



Monika Bandi Tanner, Leiterin der Forschungsstelle Tourismus an der Universität Bern: «Digitalisierung ist kein Selbstzweck.»

Yanik Gasser

## «Es wäre fatal, die Augen zu verschliessen»

Tourismusforscherin Monika Bandi Tanner warnt vor einer Digitalisierungsektik. Aktuell untersucht sie unter anderem das Währungsrisikomanagement in der Hotellerie.

DANIEL STAMPELI

### Welche Bilanz ziehen Sie aus touristischer Sicht für das Jahr 2017?

Ökonomisch betrachtet ist die Erholung bei den Logiernächten als positiv zu werten. 2017 trugen die anziehende Konjunktur und die für die Schweiz vorteilhafte Entwicklung der Wechselkurse dazu bei. Sowohl die Fern- als auch einige Nahmärkte lieferten Wachstumsimpulse. Positiv ist sicher nebst anderem auch die Ergänzung der statischen Grundlagen mit der Parahotellerie-Statistik, auch wenn diese etwas grobe Ergebnisse liefert. Im Zeitalter der Digitalisierung muss man sich allerdings fragen, ob Logiernächte-Statistiken noch zeitgemäss sind, wenn uns andere Quellen bereits Unmengen an Daten liefern.

### Im Tourismus ist immer von «Leuchttürmen» die Rede. Welches sind Ihre Favoriten von 2017?

Die Inbetriebnahme der Neat Anfang Dezember 2016 hat dem Tessin und der Zentralschweiz mit der schnelleren Erreichbarkeit einen grossen Schub verliehen. Eine in der Folge entstandene Innovation ist etwa das Ticino Ticket. Aber es wurde auch wieder vermehrt in touristische Projekte investiert und erweckte die Südschweiz aus dem zuvor dauernden Dornröschenschlaf. «Leuchttürme» gab es insbesondere bei der touristischen

Angebotsgestaltung. Ein Beispiel ist neben der Eröffnung des Resorts auf dem Bürgenstock auch das Parahotellerie-Resort Swisspeak in Verkorin. Innovativ sind in diesem Fall das Finanzierungsmodell sowie der moderne Angebotsstandard in Kombination mit der digitalen Vernetzung der Dienstleister vor Ort. Im Bereich Seilbahnen sind etwa die geschaffenen Skigebiets-Verbindungen zu erwähnen. Positiv sind auch die Initiativen im Bereich Nachhaltigkeit wie etwa «Cause we care» zur Verringerung des CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks oder «I am Pro Snow» zum Umstieg auf erneuerbare Energien.

### In welchem Bereich gab es grosse Dynamik?

Beispielsweise war letztes Jahr eine hohe Dynamik, beinahe auch eine richtiggehende Hektik, bei der Digitalisierung zu verspüren, mitunter auch getrieben durch den Bundesrat mit seiner neuen Tourismusstrategie. Viele Elemente gab es bereits vor der Digitalisierung und diese ist kein Selbstzweck, sondern ein Mittel zur Qualitätsverbesserung und Produktionssteigerung. Sicher eröffnet die Digitalisierung dem Tourismus auch Chancen, etwa bei der Produkterweiterung oder bei Prozessoptimierungen. Aber trotzdem muss man vorsichtig damit umgehen und darf nicht in eine Hektik verfallen. Digitalisierung ist kein Spielzeug zur Schaffung unzähliger Apps und Spielereien. Letztlich muss es zu einer Qualitätsverbesserung und noch viel wichtiger zu einem Nutzen beim Gast führen.

### Gab es kritische Entwicklungen?

Wir haben weiterhin eine ungleiche touristische Entwicklung der Städte und der Ferienregionen, wenn nun auch mit Erholungstendenzen. Der STV als Tourismusverband ist gefordert, da die Probleme sehr unterschiedlich gelagert sind. Beispiel Airbnb: Die Städte beschäftigen dies und die Ferienregionen mit Ausnahme des Wallis noch kaum. Es ist wichtig, dass

sich die Akteure auf tourismuspolitische Anliegen einigen können, um Gehör zu bekommen. Überrascht war ich aber etwa, dass die erstmals seit 1975 negative Fremdenverkehrsbilanz 2016, die Mitte 2017 veröffentlicht wurde, nicht für mehr Aufsehen gesorgt hat. Im 2016 gaben die Schweizer mehr für touristische Leistungen im Ausland aus als die ausländischen Gäste in der Schweiz. Dies stimmt nachdenklich, ist doch der Schweizer Tourismus bislang eine Exportbranche.

### Ist also zwingend eine Erhöhung der ausländischen Gäste in der Schweiz notwendig?

Ja, es ist ein Aspekt bei der Fremdenverkehrsbilanz. Der Verschiebung der Gästegruppen in Richtung Fernmärkte sehe ich nachdenklich entgegen. Den Zielkonflikt zwischen Wachstumsambitionen und dem Ressourcenverbrauch beziehungsweise dem Berücksichtigen von Umweltanliegen nehme ich in Diskussionen oft als bescheiden wahr. Der Ressourceneinsatz für eine Logiernacht eines asiatischen Gastes ist klar grösser im Vergleich etwa zu einem deutschen Gast.

### Als wie gross erachten Sie die Gefahr von Overtourism in der Schweiz?

Obwohl keine Destination in der Schweiz auf dem Niveau von Barcelona ist, mahne ich zur Vorsicht. Es wäre fatal, die Augen zu verschliessen, denn es gibt auch hierzulande an bestimmten Orten Tendenzen in Richtung Overtourism.

### Dem Modell von Saas-Fee mit weitere Discount-Jahresabos sind weitere Destinationen gefolgt. Ihre Meinung zu dieser Entwicklung?

Dynamik ist toll und bedeutet, den Blick nach vorne zu richten. Die Preispolitik der Seilbahnen fördert aber wohl längerfristig eine ungute

Marktentwicklung zutage. Die Seilbahnen agieren in einem oligopolistischen Markt, das heisst es gibt nur eine überschaubare Anzahl von Anbietern mit dem ähnlichen Produkt. Von der Theorie her weiss man, dass Preiskämpfe in dieser Situation nicht zur Verbesserung der einzelnen Player führen. Es wird mit diesen sehr günstigen Saisonabonnements kaum gelingen, die wirtschaftliche Situation der Seilbahnen längerfristig positiv zu beeinflussen. Und es

wird gesamthaft zu einer massiv geringeren Zahlungsbereitschaft der Gäste bei Tickets führen. Die Einstiegshürde ist aber nach wie vor hoch, da die Gesamtkosten für den Wintersport hoch bleiben, auch mit günstigen Tickets. Die finanziellen Probleme einiger Seilbahnen akzentuieren sich, da immer höhere Erstellungskosten für die notwendigen Investitionen in Bahnen und Beschneigungsanlagen nötig sind – ausgelöst durch das Wetterrüsten und die klimatischen Veränderungen – und die Erträge werden kaum auch mit solchen

«Es ist wichtig, dass sich die Akteure auf tourismuspolitische Anliegen einigen können.»

Preisstrategien im gleichem Ausmass wachsen können.

### In Ihrer täglichen Arbeit befassen Sie sich mit Forschungsprojekten. Eines davon ist aktuell das Währungsrisikomanagement im Schweizer Tourismus. Zu welchen Ergebnissen kamen Sie bisher?

Mit einem qualitativen Ansatz haben wir untersucht, wie es um das Währungsrisikomanagement in der Hotellerie steht. Wir haben festgestellt, dass diese Problematik viele Hotels betrifft und dass gleichzeitig das Verständnis für die eigene Betroffenheit bei den einzelnen Betrieben relativ klein ist. Oft wird es banalisiert, in der Folge wird auf strategischer Ebene wenig getan. Die Optimierung der Zahlungsströme ist noch relativ schwach ausgeprägt und es fehlt dafür an Wissen und auch Verständnis. Ziel ist, den Hotels bis Ende 2018 Empfehlungen und Tipps zur Verfügung stellen zu können.

### Sie widmen sich mit einem Projekt auch der Gastfreundlichkeit in der Schweizer Hotellerie. Was ist das Ziel?

Wir eruierten Faktoren, die dazu führen, dass ein Hotelbetrieb als gastfreundlich wahrgenommen wird. Es zeigte sich unter anderem, dass Betriebe, die am Q-Programm des STV teilnehmen, in der Tendenz gastfreundlicher sind. Neben den betrieblichen Eigenschaften haben wir auch destinationspezifische Faktoren untersucht. Dabei zeigte sich etwa, dass in Destinationen mit vielen Schweizer Gästen besonders viele Betriebe als gastfreundlich eingeschätzt werden. Bei der Untersuchung der Bewertungen von über 1000 Hotels gelangten wir zu teilweise aufschlussreichen Erkenntnissen. Partner der Studie sind hotellerieuisse, Gastrouisse, Schweiz Tourismus und der VSTM. Der Projekt-Schlussbericht liegt im Entwurf vor und sollte demnächst mit Handlungsansätzen veröffentlicht werden. Dabei haben wir beispielsweise vier Strategien abgeleitet, wie Gastfreundlichkeit auf strategischer Ebene angepackt werden kann.

### Haben Sie weitere Forschungsprojekte in der Pipeline?

Ein Nachfolgeprojekt des ersten Gastfreundlichkeitsprojekts steht zur Zeit zur Diskussion. Andere sind zurzeit noch nicht spruchreif. Ein neu gestartetes Projekt in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Reise-Verband befasst sich mit der Zukunft und den Chancen der Reisebüros im Zeitalter der Digitalisierung und der Erlebnisökonomie.

### Ihr forschungsmässiges Steckenpferd sind Kultur- und Kongresszentren. Wie gut ist die Schweiz in dieser Hinsicht aufgestellt?

Eigentlich gut. Es wurden viele Objekte gebaut und eingeweiht. Diese entsprechend mit Veranstaltungen zu bespielen, ist die grosse Herausforderung. Problematisch sind in vielen Fällen nach wie vor die Finanzen, so dass regelmässig öffentliche Gelder für die Erneuerung der Infrastruktur und für den Betrieb benötigt werden. Die Rentabilität ist unter Druck. Das Kongresszentrum Davos etwa leidet unter der Abwanderung grosser Kongresse. Die Schweiz mit ihren Destinationen steht bei wertschöpfungsintensiven und international attraktiven Anlässen mit europäischen Städten wie Berlin oder Paris in Konkurrenz.

## Zur Person Forscherin und Expertin für Tourismus aus regional-ökonomischer Sicht

Monika Bandi Tanner (35) ist seit rund sechs Jahren Leiterin der Forschungsstelle Tourismus (CRED-T) im Center for Regional Economic Development an der Universität Bern. Daneben hat sie seit 2015 einen Lehrauftrag an der Universität St. Gallen. Ihre Laufbahn begann Monika Bandi Tanner als Hilfsassistentin und später als wissenschaftliche Assistentin und Doktorandin am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIT) bei Hansruedi Müller. Zuvor hatte sie an der Universität Bern und Bergen (Norwegen) Volkswirtschaft, Psychologie und Betriebswirtschaft stu-

diert. In ihrem Doktorat beschäftigte sie sich mit den Kultur- und Kongresszentren und ihren tourismus- und regionalökonomischen Bedeutungen.

Mit der Einbettung der Forschungsstelle Tourismus ins CRED wird der Tourismus in einer breiten regionalökonomischen Sichtweise betrachtet und bearbeitet. Daraus ergeben sich folgende Schwerpunkte in Lehre, Forschung und Dienstleistung: Tourismus und Regionalentwicklung, Tourismus und Makroökonomie, Tourismus und Erlebnisökonomie sowie Tourismus und Umweltökonomie. dst