

u^b

b
**UNIVERSITÄT
BERN**

CRED
CENTER FOR REGIONAL
ECONOMIC DEVELOPMENT

FORSCHUNGSSTELLE
TOURISMUS

2020/21

Jahresbericht der Forschungsstelle Tourismus



Jahresbericht der Forschungsstelle Tourismus 2020/21

Übersicht

Vorwort	S. 4
Personelles	S. 6
Organisation	S. 7
Lehrtätigkeit	S. 8
Forschung und Dienstleistung	S. 13
Mitwirkung in Gremien	S. 21
Konferenzen	S. 21
Publikationen	S. 21
Dokumentation	S. 22
Gönnerschaft	S. 23
Fachbeitrag: Standortattraktivität	S. 25

Aus dem Homeoffice

Anfang Herbst 2020 war an der Universität, wie jedes Jahr, Semesterstart. Neue Studierende strömten in den Hörsaal unserer Vorlesung, der CAS startete mit 16 neuen Teilnehmenden und alle Teammitglieder kamen normal ins Büro. Nur noch Kleinigkeiten wie die Anwesenheitslisten in der Vorlesung erinnerten uns daran, dass wir ein Frühjahr geprägt von Homeoffice und Online-Lehre hinter uns hatten. Auf den ersten Blick schien alles wieder seinen normalen Gang zu gehen und alle fragten sich, was man nun aus dieser Krise für die Zukunft gelernt habe. Ich denke, niemand aus unserem Team hat erwartet, dass das Frühjahr 2020 erst der Anfang war, eine Probephase für das, was kommen sollte. Denn es kam der Oktober mit der erneuten Anweisung zu Online-Lehre und striktem Homeoffice.

Diese Arbeitsweise prägt die Forschungsstelle nun bereits seit einem halben Jahr und bringt sehr viele Herausforderungen mit sich, gerade weil wir sehr stark als Team zusammenarbeiten. So muss einerseits der Informationsfluss zwischen den Teammitgliedern gesichert werden, aber auch der soziale Austausch im Team darf nicht zu kurz kommen. Digitale Hilfsmittel ermöglichen die Kommunikation untereinander, aber erst der Einsatz und die Bereitschaft jedes einzelnen Teammitglieds führt dazu, dass gerade kreative Prozesse nicht unterbrochen werden. Wir haben das Glück, ein Team zu haben, in dem jedes Mitglied seinen persönlichen Beitrag leistet und die eine Meile mehr geht, die die aktuelle Situation erfordert. Dies gilt für diejenigen, die das ganze Jahr bei uns waren, wie auch für unsere beiden Hilfsassistenten, die nach ihrem Studium beide in dieser schwierigen Lage einen erfolgreichen Berufseinstieg geschafft haben. Es gilt aber insbesondere auch für unsere neuen Hilfsassistenten, die während der Pandemie bei uns gestartet haben und sich daher fast komplett online in unser Team integrieren mussten.

Während wir im Herbstsemester zu Beginn noch Präsenzveranstaltungen in der Lehre anbieten konnten, findet die Lehre im Frühlingsemester komplett online statt. Uns kam zu Gute, dass wir unabhängig von Corona unsere Vorlesung in einem «blended-learning»-Ansatz, einer Mischung aus Podcasts, Selbststudium und Vorlesungen durchführen und so nicht die ganze Vorlesung umstellen mussten. Die Interaktion mit den Studierenden konnte zwar über Umfragen und Chatfunktionen gefördert werden, nichts davon ist aber ein adäquater Ersatz für eine lebhaftige Diskussion im Hörsaal.

Auch unsere externen Partner aus der Tourismuswirtschaft, der Verwaltung oder dem akademischen Umfeld haben wir im letzten Jahr zu meist online gesehen. Gerade hier war es uns wichtig, den Kontakt zu halten und den Austausch zwischen Akademie, Wirtschaft und Verwaltung zu fördern. So führten wir im Herbst den ersten Anlass unseres Tourism Think Tanks durch, bei dem sich Experten und Expertinnen über den Einfluss von Corona auf die touristische Nachfrage, auf die KMU-Strukturen und auf den Bildungs- und Arbeitsmarkt Gedanken gemacht haben. Die Erkenntnisgewinne daraus haben wir in einem Thesenpapier für alle Interessierten aufbereitet.

Und wann wird dies alles ein Ende haben?

Und auch wenn wir alle geimpft sein werden, ist doch die Erkenntnis gereift, dass es ein Leben nach Corona nicht geben wird, sondern nur eines mit Corona.

Wir alle haben im vergangenen Jahr viel gelernt. Wir haben gelernt, welches Potenzial in der Digitalisierung steckt und wie wir dieses für unseren Arbeitsalltag nutzen können. Wir haben aber auch die Grenzen kennengelernt, die für mich bei den kreativen Prozessen im Team, der Lehre und dem Austausch mit externen Partnern liegen. Wir sind daher hoffentlich auf die kommende Zeit vorbereitet, die wohl für uns eine veränderte «digitalere» Forschungsstelle bereithält, aber nach wie vor eine, die stark vom menschlichen Austausch geprägt sein wird. Das Team der Forschungsstelle hofft daher, sich bald wieder vor Ort in Bern treffen zu können, die Studierenden wieder im Hörsaal unterrichten zu können, den Austausch mit den Partnern wieder persönlich führen zu können und endlich Matthias, Monikas Sohn, der am 4. März 2021 das Licht der Welt erblickte, kennenlernen zu dürfen.

Marcus Roller

Personelles

Die Forschungsstelle Tourismus (CRED-T) ist als eine der vier tragenden Säulen am Zentrum für Regionalentwicklung (CRED) verankert, welches sich auf die drei Forschungsschwerpunkte Standortdynamik und regionale Wirtschaftspolitik, Bodenpolitik und Immobilien sowie Tourismus ausgerichtet hat. Die Forschungsstelle Tourismus ist aktuell mit rund 585 Stellenprozenten ausgestattet.

- Co-Leitung Forschungsstelle: **Monika Bandi Tanner**, Dr. rer. oec.
Marcus Roller, Dr. rer. pol.
- Projektleiter: **Adrian Pfammatter**, M Sc BA
- Doktoranden / Assistenten: **Pascal Troxler**, M Sc in Economics
Samuel Wirth, M Sc in Geography
Roman Ogi, B Sc BA (bis 31.12.2020)
Romina Weber, B Sc Ec (bis 31.03.2021)
Manuel Steiner, B Sc BA (seit 01.09.2020)
Micha Röthlisberger, B Sc BA (seit 15.02.2021)
Jonas Brügger, BA Econ & Law (seit 01.03.2021)
- HilfsassistentInnen:
- CRED-T Sekretariat: **Sandra Lüthi**



Das Team der Forschungsstelle Tourismus 2020/21.
Oben: Jonas Brügger, Monika Bandi, Micha Röthlisberger, Sandra Lüthi
Mitte: Adrian Pfammatter
Unten: Manuel Steiner, Marcus Roller, Samuel Wirth, Pascal Troxler

Organisation

Beirat der Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)

Der Beirat der Forschungsstelle Tourismus im CRED setzte sich in diesem Berichtsjahr wie folgt zusammen:

- Prof. Dr. Artur Baldauf**, Präsident Beirat, Ordinarius und Direktor Institut für Marketing und Unternehmensführung (IMU), Universität Bern
- Daniel Borner**, Direktor GastroSuisse, Zürich
- Prof. Dr. Aymo Brunetti**, Ordinarius am Volkswirtschaftlichen Institut und Präsident wissenschaftlicher Ausschuss CRED sowie geschäftsführender Direktor Departement Volkswirtschaftslehre, Universität Bern
- Prof. Dr. Maximilian von Ehrlich**, Ordinarius am Volkswirtschaftlichen Institut und Direktor des CRED, Universität Bern
- Dr. Sebastian Friess**, Leiter Standortförderung Kanton Bern, Bern
- Barbara Gisi**, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband STV (bis 30.04.2021), Bern
- Hans Ulrich Glarner**, Vorsteher des Amtes für Kultur Kanton Bern, Bern
- Viviane Grobet**, Leiterin Management Services Schweiz Tourismus, Zürich
- Richard Kämpf**, Leiter Ressort Tourismuspolitik SECO, Bern
- André Lüthi**, CEO und Verwaltungsratspräsident Globetrotter Group, Bern
- Prof. Dr. Heike Mayer**, Ordinaria am Geographischen Institut, stv. Direktorin CRED, Universität Bern
- Claude Meier**, Direktor hotelleriesuisse, Bern
- Prof. em. Dr. Hansruedi Müller**, ehem. Direktor des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF), Studiengangsleiter CAS Tourismus und Digitalisierung, Universität Bern
- Roland Schaller**, Leiter Region Mittelland, Credit Suisse AG, Bern
- Jennifer Somm**, CEO BERNEXPO AG (bis 28.02.2021), Bern
- Roger Seifritz**, Direktor Reka, Bern
- Ueli Stückelberger**, Direktor VöV, Bern
- Stephan Wehrle**, stv. Leiter Kommunikation, Personenverkehr SBB AG
- vakant**, Direktion Seilbahnen Schweiz SBS, Bern

Der Beirat der Forschungsstelle Tourismus hat den Jahresbericht in seiner Sitzung am 10. Mai 2021 genehmigt.

Lehrtätigkeit

Lehrveranstaltungen an der Uni Bern

Studierende auf Bachelor- und Masterstufe konnten im Frühlingssemester 2020 an einem Seminar der Forschungsstelle Tourismus teilnehmen. Im Herbstsemester 2020 wurde die Vorlesung «Einführung in die Tourismusökonomie I» für Bachelor-Studierende angeboten.

Im **Bachelorseminar** lag der thematische Fokus auf den **«Zukunftsperspektiven und Konsequenzen für die Tourismusökonomie»**. Nach thematischer und methodischer Einleitung verfassten Studierende Arbeiten zu dieser Thematik. Insgesamt nahmen 12 Studierende im Rahmen der Seminare an der Fachexkursion am 12. März 2020 in die Region Gstaad teil. Folgende Referenten haben vor Ort spannende Einblicke in den lokalen Tourismus vermittelt:

- **Flurin Riedi**, Geschäftsführer Gstaad Saanenland Tourismus
- **Matthias In-Albon**, Direktor der Bergbahnen Destination Gstaad AG
- **Christian Hoefliger**, Geschäftsleitung Romantik Hotel Hornberg

Die 12 Studierenden des Bachelorseminars verfassten alleine oder zu zweit sieben Arbeiten zu Themen im Bereich der Zukunftsperspektiven und Konsequenzen für die Tourismusökonomie.

Bachelor-Seminararbeiten:

- «Touristischer Arbeitsmarkt – Potenziale eines Employer Brandings am Beispiel YourGstaad»
- «Die Auswirkungen einer Kerosinsteuer im Flugverkehr auf den Nah- und Ferntourismus»
- «Analyse von Marktsegmenten für Tourismusdestinationen – Vergleich von Theorie und Praxis anhand der Graubündner Fernmarktinitiative»
- «Eine Untersuchung von seniorenspezifischem Tourismus anhand des Bernina Express»
- «Die intakte Soziokultur als eines der zentralen Elemente im sanften Tourismus»
- «Tourismusbeschränkung am Pilgerort Maria-Rickenbach»
- «Untersuchung des Versuchs die Sharing-Economy zu regulieren am Fallbeispiel Air-BnB in Interlaken»

Im **Masterseminar** lag der thematische Fokus auf **«Neuen Datenquellen in der Tourismusforschung»**. Nach thematischer und methodischer Einleitung verfassten die vier teilnehmenden Studierenden Arbeiten zu empirischen Fragestellungen im Bereich Tourismus, wofür sie die Daten selbst über Schnittstellen aus sozialen Netzwerken extrahieren mussten.

Master-Seminararbeiten:

- «Identifikation von typischen Reiserouten in der Schweiz mit Twitter»
- «Mehrsprachigkeit auf Twitter: Sprachidentifikation und Inhaltsanalyse von tourismusbezogenen Tweets»

Die **Vorlesung** «Einführung in die Tourismusökonomie I» wurde im **Herbstsemester 2020** gelesen. Seit diesem Jahr findet die Vorlesung das erste Mal während zwei Semestern statt und ist in einem neuen Ansatz konzipiert. Gemäss dem «Blended Learning» findet die Vorlesung abwechselnd im Selbststudium oder in Präsenzform statt, wo die Studierenden lernen selbst angeeignetes Wissen in Diskussionen und Fallbeispielen direkt anzuwenden. Im Herbstsemester standen die zwei Hauptthemenblöcke **«Ausgangspunkt des Reisens und Messung des Tourismus»** und **«die touristische Nachfrage»**, im Fokus. In insgesamt acht Veranstaltungen erhielten die Studierenden einen breiten Überblick zum Tourismus. Abgerundet wurde die Vorlesung mit einer digital durchgeführten Exkursion in der Stadt Bern.

Die zwei Gastreferierenden waren:

- **Thomas Tschuor**, Geschäftsleitung Bern Welcome
- **Kevin Kunz**, Generaldirektor Kongress + Kursaal Bern AG

Thomas Tschuor stellte die Destination Management Organisation Bern Welcome vor und erläuterte deren Unternehmensstrategie anhand ihrer Mission, Vision und ihrem Tourismusverständnis.

Kevin Kunz erklärte die Leitmotive des Kongresszentrums und Kursaal Bern und verriet interessante Hintergrundinformationen zum Umbau des Hotels und dem Entgegenwirken der Coronakrise. Die Lehrveranstaltung wurde von 72 Studierenden mit einer Prüfung abgeschlossen.

Abschlussarbeiten an der Forschungsstelle Tourismus

In der Berichtsperiode wurden die folgenden Abschlussarbeiten an der Forschungsstelle Tourismus geschrieben:

Masterarbeiten:

- Stephan Foster: «Tourism and Economic Growth: Evidence from the Swiss Cantons» (unveröffentlicht)
- Beat Johnner: «Determinanten des Zweitwohnungsanteils in Schweizer Gemeinden» (unveröffentlicht)

Bachelorarbeiten:

- Luisa Bolz: «The Collaborative Economy – Collaborative Platforms and their Economic Impact on the Tourism Industry» (unveröffentlicht)
- Michael Fuchs: «Auswirkungen der Corona-Krise auf die Destination Interlaken» (unveröffentlicht)
- Simon Röthlisberger: «COVID-19-Krise: Die Bedeutung der Instrumente Kurzarbeit und Überbrückungskredit für die Schweizer Volkswirtschaft im Allgemeinen und die Schweizer Hotellerie im Besonderen» (unveröffentlicht)
- Rea Urech: «Overtourism in Schweizer Städten – Ein Massnahmenkatalog für den Umgang mit Individual- und Gruppenreisenden» (unveröffentlicht)

Sonderstudien:

- Simon Oesch: «Greenstyle Foundation Laax – Nur ein Marketinginstrument?» (unveröffentlicht)
- Robina Thekkeveettil: «Meeting and Incentive-Reisen» (unveröffentlicht)

Dritte Staffel des CAS Tourismus und Digitalisierung (CAS TOUR-D)

Im September 2020 startete die dritte Durchführung des CAS Tourismus und Digitalisierung an der Universität Bern. Für die Studienleitung dieses Lehrgangs konnte erneut Hansruedi Müller, der ehemalige Tourismusprofessor an der Uni Bern, gewonnen werden. Der CAS-Lehrgang stellt eine in sich abgeschlossene Weiterbildung dar, kann jedoch mit weiteren CAS-Lehrgängen kombiniert und zum «Executive MBA in Marketing Management» ausgebaut werden. Die 16 Teilnehmenden des CAS TOUR-D lernten, den Tourismus in seiner spannenden Komplexität im digitalen Wandel zu erfassen und zu verstehen. Sie wurden befähigt, sowohl strategische Entscheide vor dem Hintergrund einer vernetzten Welt zu fällen als auch Methoden und Instrumente des Tourismusmanagements anzuwenden. Der CAS TOUR-D gliederte sich in 8 Module à 3 Tage, die zwischen dem 10. September 2020 und dem 20. Mai 2021 stattfanden. In den Modulen wurden die Themen Grundlagen zum Tourismus und Unternehmensführung (1), technische und rechtliche Grundlagen zur Digitalisierung (2), Qualitätsmanagement und Erlebnis-Setting (3), Umweltökonomie und Unternehmensverantwortung (4), Onlinemarketing und Social Media (5), Destinationsmanagement und Vernetzung als Fachexkursion (6), Digitale Transformation von Unternehmen (7) sowie Tourismuspolitik (8) behandelt. Leider mussten ab Modul 3 die Lerninhalte online in Zoom-Sessions angeboten werden. Dennoch schätzten die Teilnehmenden insbesondere die Auswahl der fast 50 hochkarätigen Referentinnen und Referenten und deren praktische Ausführungen.

Dass wir die Digitalisierung in dieser 3. Staffel nicht nur als Querschnittsthema behandelten, sondern in drei Modulen differenziert vertieften, wurde sehr geschätzt. Die Zusammenarbeit mit kompetenten ReferentInnen vom Institut für Wirtschaftsinformatik IWI der Uni Bern sowie aus der Privatwirtschaft hat sich bewährt. Bei dieser thematischen Vertiefung konnten wir zudem von den Erfahrungen aus der bestehenden Kooperation innerhalb des EMBA in Marketing Management profitieren.

Die 4. Staffel des CAS Tourismus und Digitalisierung mit Start am 9. September 2021 wurde wiederum in Zusammenarbeit mit dem Institut für Marketing und Unternehmensführung IMU sowie dem Institut für Wirtschaftsinformatik IWI der Universität Bern vorbereitet und lanciert. Weitere Informationen unter:

www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch

Forschung und Dienstleistung

Faszination Tourismus – E-Learning Angebot

Um die Tourismuswirtschaft zu unterstützen, hat die Forschungsstelle Tourismus zusammen mit der IST, Höhere Fachschule für Tourismus in Zürich/Lausanne, und Prof. Dr. Hansruedi Müller im letzten Frühling ein E-Learning Programm lanciert. Es bestand aus 15 thematischen Modulen und wies einen hohen Praxisbezug auf. Als Basis dienten gezielte Auszüge aus dem neuen Buch «Grundkenntnisse Tourismus» von Monika Bandi Tanner und Hansruedi Müller. In jedem Modul wurden die Teilnehmenden in einem kurzen Video in das Thema eingeführt. Dann folgten 6-8 Seiten Text, aufgelockert mit Graphiken und Abbildungen. Den Abschluss machten 4-5 Lernfragen sowie ein «Denkanstoss» in Form einer Nachlese. Im 2. Teil wurde im Zweiwochen-Rhythmus ein rund einstündiges Live Forum mit Fallbeispielen und Aktualitäten zu einem Themenbündel von jeweils drei Modulen angeboten, das von Nicole Diermeier, Dozentin an der IST Zürich sowie von Hanna Ry-chener Kistler, Direktorin der IST Zürich, moderiert wurde. Ziel war es, dass Mitarbeitende aus den verschiedenen Tourismusbereichen die Zeit in der Kurzarbeit sinnvoll nutzen, sich weiterbilden und etwas für ihren Nach-Corona-Alltag mitnehmen. Da auch wir in dieser schwierigen Zeit unseren Beitrag leisten wollten, boten wir dieses Weiterbildungsprogramm während der Corona-Krise den über 500 Teilnehmenden kostenlos an.

Im Berichtsjahr wurde an mehreren Forschungs- und Dienstleistungsprojekten gearbeitet. Im Folgenden werden diese entlang der definierten Kernkompetenzen der Forschungsstelle aufgeführt:

Tourismuspolitik und Evaluationen

Der Tourismus in der Schweiz aus Sicht des Tourism Area Life Cycle Model – Identifikation und Handlungsempfehlungen für die Tourismuspolitik in den verschiedenen Phasen der touristischen Entwicklung *(laufend)*

Das Ziel des Projektes ist es, die letzte Periode von nationalen Politikinstrumenten (NRP 2008-2018) in Bezug auf Tourismusdestinationen im Kanton Bern zu untersuchen. Dazu wird die Entwicklung von Tourismusdestinationen anhand des Tourism Area Life Cycle (TALC) Modells analysiert. Eine Einordnung der Destinationen in das Modell soll vorgenommen werden, um anschliessend zu beurteilen, welche politischen Instrumente in welchem Stadium des Modells am wirkungsvollsten sind. Dazu wird sowohl ein quantitativer als auch ein qualitativer Ansatz angewandt.

Investitionen in der Bergbahnbranche – Auswirkungen auf die Nachfrage und auf das strategische Verhalten der Konkurrenz *(laufend)*

In der Bergbahnbranche wurde in den letzten Jahren massiv investiert, sei es in neue Bahnen und Liftanlagen oder in die Beschneigung. Diese Investitionen sind nicht zuletzt oft durch die öffentliche Hand mitfinanziert. Es stellt sich daher die Frage, inwiefern sich solche Investitionen unter Berücksichtigung externer Effekte z.B. auf die Hotellerie lohnen. Des Weiteren soll das strategische Investitionsverhalten der Bergbahnen untersucht werden. Investieren Bergbahnen eher, wenn die Konkurrenz investiert? Gibt es ein Wetttrüsten? Basierend auf empirischen Untersuchungen und auf einem theoretischen Modell soll es final möglich sein, die Subventionierungen der Bergbahnbranche auf ihre Legitimität hin zu überprüfen.

Die Entwicklung der Bergbahnen und Regionen *(laufend)*

Die Erschliessung von Berggebieten mithilfe von Bergbahnen erfuhr nach dem zweiten Weltkrieg einen starken Schub durch das Aufkommen des Skitourismus. Mittels eines Datensatzes zu allen je gebauten

Bergbahnen in der Schweiz und Statistiken zu Bevölkerung, Einkommen und Bautätigkeit soll der Einfluss dieser Erschliessungen auf die lokale Wirtschaft in diesen Gebieten – mehrheitlich Randregionen – untersucht werden. Einerseits soll der damit verbundene Aufschwung in den 70ern quantifiziert werden, aber auch die Auswirkungen des anhaltenden Rückbaus von Bergbahnen getrieben durch den Klimawandel und die abnehmende Nachfrage im Skitourismus.

Schätzung wirtschaftlicher Effekte von Events *(laufend)*

Events werden wie viele touristische Angebote oft staatlich unterstützt. Dies oft mit der Argumentation, sie hätten externe Effekte, indem sie beispielsweise die Übernachtungsnachfrage erhöhen. Daher ist es wichtig, die Effekte von Events zu quantifizieren. Standardmethoden vernachlässigen bei der Schätzung der Effekte allerdings, dass Events nicht nur zusätzliche Gäste bringen, sondern auch andere verdrängen. In diesem Projekt wird eine Methode erarbeitet, die die Berücksichtigung der sogenannten Substitutionseffekte und folglich eine verlässlichere Schätzung der Effekte von Events auf die lokale Wirtschaft erlaubt.

Nachhaltige Entwicklung und Innovationen im Tourismus

.....

SNF: Soziale Innovationen in Schweizer Berggebieten – Abkehr von der Wachstumsabhängigkeit im Tourismus, Bauwirtschaft und Gesundheitsindustrie *(laufend)*

Soziale Innovationen werden zunehmend als Lösungen für die vielfältigen Herausforderungen in Berggebieten diskutiert. Allerdings ist offen, welche Wirkungen sie haben. Um dies herauszufinden, wurde als erstes ein Inventar von Sozialen Innovationen im Berner Oberland erstellt. Dabei hat das Forschungsteam 68 Soziale Innovationen identifiziert. Daran anknüpfend wurden Idealtypen definiert, die entweder zu Wachstumsunabhängigkeit oder zu Wachstumsstimulation führen können. In einem zweiten Beitrag wurde die Bedeutung des Tourismus für Soziale Innovationen untersucht. Rund zwei Drittel der Sozialen Innovationen können als touristisch eingestuft werden, da entweder touristische Akteure involviert sind oder weil das resultierende Produkt touristischer Natur ist. Weiter zeigte sich, dass auch nicht touristische Akteure durch die Sozialen Innovationen touristisch aktiv

werden. Gleichzeitig engagieren sich touristische Akteure bei Sozialen Innovationen, die nicht ausschliesslich einen ökonomischen Nutzen für die Betriebe beabsichtigen, sondern auch der Region zu Gute kommen können. Die Ergebnisse der beiden Beiträge wurden im Laufe des Jahres 2020 publiziert. Fortlaufend neue Informationen und das Inventar von Sozialen Innovationen im Berner Oberland sind auf der Projektwebseite www.sozinno.unibe.ch zu finden.

Nachhaltige lokale touristische Entwicklung – Monitoring, Forecasting, Interaction *(laufend)*

Während Konzepte und Indikatoren der lokalen nachhaltigen Entwicklung sehr weit ausgereift sind, fehlt oftmals eine geeignete Datengrundlage für ein umfassendes, zeitnahes Monitoring. Folglich sind auch kaum Vorhersagen möglich. Dieses Projekt untersucht daher die Möglichkeiten für Destinationen ein Monitoring inklusive Forecasting auf Basis von Daten aufzubauen, die durch die lokalen Digitalisierungsbemühungen zu ursprünglich anderen Zwecken erfasst wurden. Das Projekt wird in Kooperation mit dem Institut für Informatik der Universität Bern in Person von Prof. Dr. Torsten Braun, Prof. Dr. Patrizio Collovà und Prof. Dr. Mascha Kurpicz-Briki von der Berner Fachhochschule durchgeführt.

Auslegeordnung zur Berücksichtigung der nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik des Bundes *(laufend)*

Gemeinsam mit der Hochschule Luzern und Rütter Soceco wird eine Standortbestimmung zur Berücksichtigung der Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik des Bundes erstellt. Hierbei wurden die Möglichkeiten eines Monitorings der Nachhaltigen Entwicklung im Schweizer Tourismus untersucht, internationale Best-Practice-Beispiele herangezogen, die Schweizer Tourismuspolitik analysiert und aufgezeigt, wo die Schweiz einzuordnen ist. Auf dieser Basis wurden Empfehlungen hinsichtlich strategischer Stossrichtungen zur Integration der nachhaltigen Entwicklung für die zukünftige Tourismuspolitik des Bundes ausgearbeitet.

Tourismusbarometer Destination Gstaad *(laufend)*

In diesem Projekt wird ein Tourismusbarometer für die Destination Gstaad erstellt, der die Entwicklung der lokalen Tourismuswirtschaft zeitnah, umfassend und monetär abbilden kann. Die Destination erhält so wertvolle Informationen, die aus offiziellen Statistiken nicht ersichtbar sind. Der Barometer basiert auf Umfragen bei den touristischen Leistungsträgern, die ihrerseits ein Branchenbenchmarking erhalten. Die

Informationen erlauben insbesondere durch die Erhebung verschiedener Branchen, Zusammenhänge zu erkennen und so neben kurzfristigen Reaktionen auch langfristige Planungen gezielter vorzunehmen.

Touristischer Strukturwandel

.....

Der Effekt der Wettervorhersagen auf die Skinachfrage *(laufend)*

Dass das Wetter Einfluss auf die Nachfrage nach Skifahren hat, ist bekannt und bereits wissenschaftlich untersucht worden. In dieser Studie soll nun untersucht werden, wie gut die Wettervorhersage - im Vergleich zum tatsächlichen Wetter - die Skinachfrage erklären kann. Dies beruht auf der Überlegung, dass Skifahrerinnen wohl eher nach der Wettervorhersage entscheiden statt nach dem tatsächlichen Wetter. Zudem sollen räumliche sowie zeitliche Verschiebungseffekte der Skifahrer in ein anderes Skigebiet auf Grund schlechter Wetterankündigungen untersucht werden.

Grob- und Umsetzungskonzept Digitale Transformation der Destination Gstaad *(abgeschlossen)*

Für die Destination Gstaad wurden ein Grob- sowie ein Umsetzungskonzept zur digitalen Transformation in den kommenden Jahren erarbeitet. Ziel war es, die Destination in Digitalisierungsfragen strategisch weiterzuentwickeln. Die Erarbeitung des Grobkonzepts beinhaltet eine IST-Analyse zur aktuellen, digitalen Landschaft in der Destination (Systeme, Instrumente, Kanäle, Kommunikation, etc.) sowie einen SOLL-Zustand zum Aufzeigen eines erfolgsversprechenden, destinationsspezifischen Einsatzes der Digitalisierung. Darauf aufbauend wurde Handlungsbedarf in der digitalen Ausgestaltung von Kommunikation, Angeboten, internen Systemen und Prozessen, Datennutzung sowie Wissenssicherung abgeleitet. Des Weiteren konkretisiert das zusätzlich erarbeitete Umsetzungskonzept Stossrichtungen sowie Ziele und beinhaltet eine handlungsorientierte Roadmap zur Vollziehung der digitalen Transformation in der Destination.

Progress Report Digitalisierung Schweizer Tourismus *(laufend)*

Vor dem Hintergrund der Umsetzung der Tourismusstrategie und der Berichterstattung an den Bundesrat wurde bis Anfang 2021 ein Bericht («Progress Report») zum State-of-the-Art der Digitalisierung im Schweizer Tourismus sowie zu noch vorhandenen Lücken und offe-

nen Fragen erstellt. Der Report wird in einem Konsortium zusammen mit Vertretern der Universität St. Gallen, der HES-SO Wallis und der Hochschule Luzern erarbeitet. Im Fokus des Berichts steht das Ziel, den Stand der digitalen Transformation des Schweizer Tourismus aufzuzeigen und einen Vergleich mit nicht-touristischen Dienstleistungsbranchen und internationalen Entwicklungen darzulegen. Ein wesentlicher Input für den Bericht, der für das SECO erstellt wird, sind Projektbeispiele, welche einen strategischen Beitrag zur digitalen Transformation im Schweizer Tourismus leisten können.

Der Einfluss lokaler ökonomischer und touristischer Strukturen auf die Resilienz der lokalen Tourismuswirtschaft *(laufend)*

Dieses längerfristig angelegte Forschungsprojekt untersucht, welche touristischen und ökonomischen Strukturen die Resilienz der lokalen Tourismuswirtschaft positiv oder negativ beeinflussen. Hierbei werden eine Vielzahl von lokalen Strukturen wie der ursprüngliche Gästemix, die Firmengrösse oder die sektoralen Konzentrationen berücksichtigt. Erste Resultate für den vergangenen Sommer liegen bereits vor. Auszüge daraus sind am Ende dieses Berichtes ab Seite 25 zu finden.

Tourism Think Tank zum Strukturwandel *(laufend)*

Als Reaktion auf die Coronakrise hat die Forschungsstelle Tourismus den Tourism Think Tank ins Leben gerufen, der sowohl Politik als auch Tourismuswirtschaft mit neuesten Erkenntnissen aus der Forschung bei der Bewältigung der Krise unterstützt. In diesem Think Tank werden Fragen zum Strukturwandel durch etablierte Expertinnen und Experten differenziert ergründet, diskutiert und Lösungsansätze entwickelt. Die erste Austragung des Think Tanks fand am Dienstag 10. November 2020 an der Uni Bern statt. Im Zentrum stand der Einfluss der Coronakrise auf die touristische Nachfrage, die KMU-Strukturen und den touristischen Bildungs- und Arbeitsmarkt. Die Erkenntnisse wurden durch die Forschungsstelle aufbereitet und als Thesen zum Strukturwandel für alle Interessierten zur Verfügung gestellt.

Strukturwandel bei touristischen Klein- und Familienbetrieben *(abgeschlossen)*

In Zusammenarbeit mit der Kohl & Partner AG wurde eine Strukturanalyse der touristischen Klein- und Familienbetriebe erstellt. Hierbei wurde zwischen verschiedenen touristischen Standorten und touristischen Branchen unterschieden. Auf Basis dieser Analyse wurde für die Hotellerie und Gastronomie im Alpenraum die Thematik der Nach-

folgeregelung eingehender untersucht. Hierbei standen Herausforderungen, Attraktivitätsfaktoren und Unterstützungsangebote im Fokus. Ausserdem wurden Angebots- und Leistungslücken sowie Handlungsempfehlungen für die Tourismuspolitik des Bundes erarbeitet.

Touristische Entwicklungstrends im Alpenraum zum Thema Brain/TourTech *(laufend)*

Für den Kanton Graubünden wird eine Vergleichsstudie zum Thema Brain/TourTech erarbeitet. Hierbei werden generelle Trends auf dem touristischen Arbeitsmarkt im Alpenraum identifiziert und regionale Unterschiede herausgearbeitet. Bei den Trends wird insbesondere auch die Rolle der Digitalisierung als Treiber oder Hemmer untersucht. Zudem wird untersucht, welche Angebote die öffentliche Hand und private Akteure in den definierten Vergleichsregionen im Bereich Arbeitsmarkt und Digitalisierung anbieten.

Touristische Kooperationen

Lokales Teilen von Ressourcen und die Vorteile daraus: Eine empirische Untersuchung in der Schweizer Hotellerie *(abgeschlossen)*

Gerade vor dem Hintergrund des Netzwerkcharakters der touristischen Angebotsstruktur birgt das Teilen von Ressourcen über Organisationsgrenzen hinweg viele Chancen für Tourismusbetriebe. Solche kooperativen Aktivitäten sind jedoch auch immer mit Herausforderungen und Risiken verbunden. In diesem Projekt wurde mittels einer Umfrage in der Schweizer Hotellerie untersucht, ob und wie Hotels vom Teilen von diversen Ressourcen mit verschiedenartigen lokalen Partnern profitieren. Ausserdem wurde erforscht, welche Hotels eher von solchen Aktivitäten profitieren. Dies hilft einerseits, theoretische Grundlagen im besonderen Tourismus-Kontext zu überprüfen und zu hinterfragen. Andererseits wurden Entscheidungsgrundlagen für Betriebe, Verbände und politische Institutionen mit Bezug zu Kooperationen und deren Förderung erstellt.

Gemeinsame Erfolgsauswirkungen von lokaler Kooperation und Wettbewerbsorientierung für Hotels *(abgeschlossen)*

Das simultane Verfolgen von kooperativen und kompetitiven Zielen im lokalen Kontext und entsprechende Effekte auf den Betriebserfolg wurden in diesem Projekt aus der Perspektive von Hotels erforscht.

Touristische Geschäftsmodelle sind in besonders hohem Masse mit dieser Thematik konfrontiert: Akteure können einerseits vom lokalen Teilen von Ressourcen profitieren, müssen sich aber andererseits auch aus Wettbewerbssicht mit lokalen Konkurrenten auseinandersetzen und sich gegen sie durchsetzen. Das Projekt wurde mit Umfragedaten durchgeführt und trägt zum Verständnis bei, ob und wie kooperative Aktivitäten und konkurrenzbetonte Haltungen im lokalen Kontext zusammenpassen können oder widersprüchlich sind.

Strategiefähige touristische Regionen: Nutzung der Potenziale der Digitalisierung für neue kooperative Geschäftskonzepte mittels passender Anreiz-Struktur *(laufend)*

In diesem Innotourprojekt werden mit dem Projektträger Schweizerischer Gemeindeverband und dem Projektpartner Post überbetriebliche Geschäftskonzepte in den drei Regionen Gstaad Saanenland, Aletsch und Prättigau mit der Conim AG entwickelt und in der Umsetzung begleitet. Dabei entstehen in allen Regionen Konzepte, die Kooperationspotenziale erschliessen, massgeschneiderte Ansätze der Digitalisierung nutzen und mit der Entwicklung von passenden Anreizstrukturen einhergehen. Übergeordnete Zielsetzung ist es, die Strategiefähigkeit der Regionen zu stärken und damit langfristig die regionale Wertschöpfung zu steigern. Zur Umsetzung werden «Quick Checks» der Regionen als Ausgangslage durchgeführt, Umsetzungskonzepte entwickelt und dann in ihrer Umsetzung begleitet. Die Arbeiten in den Regionen werden in einem Blog sowie anlässlich einer Tagung für alle interessierten Akteure (z.B. Touristiker, Regionalentwickler, Verbände, öffentliche Hand) als Modellvorhaben präsentiert und reflektiert. Nach der Umsetzung der Projekte wird eine nationale Plattform «strategiefähige touristische Regionen» angestrebt, um den Wissenstransfer dazu zu stärken.

Nachfolgefähige Hotelbetriebe in Ferienregionen *(laufend)*

Im Rahmen eines Innotourprojektes mit der Conim AG wird die Verbesserung der Nachfolgefähigkeit von Hotels in den zwei Ferienregionen Aletsch Arena und Interlaken angestrebt. Dafür soll mit verschiedenen Hoteliers in den Regionen an den Komponenten «einzelner Betrieb» und «Hotelkooperation» in einem parallelen Prozess gearbeitet werden: Ziel des Prozesses ist die Erreichung von wirksam geführten, strategie- und finanzierungsfähigen Betrieben sowie von funktionierender Kooperation, welche massgeschneidert auf die Bedürfnisse der Betriebe ist. Wirksames Management in den einzelnen Betrieben sowie in der Kooperation wird in diesem Projekt als essen-

zielles Instrument zur Problemlösung in der Nachfolgethematik angesehen.

Umsetzung der digitalen Transformation in Tourismusdestinationen – Modellvorhaben in den Pilotdestinationen Gstaad und Adelboden-Lenk-Kandersteg *(laufend)*

In diesem Projekt im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) soll ein Regionen-übergreifendes Modellvorhaben in der Destination Gstaad sowie in Adelboden-Lenk-Kandersteg (Region Adelboden, Frutigen, Kandersteg, Kiental-Reichenbach sowie Region Lenk-Simmental) umgesetzt werden: Ziele dieses Modellvorhabens sind die Entwicklung und Umsetzung der digitalen Transformation von Tourismusdestinationen. Ein idealtypischer Ablauf der digitalen Transformation soll aufgezeigt und angewendet werden. Die digitale Transformation wird in den Prozess der Destinationsentwicklung eingebunden. Die Nutzung von Synergien und die Koordination über Destinationsgrenzen hinweg sind Komponenten in diesem Projekt, welche massgeblich zum Erfolg beitragen sollen. Des Weiteren wird ein Fokus auf die Entwicklung bzw. Weiterentwicklung einer digitalen Gästekarte gelegt, wobei in den Destinationen unterschiedliche Ausgangslagen vorherrschen.

Machbarkeitsstudie Neulancierung Meeting und Incentives Dachmarke Interlaken: Nachfrage- und Angebotspotenziale sowie Entwicklung eines überbetrieblichen Geschäftsmodells *(laufend)*

Gemeinsam mit der Conim AG als Kooperationspartner erarbeitet die Forschungsstelle Tourismus ein überbetriebliches Geschäftskonzept für die Geschäftsfelder «Meetings und Incentives» mit einem Fokus auf internationale Märkte. Der von der Regionalkonferenz eingereichte NRP-Antrag für die Erstellung einer Machbarkeitsstudie wurde Anfang Mai 2020 bewilligt. Mit dem teilweisen Shutdown in Folge der Coronakrise und den daraus auch längerfristig anzunehmenden Auswirkungen auf den Tourismus hat eine Stärkung der Geschäftsfelder «Meetings und Incentives» für Interlaken weiter an Bedeutung gewonnen. Ziel ist es, die Geschäftsfelder «Meetings und Incentives» in der Region Interlaken nachfrageseitig stärker zu bearbeiten sowie gemeinsam mit den Leistungsträgern alternative Angebotsmodule zu entwickeln respektive zu vermarkten. Im Rahmen der Machbarkeitsstudie wurde der Markt für die beiden Geschäftsfelder analysiert sowie Interviews mit Fachleuten aus MICE-Agenturen und Leistungsträgern aus der Region Interlaken durchgeführt.

Mitwirkung in Gremien

Die Forschungsstelle Tourismus CRED-T hat im Berichtsjahr in folgenden Kommissionen und Gremien mitgewirkt:

- Beirat Schweizer Tourismus-Verband (STV)
- Fachgruppe Qualitäts-Programm (FGQ)
- Fachbeirat IST, Höhere Fachschule für Tourismus
- Expertengremien: «Swiss Mountain Award» (Jury-Präsidium)
- Jurymitglied beim «Milestone» von hotelleriesuisse und «UNESCO Welterbe-Kristall»
- Task-Force Overtourism (STV)
- Beirat von Schweiz Tourismus (ST)

Konferenzen

Im Berichtsjahr war aufgrund der Coronapandemie die Teilnahme an ausseruniversitären Veranstaltungen stark eingeschränkt. Im Berichtsjahr waren Mitarbeitende der Forschungsstelle Tourismus wie folgt ausseruniversitär wissenschaftlich tätig:

- Teilnahme am Swiss Tourism & Hospitality Research Meeting an der HES-SO in Sierre
- Teilnahme an der 20th Annual Conference of the European Academy of Management EURAM (Online-Konferenz)

Die Forschungsstelle Tourismus hat im Berichtsjahr folgende Konferenzen organisiert:

- Tourism Think Tank zum Strukturwandel

Publikationen

Es konnten folgende **Artikel** in Fachzeitschriften und Sammelbänden publiziert werden:

- Roller, M., & Steinberg, D. (2020). The distributional effects of early school stratification – Non-parametric evidence from Germany. *European Economic Review*, 125, 103422.
- Wirth, Samuel; Bandi-Tanner, Monika (2020). Touristische Soziale Innovationen – Begriff und Phänomen am Beispiel Berner Oberland. In: *Tourismus und ländlicher Raum. Schriften zu Tourismus und Freizeit: Vol. 25* (pp. 51-64). Erich Schmidt Verlag.

- Bandi, Monika; Roller, Marcus (2020). Strukturwandel im Schweizer Tourismus: CRED-T Zentrum für Regionalentwicklung.
- Lehmann Friedli, T. & Bandi Tanner, M., (2020). Tourismusökonomische Entwicklung als Nährboden für ein gestärktes Tourismusverständnis – Ein Vergleich touristischer Gemeinden im Berner Oberland und Empfehlungen zur Sensibilisierung. In: Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2019/2020, Band 11, pp. 37-50.
- Tschumi, Pascal; Winiger, Andrea; Wirth, Samuel; Mayer, Heike; Seidl, Irmi (2020). Wachstumsunabhängigkeit durch Soziale Innovationen? Eine Analyse potenzieller Wachstumswirkungen von Sozialen Innovationen im Schweizer Berggebiet. In: Lange, Bastian; Hülz, Martina; Schmid, Benedikt; Schulz, Christian (Hg.) Postwachstumsgeographien. Raumbezüge diverser und alternativer Ökonomien (S. 117-137). Bielefeld: Transcript Verlag.

Im Berichtsjahr erschienen bei der Forschungsstelle ein Tourismus-Impuls. Die Tourismus-Impulse vermitteln für eine breite Leserschaft die Ergebnisse aus einzelnen CRED-Berichten oder Dienstleistungsprojekten in gafferter Form.

Tourismus-Impulse:

- Tourismus-Impulse Nr. 24: Wirth, S. & Bandi Tanner, M. (2020): Typen touristischer Sozialer Innovationen – Anstoss für ein erweitertes Innovationsverständnis im Tourismus und im Berggebiet.

Dokumentation

Im Tourismusteil der Bibliothek für Wirtschaftswissenschaften in der UniS sind neben Statistiken, Schriftenreihen und Jahresberichten rund 4'500 aktuelle Publikationen zu den Themen Freizeit und Tourismus über die neu geschaffene swisscovery-Datenbank online abrufbar. Zudem werden in einem Archiv weitere 500 ältere Bücher aufbewahrt. Zur Tourismus-Bibliothek gehören ausserdem fast 150 Dokumentationsschachteln mit Zeitschriftenartikeln aus über 50 Periodika. Im Jahr 2020 wurden acht neue Bücher aufgenommen sowie zahlreiche Artikel ausgewertet und abgelegt.

Gönnerschaft

Unseren Gönnern, welche die Forschungsstelle Tourismus im Jahr 2020 mit einem freiwilligen Beitrag unterstützten, danken wir an dieser Stelle ganz herzlich:

Aletsch Bahnen AG
 Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, Chur
 Amt für Wirtschaft, Bern
 Ballenberg, Freilichtmuseum der Schweiz, Hofstetten bei Brienz
 Basel Tourismus, Basel
 Bergbahnen Destination Gstaad, Gstaad
 Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG, Engelberg
 BERNEXPO AG, Bern
 Bern Welcome, Bern
 Credit Suisse AG, Bern
 Destinationen Kanton Bern, Adelboden
 Flims Laax Falera Management AG, Flims
 GastroSuisse, Zürich
 Gemeinderat der Stadt Thun, Thun
 Gemeindeverwaltung Saanen, Saanen
 Globetrotter Travel Service AG, Bern
 Grand-Hotel-Club, Basel
 Graubünden Ferien, Chur
 Graubündner Kantonalbank, Chur
 Gurten – Park im Grünen, Wabern
 Hotel Schweizerhof, Bern
 HOTELA, Montreux
 hotelleriesuisse, Bern
 Interlaken Tourismus, Interlaken
 IST Höhere Fachschule für Tourismus, Zürich/Lausanne
 Kongress + Kursaal Bern AG, Hotel Allegro Bern AG, Bern
 Kraftwerke Oberhasli AG, Innertkirchen
 Luzern Tourismus AG, Luzern
 Märchenhotel Bellevue, Braunwald
 Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG, Naters
 Rigi Bahnen AG, Vitznau
 Säntis Schwebbahn AG, Schwägälp
 SBB AG, Bern
 Schweiz Tourismus, Zürich
 Schweizer Alpen-Club SAC, Bern
 Schweizer Jugendherbergen, Zürich
 Schweizer Reisekasse (Reka) Genossenschaft, Bern

Fachbeitrag

Schweizer Tourismus-Verband (STV), Bern
Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB), Bern
Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH), Zürich
Schweizerischer Reise-Verband (SRV), Zürich
Seilbahnen Schweiz, Bern
Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO), Bern
Stanserhorn-Bahn, Stans
Sunstar Hotels Management AG, Liestal
Ticino Turismo, Bellinzona
Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair, Scuol
UNESCO Biosphäre Entlebuch, Schüpfheim
Verband öffentlicher Verkehr (VÖV), Bern
Verband Schweizer Schifffahrtsunternehmen (VSSU), Zürich
Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM), Bern
Vorarlberg Tourismus GmbH, Dornbirn (A)

Der Einfluss lokaler ökonomischer und touristischer Strukturen auf die Resilienz der lokalen Tourismuswirtschaft

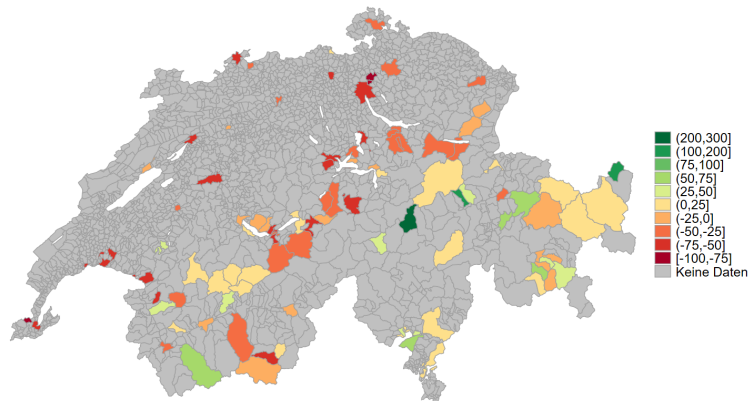
Dr. Marcus Roller, Co-Leiter der Forschungsstelle Tourismus

Die Corona-Krise stellt für den Tourismus global die grösste Herausforderung seit dem 2. Weltkrieg dar. Er ist durch die weltweiten Corona-Massnahmen so stark betroffen wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig. Auch der Tourismus in der Schweiz war und ist immer noch sehr stark eingeschränkt. Der letzte Sommer erlaubte allerdings fast uneingeschränkten Inlandtourismus mit geöffneten Hotels, Restaurants und Sehenswürdigkeiten. Die kurzfristige Erholung war allerdings in der gesamten Schweiz sehr unterschiedlich. Abbildung 1 zeigt die Änderungen der lokalen Logiernächte im Juli 2020 im Vergleich zum Juli 2019 für die wichtigsten 100 touristischen Gemeinden in der Schweiz. Es fällt auf den ersten Blick auf, dass die Städte im Juli deutlich weniger ausgelastet waren als im Jahr zuvor, während einige alpine Gemeinden deutlich höhere Auslastungen aufwiesen. Allerdings gilt dies nicht für alle alpinen Gemeinden. Daher gehen wir in einem aktuellen, längerfristig angelegten Forschungsprojekt der Frage nach, welche touristischen und ökonomischen Strukturen die Resilienz der lokalen Tourismuswirtschaft positiv oder negativ beeinflussen.

Als Hauptvariable, um die Tourismuswirtschaft zu messen, dienen die Logiernächte der HESTA des Bundesamtes für Statistik. Diese sollen zudem durch lokale Arbeitsmarktdaten ergänzt werden. Um die lokalen Strukturen abzubilden wird eine Vielzahl an Variablen herangezogen, unter anderem der Anteil des Tourismus an der lokalen Wirtschaft, Branchenkonzentrationen, Gemeindegrössen, Betriebsgrössen und Gästestrukturen.

Zunächst haben wir untersucht, welchen Einfluss die Gästestrukturen in den Gemeinden vor der Pandemie auf den Rückgang der Logiernächte und den Verlauf während des Jahres hatten. Abbildung 2 zeigt die Ergebnisse der Untersuchung hinsichtlich des Anteils ausländischer Gäste. Teilabbildung a) zeigt, dass vor der Krise quasi keine Unterschiede im Wachstum von Gemeinden mit hohem Anteil ausländischer Gäste und Gemeinden mit niedrigem Anteil ausländischer Gäste bestanden. Dies war auch während des Shutdowns im April noch der Fall. Initial sind daher in allen Gemeinden die Logiernächte gleich stark eingebrochen. Ab Mai 2020 geht die graue Linie, die den Effekt

Abbildung 1: Änderungen der Logiernächte von Juli 2019 zu Juli 2020 in Prozent



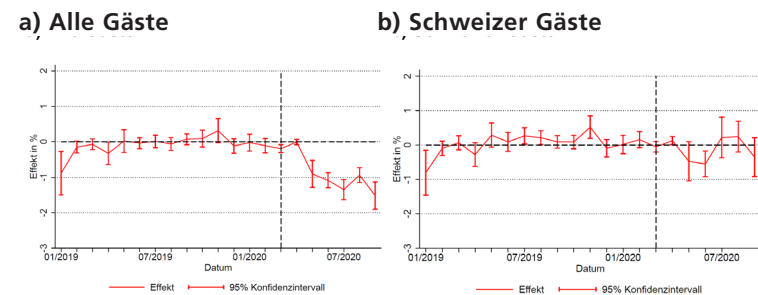
Quelle: Eigene Darstellung. Daten HESTA Bundesamt für Statistik.

zeigt, deutlich ins Negative. Gemeinden, die zuvor sehr auf ausländische Gäste gesetzt haben, konnten sich in dieser Zeit nicht wie die anderen Gemeinden erholen. Dies liegt auch daran, dass sie die fehlenden ausländischen Gäste nicht mit Schweizer Gästen ersetzen konnten, wie Teilabbildung b) zeigt. Ein positiver Effekt würde bedeuten, dass Destinationen mit ehemals hohem Anteil ausländischer Gäste, diesen mit Schweizer Gästen substituieren konnten. Dies ist allerdings nicht der Fall. Im Gegenteil, für Juni 2020 finde ich sogar einen negativen Effekt. Die Resultate sind nicht durch einen Unterschied zwischen Städten und alpinem Raum getrieben. Das Ergebnis ist wahrscheinlich zumindest teilweise darauf zurückzuführen, dass das touristische Angebot in Destinationen, die stark auf ausländische Gäste gesetzt haben, nicht dem Geschmack von Schweizer Gästen entspricht. Die Untersuchungen haben zudem gezeigt, dass die durchschnittliche Betriebsgrösse nur einen geringen negativen Einfluss auf die Veränderung der Logiernächte während der Krise hatte. Hohe Firmenkonzentration im lokalen Markt hingegen beeinflussten den Verlauf der Logiernächte positiv genau wie ein hoher Tourismusanteil an der lokalen Wirtschaft. Beides liegt ebenfalls nicht am Unterschied zwischen Städ-

ten und alpinem Raum, sondern gilt auch innerhalb dieser Räume. Obwohl oft vermutet wurde, dass Raum eine entscheidende Rolle spielt, ist dieser zumindest im Vergleich zwischen alpinen Gemeinden nicht entscheidend.

Die Studie erlaubt Rückschlüsse auf die Logiernächteentwicklung. Ein Rückschluss auf monetäre Entwicklungen ist aufgrund fehlender offizieller Statistiken allerdings nicht möglich. Während die Studie in einer ersten Phase schon einige Resultate erbracht hat, sind diese nur für die kurzfristige Erholung im letzten Sommer gültig. Wir beobachten daher die Entwicklungen weiter und aktualisieren die Studie monatlich.

Abbildung 2: Effekt internationaler Ausrichtung auf die Änderung der Logiernächte



Quelle: Eigene Darstellung. Daten HESTA Bundesamt für Statistik.

Herausgeberin:

Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)
Universität Bern
Schanzeneckstrasse 1
Postfach
3001 Bern

Tel. +41 31 684 37 11
info@cred.unibe.ch
www.cred-t.unibe.ch

ISSN 2571-8754