Ein Nachhaltigkeitsprogramm für alle.

Gäste, die nachhaltige Angebote suchen, sind im bestehenden Dschungel von Labels häufig verloren. Swisstainable will nicht eine neue Zertifizierung, sondern mehr Orientierung für unsere Gäste schaffen. Gleichzeitig möchten wir eine Bewegung ins Leben rufen, an der die gesamte Branche teilnehmen kann.

Als zentralen Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie haben wir daher in Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern und externen Experten ein Programm definiert. Dazu wurde ein Kriterienraster erarbeitet, nach dem Angebote inventarisiert und mit einem dreistufigen Signet

ausgezeichnet werden. Das Programm Swisstainable steht allen Betrieben des Schweizer Tourismus offen – egal ob bereits umfassende Nachhaltigkeitszertifizierungen vorliegen oder der Betrieb sich gerade erst auf den Weg macht.

## Enormer Nutzen für die Branche:

1. Positive wirtschaftliche Effekte durch die Ansprache von neuen Zielgruppen
2. Überprüfung und Weiterentwicklung der eigenen Nachhaltigkeit
3. Positionierung als verantwortungsvoller Betrieb
4. Steigerung der Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt
5. Nutzung des Signets Swisstainable zur Positionierung des Betriebs
6. Präsenz auf MySwitzerland.com
7. Integration in spezifische Swisstainable-Marketingaktivitäten
8. Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Reiselandes Schweiz

# Die drei Level des Programms Swisstainable.

Alle, die sich der Bewegung anschliessen und sich am Programm beteiligen, können das Signet Swisstainable nutzen. Je nach Voraussetzungen und Grad des Engagements haben wir das Programm in drei Level gegliedert.

Ab 2023 wird das Programm Swisstainable auch für ganze Destinationen zugänglich sein. Analog zum betrieblichen Basisprogramm entscheiden auch hier verschiedene Kriterien, auf welchem Level die jeweilige Destination eingestuft wird.

Mehr Informationen finden Sie auf:  
[www.stv-fst.ch/swisstainable](http://www.stv-fst.ch/swisstainable)



## Level I – committed

Das erste Level richtet sich an Betriebe ohne Zertifizierungen oder andere Nachhaltigkeitsnachweise, die sich zu einer nachhaltigen Unternehmensführung bekennen wollen und ihren Betrieb in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln möchten.

### Anforderungen

- Unterzeichnung des Commitments zu einer nachhaltigen Entwicklung
- Bestimmung einer bzw. eines Nachhaltigkeitsbeauftragten
- Durchführung eines Nachhaltigkeitschecks
- Definition von mindestens drei konkreten Massnahmen, die innerhalb der nächsten 24 Monate umgesetzt werden



## Level II – engaged

Auch das zweite Level setzt das Bekenntnis zu einer nachhaltigen Unternehmensführung und einer fortlaufenden Weiterentwicklung voraus. Zudem muss für dieses Level eine Zertifizierung oder ein anderer Nachweis in mindestens einem Nachhaltigkeitsbereich vorhanden sein.

### Zusätzliche Anforderung

- Bestehende externe Einzelnachweise von implementierten Massnahmen



## Level III – leading

Dieses Level ist für Betriebe konzipiert, die bereits eine umfassende und anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung besitzen. Berücksichtigt werden Zertifizierungen, die alle Dimensionen der Nachhaltigkeit abdecken und regelmässig extern überprüft werden.

### Zusätzliche Anforderung

- Dokumentation eines anerkannten Nachhaltigkeitsnachweises für Level III

# Mit voller Kommunikationskraft voraus.

Mit einer breit angelegten Kommunikationskampagne etablieren wir Swisstainable als zentrales Thema, wirkungsvoll inszeniert in allen Kontexten: Sommer, Herbst, Winter, Business Events und Städte.

## Den Gästenutzen im Zentrum.

Swisstainable wird mit einem positiven und inspirierenden Kommunikationsstil präsentiert, der Nachhaltigkeit erfrischend vermittelt. Schweiz Tourismus konzentriert sich dabei auf vier Themenfelder. Der Fokus liegt immer auf den nachhaltigen Erlebnissen und dem Gästenutzen.

Themenfelder	Mobilität	Wasser	Regionalität	Hospitality
Fokus	Öffentliche Verkehrsmittel	Städte	Food	Natürlichkeit
Gästenutzen	Die schönste, schnellste und bequemste Art der Fortbewegung	Wasser als wertvolle Ressource ist erlebbar und verfügbar	Authentische Food- und Gastronomie-Erlebnisse	Unterkünfte, die begeistern und neue Energie tanken lassen



# Wir messen unsere Wirkung.

In den nächsten Jahren wollen wir unsere Massnahmen und Aktivitäten an den folgenden Zielen messen.

## Gäste

- Das Image der Schweiz als nachhaltige Destination ist in jedem untersuchten Quellmarkt signifikant besser als das der direkten Konkurrenz.
- Realisation einer Leuchtturmidee pro Jahr, die Aufsehen erregt.
- Die Aufenthaltsdauer von Gästen soll erhöht und in Zukunft gemessen werden.

## Tourismusbranche

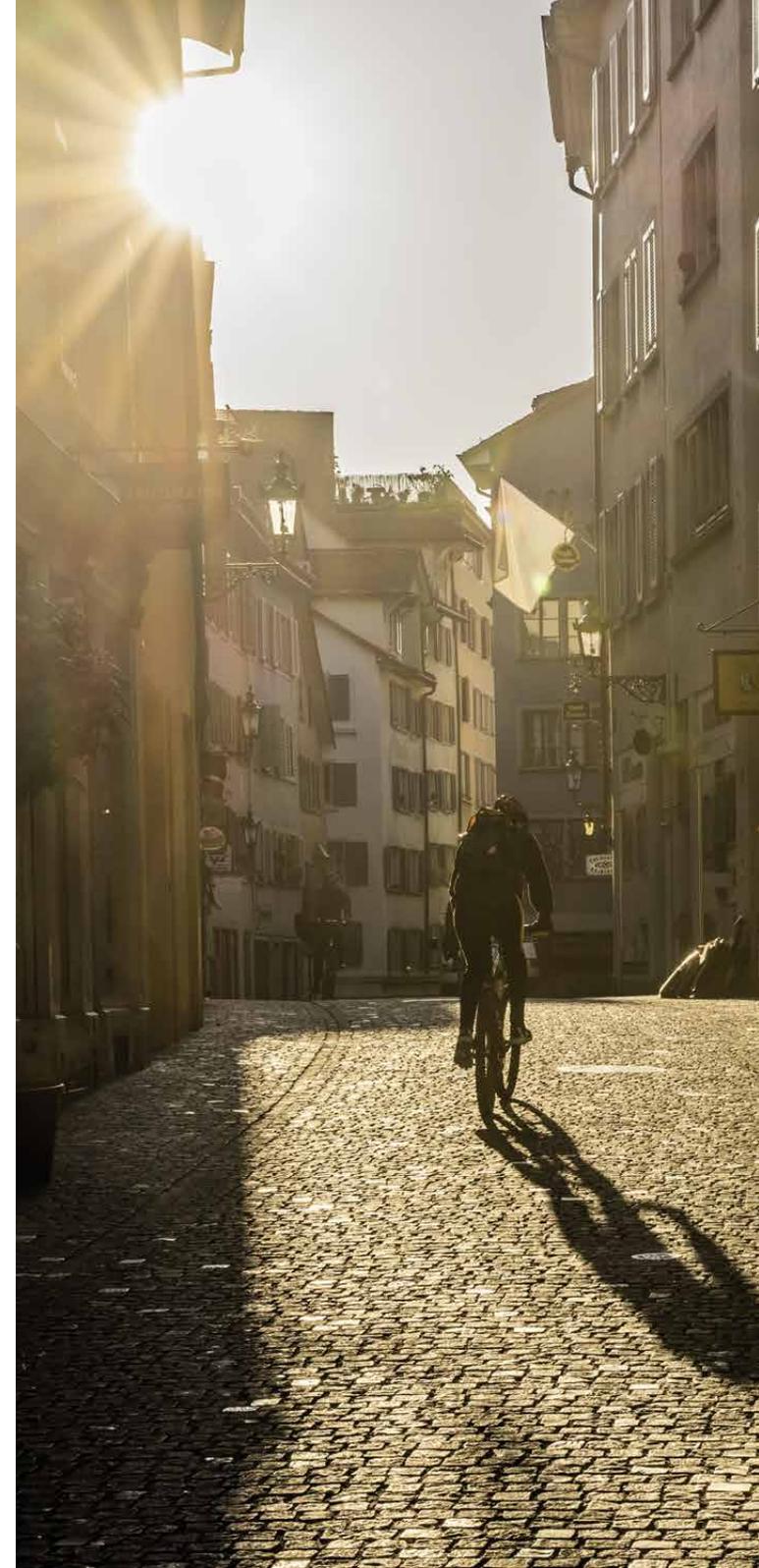
- Starke Teilnahme der touristischen Betriebe und Organisationen am Programm Swisstainable:
  - 1500 Betriebe und Organisationen bis Ende 2022 ✓
  - 2500 Betriebe und Organisationen bis Ende 2023 ✓
  - 4000 Betriebe und Organisationen bis Ende 2024
- Das Programm Swisstainable wird auf Destinationsebene weiterentwickelt und bietet ab 2023 auch Schweizer Destinationen im «Flächenverständnis» einen klaren Ansatz und gangbaren Weg für eine nachhaltige Entwicklung.

## Schweiz Tourismus

- Einführung einer betrieblichen und anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung, die ST als Absender des Programms Swisstainable für Level III – leading einstuft inkl. eines Verbesserungs- und Entwicklungsprogramms.
- Alle Mitarbeitenden werden im Bereich Nachhaltigkeit geschult und erhalten ein internes Zertifikat.
- Verminderung der Flugemissionen: Seit 2023 werden die Flugemissionen der ST-Mitarbeitenden durch eine Kombination aus Sustainable Aviation Fuel (SAF) und dem Kompensieren via Projekte von myclimate vermindert.

## Rankings

- Bei den wichtigsten internationalen Nachhaltigkeitsrankings erreicht die Schweiz die Top 3: z.B. Adventure Tourism Development Index (ATDI), Yale Environmental Performance Index (EPI), WEF Travel & Tourism Development Index (TTDI).



# Jetzt sind Sie dran!

Wie werden Sie Swisstainable? Melden Sie sich gleich an:

[www.stv-fst.ch/swisstainable](http://www.stv-fst.ch/swisstainable)

**Herausgeber**

Schweiz Tourismus  
Morgartenstrasse 5a  
CH-8004 Zürich  
swisstainable@switzerland.com

**Geschäftsstelle Swisstainable**

Schweizer Tourismus-Verband  
Finkenhubelweg 11  
CH-3012 Bern  
swisstainable@stv-fst.ch  
+41 31 307 47 48

