

# **Eine Gedankenreise zur nachhaltigen Entwicklung im Tourismus**

Institut für Tourismuswirtschaft ITW

**Dr. Roger Wehrli**  
Dozent

T direkt +41 41 228 42 83  
roger.wehrli@hslu.ch

Luzern 11.03.2015

# Eine Gedankenreise zur nachhaltigen Entwicklung im Tourismus

- Wo sind wir heute?
- Wo stockt die Reise?
- Wie wird die Entwicklung in Zukunft aussehen?

A photograph of two donkeys decorated with a large arrangement of colorful flowers (sunflowers, pink lilies, orange daisies, and red chrysanthemums) and greenery. The donkeys are wearing black harnesses. In the background, a crowd of people, including children, is visible, suggesting a festival or public event. The text "Wo stehen wir heute?" is overlaid in white on the image.

# Wo stehen wir heute?

# Nachhaltiger Tourismus = Marketinginstrument



# Meistens gleich kommuniziert wie Standard-Angebot

34 RUNDREISE • INDIVIDUELL • INDIEN

[www.ananea.ch](http://www.ananea.ch)

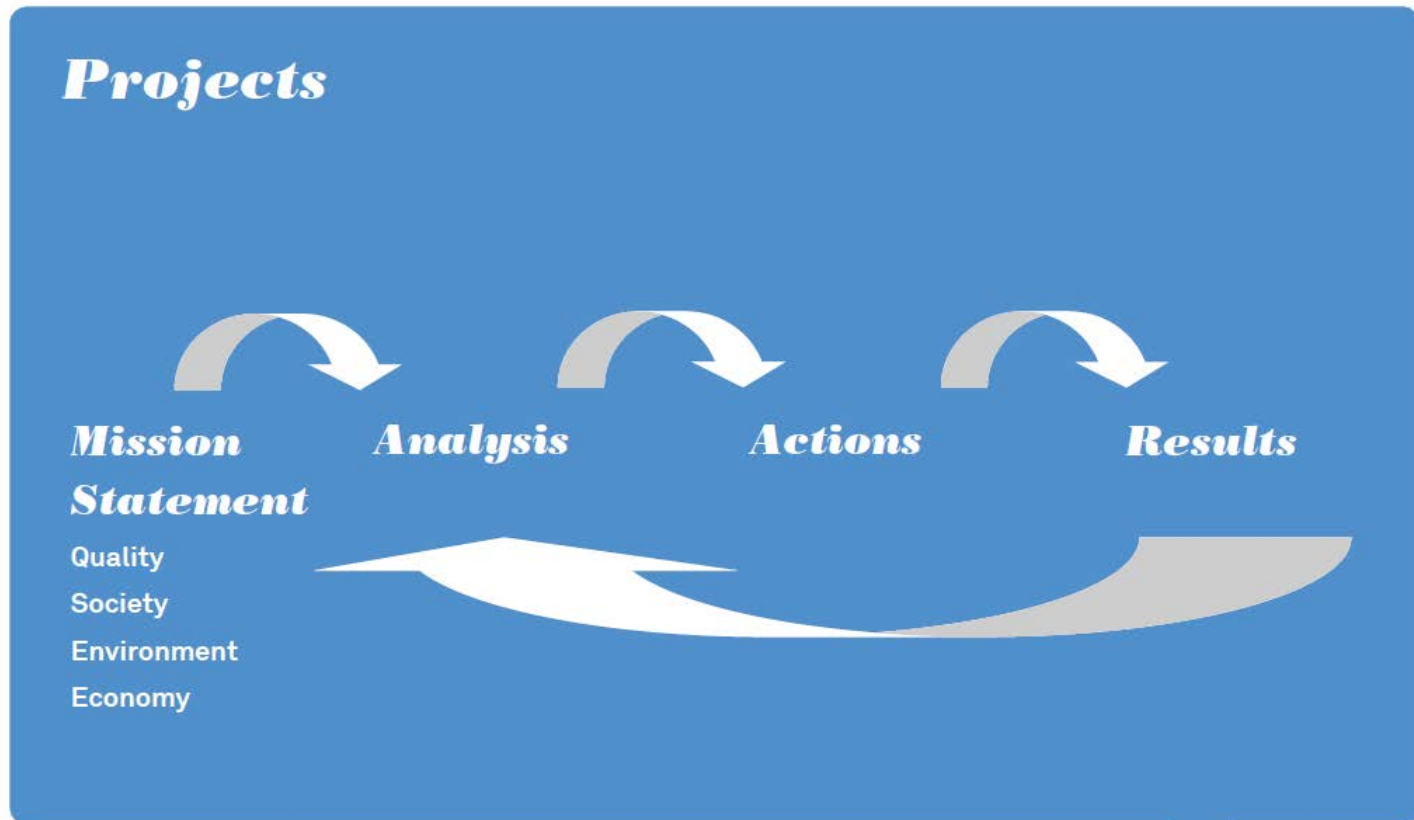


*Natur und Menschen in Kerala*

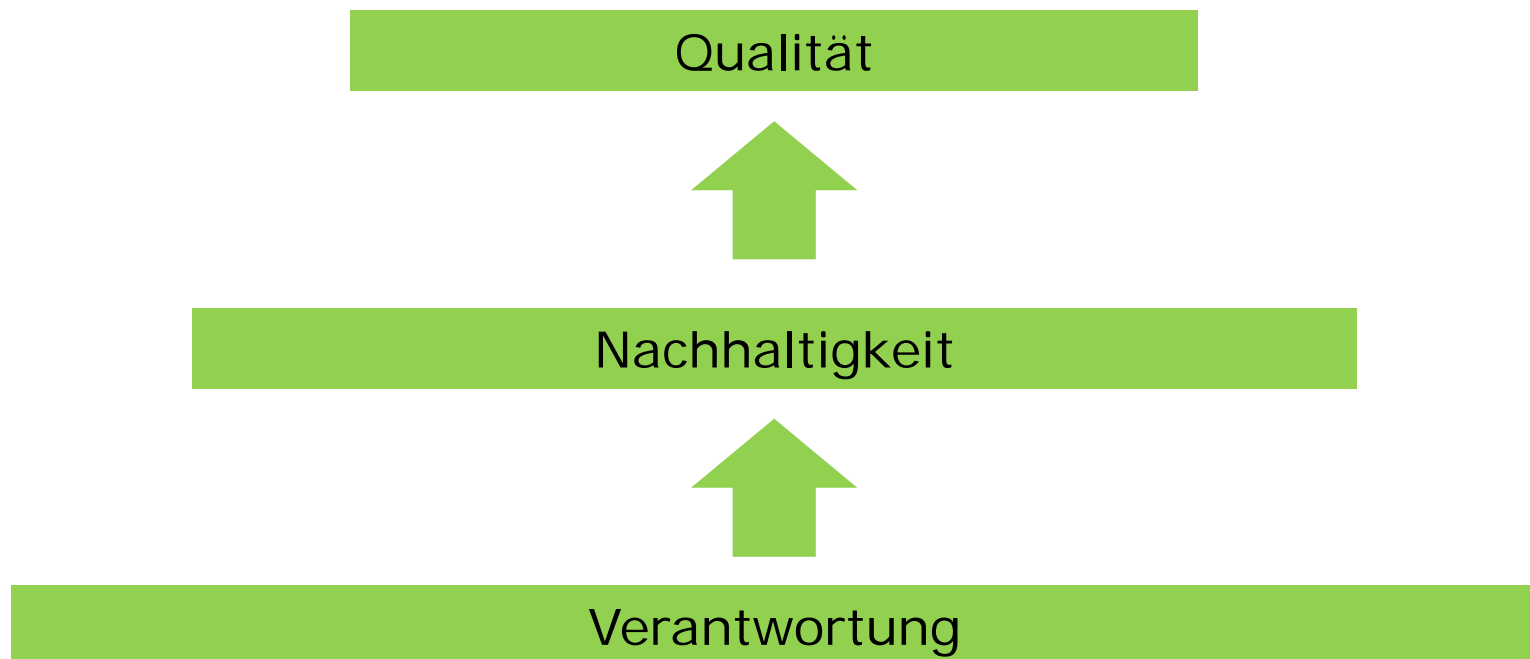
# Nachhaltiger Tourismus findet v.a. im oberen Marktsegment statt



# Nachhaltiger Tourismus als Treiber für Verbesserungen



# Nachhaltiger Tourismus als Treiber für Verbesserungen





# Wo stockt die Reise? Widerstände und Widersprüche

# Mangelhaftes Verständnis über nachhaltigen Tourismus



# Grenzen einer KMU-Branche / Grenzen einer Netzwerkökonomie

- Starke Fokussierung auf aktuelle Probleme
- Wenige Visionäre und Leader, die als Pioniere vorangehen
- Schwache Kompetenzen und Ressourcen für die Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung

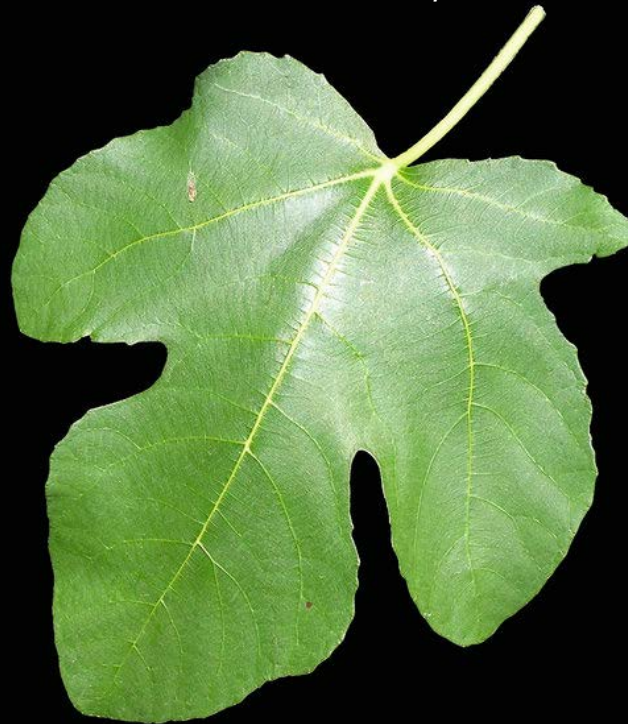


# Feigenblatt, um danach trotzdem alles wie bis anhin weiter zu machen.

- Kunden durchschauen, dass es nur eine Plakette o.ä. ist.

→ Klar definieren und kommunizieren, was man darunter versteht

→ Und es auch tun!

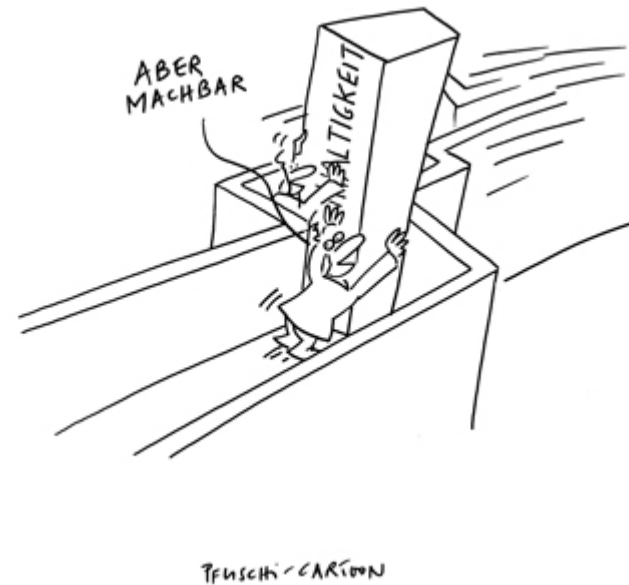
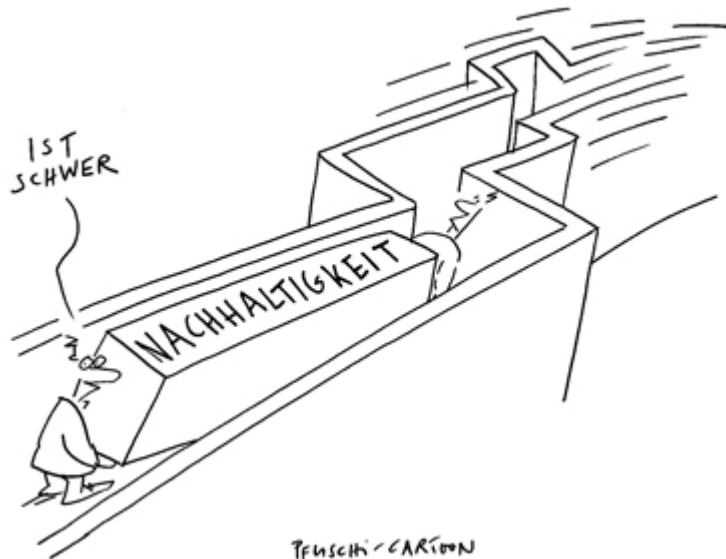


## Nachhaltigkeit und Tourismus = Widerspruch?

- Tourismus ist nur ein Subsystem des Makrosystems Wirtschaft (o.ä.)
  - Lokales ist ein Subsystem von nicht nachhaltigen Makrosystemen wie z.B. Verkehr.
- gesamter Lebensbereich betroffen  
→ Wertewandel

# Es geht um nachhaltige ENTWICKLUNG

- Kein nachhaltiger Tourismus, nur nachhaltigeren Tourismus
- Entwicklungsgedanke ist wichtig.



**Und die Forschung?**

Leider ein öffentliches Gut!



A scenic landscape featuring a dirt path that splits into two, leading through a lush green field. In the background, a large, rounded hill covered in dense forest rises against a sky filled with soft, white clouds. The overall atmosphere is peaceful and natural.

# Wie wird die Entwicklung in Zukunft aussehen? – Zwei mögliche Hauptpfade



# Angebots-induzierte Entwicklung



# Nachfrage-induzierte Entwicklung: Was wollen die Touristen?



# Nachfrage-induzierte Entwicklung

- Spezifischer Markt mit den entsprechenden Bedürfnissen
- Standardanforderung / Hygienefaktor



# Nachfrage-induzierte Entwicklung: Spezifische Nachfrage

- Meistens kein primärer Treiber der Nachfrage
  - Komplette Positionierung über die Nachhaltigkeit als Differenzierungsstrategie ist anspruchsvoll
- Wertewandel kurzfristig schwierig
- Immaterielle Anreize: v.a. über den Status / Community
  - Durch Marketing / Branding
  - Durch Peers

# Nachfrage-induzierte Entwicklung: Standardanforderung



# Fazit

- Die Branche ist nicht viel weiter als vor fünf Jahren
- Zählbare Resultate sind nur unter hohem Aufwand zu generieren.
- Eine nachhaltige Entwicklung braucht sehr viel Zeit.
  
- Die HSLU hat sehr viele Kompetenzen aufgebaut
- Die HSLU hat sich in dem Thema intern und extern gut vernetzt.
  
- IS TunE 2. Periode:
  - Blick von aussen
  - Erschliessung neuer Geldquellen

Tourismus und nachhaltige  
Entwicklung

Ein interdisziplinärer Schwerpunkt  
der Hochschule Luzern

**Weiterhin viel Erfolg!**

