

u^b

b
**UNIVERSITÄT
BERN**

CRED
CENTER FOR REGIONAL
ECONOMIC DEVELOPMENT

FORSCHUNGSSTELLE
TOURISMUS

2017/18

Jahresbericht der Forschungsstelle Tourismus

5.4.2024



Jahresbericht der Forschungsstelle Tourismus 2017/18

Übersicht

Vorwort	S. 4
Personelles	S. 6
Organisation	S. 7
Lehrtätigkeit	S. 8
Forschung und Dienstleistung	S. 12
Mitwirkung in Gremien	S. 16
Wissenschaftliche Tätigkeit	S. 16
Publikationen	S. 17
Dokumentation	S. 18
Gönnerschaft	S. 18
Fachbeitrag: Dimensionen und Auswirkungen von Erlebnisqualität: Eine Analyse von SAC-Hütten und ihren Gästen	S. 20

Titelbild: Patrick Moser

Nach dem Frankenschock im 2015 hellt sich der Tourismushimmel wieder auf – erste Aufwärtstendenzen zeigen sich in steigenden Gäste- bzw. Logiernächtezahlen.

Zweitwohnungsgesetz – Wachstumskoalitionen weiterhin wirksam

Die Zweitwohnungsentwicklung ist ein uraltes Phänomen, das uns in verschiedenen Epochen immer wieder beschäftigt hat. In jüngster Zeit gab einerseits die exponentielle Entwicklung seit den 90er Jahren immer wieder Anlass zu Diskussionen. Andererseits erhielt die Thematik mit der Annahme der Volksinitiative «Schluss mit dem uferlosen Bau von Zweitwohnungen!» wieder hohe Priorität.

Im neu erstellten Wohnungsinventar des Bundesamtes für Raumentwicklung (ARE) weisen seit 2015 66 zusätzliche Gemeinden einen Zweitwohnungsanteil von über 20 % auf (Stand 2017). In 21 Gemeinden ist der Anteil unter 20 % gesunken. Netto beträgt der Zuwachs mit über 20 % Zweitwohnungsanteil daher 45 Gemeinden. Damit weisen 422 von 2'255 Gemeinden in der Schweiz einen Anteil von über 20 % auf - vorwiegend in alpinen Regionen. Dies dokumentiert den primär baugetriebenen Entwicklungspfad der vergangenen Jahrzehnte, zusätzlich gestützt unter Berücksichtigung der Entwicklung der realen Wertschöpfung zwischen 1995 und 2011. Die BAK errechnete in dieser Zeit für die Schweiz eine Entwicklung des BIP von knapp 33 %. Im Vergleich dazu nahm das BIP im Alpenraum lediglich um 24 % zu. Diese unterdurchschnittliche Entwicklung, die viel weniger vom Gastgewerbe (-24 %) als vom Bau (+12 %) getrieben war, unterscheidet sich stark von der gesamtschweizerischen Entwicklung (Gastgewerbe: -14 %, Bau: +6 %). Damit steckt hinter dem Entwicklungspfad vordergründig der Tourismus als Treiber, hintergründig war es aber die Bauwirtschaft. Die Lücke in der BIP-Entwicklung – sprich der realen Wohlstandsentwicklung – wurde über Bodenverkauf gefüllt.

Welche kurzfristigen Auswirkungen haben sich also seit der Annahme der Initiative und Inkrafttreten des Gesetzes für den alpinen Entwicklungspfad ergeben? Basierend auf Untersuchungen der CS und Wüest & Partner blieben in 77 der 131 untersuchten Gemeinden die Preise stabil oder stiegen sogar zwischen 2014 und 2016. In über 50 Gemeinden kam es jedoch zu Preisrückgängen. 15 der 20 Gemeinden mit den stärksten Preisrückgängen liegen in den Kantonen Graubünden und Wallis. Im Wallis gingen etwa die Preise in Zermatt und Saas-Fee um 13 % zurück, in Leukerbad um 15 %. Im Bündnerland vergünstigte sich das Wohneigentum in St. Moritz um 12 %, in Pontresina um 14 %, in Bergün/Bravuogn gar um 21 %. Durch den drohenden Wertverlust des Bodens war eine rege Planungs- und Bautätigkeit zu beobachten und führte kurzfristig zu einer Ausweitung des Angebotes, die aufgrund der anhaltenden Rechtsunsicherheit mit einem Nachfragerückgang gekoppelt war.

Welche längerfristigen Auswirkungen kann das Gesetz auf die lokalen Entwicklungspfade haben? Lokale Entwicklungspfade werden oft von

Wachstumskoalitionen geprägt. Diese Wachstumskoalitionen stellen ein Netzwerk aus lokalen politischen und privaten Akteuren dar, die institutionelle Ressourcen bündeln und meist auf informellem Weg Absprachen machen, um auf legislativem oder exekutivem Weg die Entwicklungspfade zu bestimmen und umzusetzen. Die Akteure der Koalition einigen sich formell oder informell auf Massnahmen, die zu höheren Bodenrenten und dabei zu grösseren Steuereinnahmen führen und dadurch die lokale Wirtschaft ankurbeln.

Eine Analyse des CRED-T und der CRED-Geographie zeigt anhand eines Fallbeispiels, dass mit der neuen Regulierung mehrheitlich Faktoren (tendenziell) gegen die Durchsetzungskraft sprechen, solche Wachstumskoalitionen zu verändern. Im Gegenteil, alpine Wachstumskoalitionen scheinen gefestigt zu sein und finden neue Wege im Umgang mit der veränderten nationalen Gesetzgebung. Weil die meisten lokalen und regionalen Akteure in irgendeiner Form in die Wachstumskoalition involviert sind, ist eine Lösung der Zweitwohnungs-, resp. Bauproblematik aufgrund von lokaler Selbstorganisation wenig realistisch. Die starke Entwicklungs- und Bautätigkeit für strukturierte Beherbergungsprojekte, die hitzige Diskussion um die Umnutzung von landwirtschaftlichen Gebäuden oder die eingereichte Motion Rieder zur Lockerung der Umnutzung von Hotels in Zweitwohnungen zeigen in neuerer Zeit das Engagement der lokalen Wachstumskoalitionen, ihre Interessen bis auf nationale Ebene vordringen zu lassen.

Damit in Zukunft nicht ein konstantes Versagen verstärkter Regulierungsmassnahmen eintritt, gilt der Beobachtung der zu Grunde liegenden Kräfteverhältnisse vor Ort hohe Aufmerksamkeit zu schenken. Solche gut vernetzten Wachstumskoalitionen sind in der Lage, striktere Regulierungen zu verhindern, die ihren Nutzen durch Bodenrenten gefährden würden. Dies führt oftmals lediglich zu indirekten Wirkungseffekten von Regulierungen und sie schaffen es kaum, Bodenrenten zu verringern, um damit die Basis der Wachstumskoalition zu verändern.

Obwohl das neue Gesetz Potential hat, lokale Wachstumskoalitionen abzuschwächen, weisen die gesetzlichen Ausnahmeregelungen auf eine starke Lobby auf nationaler Ebene hin, was zu einer schwachen Umsetzung auf regionaler Ebene führt. Bisher wird weiterhin versucht, hohe Bodenrenten über andere Wege zu erzielen. Das Veränderungspotential des Gesetzes darf daher nicht überbewertet werden. Lösungsansätze, bspw. zur Eindämmung der Zersiedelung im Berggebiet, scheinen auch mit dem neuen Gesetz noch nicht wirklich gefunden worden zu sein.

Monika Bandi Tanner

Personelles

Die Forschungsstelle Tourismus (CRED-T) ist eine der vier Säulen des Zentrums für Regionalentwicklung (CRED). Aktuell ist sie mit rund 470 Stellenprozenten ausgestattet.

Leiterin Forschungsstelle: **Monika Bandi Tanner**, Dr. rer. oec.
Stv. Leiterin: **Therese Lehmann Friedli**, Dr. rer. oec.

DoktorandIn/AssistentIn: **Yelka Eggenschwiler**, M Sc Ec
Adrian Pfammatter, M Sc BA

Wissenschaftliche
Mitarbeiterin: **Chantal Julen**, M Sc BA (ab 08.01.2018)

Hilfsassistentinnen: **Sarah Hämmerli**, M Sc Ec (bis 31.01.2018)
Jolanda Herzog, B Sc BA
Adrian Künzi, M Sc Ec (bis 31.12.2017)
Nadina Schiesser, M Sc Ec (bis 12.02.2018)
Romina Weber, B Sc Ec (ab 15.02.2018)

CRED-T-Sekretariat: **Susanne Moser**



Das Team der Forschungsstelle Tourismus 2017/18: v.l.n.r.: (hinten), Susanne Moser, Adrian Pfammatter, Sarah Hämmerli, Therese Lehmann Friedli, Monika Bandi Tanner, (vorne) Nadina Schiesser, Yelka Eggenschwiler, Jolanda Herzog, Chantal Julen (es fehlen: Adrian Künzi, Romina Weber)

Organisation

Beirat der Forschungsstelle Tourismus

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

Prof. Dr. Klaus Neusser, Präsident Beirat, Ordinarius am Volkswirtschaftlichen Institut, Universität Bern
Prof. Dr. Aymo Brunetti, Ordinarius am Volkswirtschaftlichen Institut und geschäftsführender Direktor CRED, Universität Bern
Prof. Dr. Artur Baldauf, Ordinarius und Direktor Institut für Marketing und Unternehmensführung (IMU), Universität Bern
Barbara Gisi, Direktorin Schweizer Tourismus-Verband, Bern
Daniel C. Jung, stv. Direktor GastroSuisse, Zürich
Richard Kämpf, Leiter Ressort Tourismuspolitik SECO, Bern
Urs Kessler, CEO Jungfrauabahn, Interlaken
André Lüthi, CEO und Verwaltungsratspräsident Globetrotter Group, Bern
Prof. Dr. Heike Mayer, Ordinaria am Geographischen Institut, Universität Bern
Claude Meier, Direktor hotelleriesuisse, Bern
Prof. em. Dr. Hansruedi Müller, ehem. Direktor des Forschungsinstituts für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern
Roland Schaller, Leiter Region Mittelland, Credit Suisse AG, Bern
Jürg Schmid, ehem. Direktor Schweiz Tourismus, Zürich
Jennifer Somm, CEO BERNEXPO AG, Bern
Roger Seifritz, Direktor Reka, Bern
Adrian Studer, Leiter beco, Kanton Bern
Ueli Stückelberger, Direktor VöV, Bern
Stephan Wehrle, stv. Leiter Kommunikation, Personenverkehr SBB AG

Der Beirat hat in seiner letzten Sitzung vom 26.03.2018 den Jahresbericht genehmigt. Er verabschiedete Jürg Schmid, ehem. Direktor Schweiz Tourismus und Urs Kessler, CEO Jungfrauabahn als langjährige und engagierte Beiräte. Als neue Beiräte konnten Alexander Bernhard, Direktor Seilbahnen Schweiz und Hans Ulrich Glarner, Vorsteher des Amtes für Kultur Kanton Bern willkommen geheissen werden. Weiter hat Prof. Dr. Klaus Neusser als Beiratspräsident demissioniert. Beinahe 10 Jahre hat er als Präsident in diesem Gremium gewirkt und im Übergang vom FIF zum CRED eine wichtige Rolle gespielt. Als sein Nachfolger wurde Prof. Dr. Arthur Baldauf gewählt. Er ist seit 2003 Beirat der Forschungsstelle.

Lehrtätigkeit

Lehrveranstaltungen an der Uni Bern

In diesem Berichtsjahr bot die Forschungsstelle Tourismus im **Frühjahrssemester 2017** ein kombiniertes Seminar auf Bachelor- und Masterstufe an. Die Vorlesung «Einführung in die Tourismusökonomie» wurde im **Herbstsemester 2017** auf der Basis des Vorlesungsskriptes gelesen.

Im **Frühlingssemester 2017** führte die Forschungsstelle Tourismus wiederum ein **kombiniertes Bachelor-/Masterseminar** durch. Im Masterseminar unter dem Titel **«Tourism Economics II»** wurden die Seminarteilnehmenden angeleitet, ein frei wählbares touristisches Thema mit ökonomischen Methoden zu untersuchen. Das BA-Seminar stand unter dem Titel **«Erlebnisökonomie im Schweizer Tourismus»**. Im Rahmen einer zweitägigen Fachexkursion (16./17.03.2017) in die Destination Kandersteg wurden insgesamt 21 angemeldeten Studierenden Eindrücke und Inhalte aus der Praxis mitgegeben.

Referenten vor Ort waren:

- **Urs Pfenninger**, Tourismusdirektor Adelboden Tourismus
- **Casimir Platzer**, Hotelier und Präsident GastroSuisse
- **René Maeder**, Hotelier und Gastronom Hotel Doldenhorn und Ruedihus
- **Christoph Wandfluh**, Marketingverantwortlicher Gondelbahn Oeschinensee
- **Kathrin Hager**, Geschäftsführerin Skiweltcup Adelboden

Im Rahmen des Seminars wurden verschiedene Themen im Zusammenhang mit der touristischen Erlebnisökonomie in wissenschaftlichen Literaturanalysen diskutiert und empirisch untersucht. Die 18 Bachelor-Studierenden verfassten in Partnerarbeit folgende neun Seminararbeiten (unveröffentlicht):

Bachelor-Seminararbeiten:

- «Erlebniskonzepte/-theorien und ihre Anwendung auf Destinationsebene: Pure Inspiration – Das Erlebniskonzept Montreux-Riviera»
- «Die Rolle der Mitarbeitenden auf das Erlebniskonzept eines touristischen Betriebes»
- «Die wichtigsten Dimensionen von unvergesslichen touristischen Erlebnissen und ihre Umsetzung zur Generierung von touristischer Wertschöpfung»

- «Das Emmental erleben: Erlebniskonzepte und -theorien auf Destinationsebene»
- «Erlebniskonzepte und Erlebnistheorien und deren Anwendung auf Betriebsebene am Beispiel des Hammam & Spa Oktogon, Bern»
- «Authentizität von Erlebnissen und deren Auswirkungen auf die Themensetzung im Tourismus»
- «Das Konzept der Co-Creation und dessen Einfluss auf die Gästezufriedenheit und -bindung im Erlebnistourismus»
- «"Bärner Chäsplatte" oder "Muggeseeli Rösti mit Zwiebeln"? Das Gastronomische Erlebnis im Kanton Bern»
- «Einfluss der Erlebnisökonomie auf das Reiseverhalten»

Master-Seminararbeiten:

- «The Effect of Airbnb on Overnight Stays in the Traditional Hotel Industry in Switzerland»
- «Die Auswirkungen des Gesichtsverhüllungsverbot im Kanton Tessin auf den Tourismus»
- «Internalisierung der positiven Externalität von Kulturlandschaft über agrotouristische Angebote in der UNESCO Welterbe-Region Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn – Ein Choice-Experiment zur Analyse des monetären Wertes der Kulturlandschaft für Agrotouristen und Agrotouristinnen»

Das Seminar wurde aus studentischer Sicht mit 6 ECTS-Punkten entschädigt.

Im **Herbstsemester 2017** wurde wiederum die Vorlesung «Einführung in die Tourismusökonomie» als einteilige Veranstaltung im Rahmen von 3 ECTS-Punkten gehalten. Die dreizehn Veranstaltungstermine boten den Studierenden einen Überblick über die vier grossen Themenblöcke **«Ausgangspunkt des Reisens und Messung des Tourismus»**, **«Die touristische Nachfrage»**, **«Das touristische Angebot»** und **«Tourismus und nachhaltige Entwicklung – Tourismuspolitik»**. Im Rahmen der Vorlesungsblöcke über die touristische Nachfrage, das touristische Angebot und die Tourismuspolitik erhielten die Studierenden anhand von drei Gastreferaten einen Einblick in die touristische Praxis. Pascal Wieser referierte unter dem Titel «Tour-Operating: Fallbeispiel Vögele Reisen» über die Herausforderungen der Reisebürobranche sowie die Strategie der Vögele Reisen AG. Kevin und Karin Kunz gewährten den Studierenden einen Einblick hinter die Kulissen des Hotels Allegro. Im Themenblock zur Tourismuspolitik berichtete Philippe Pasche über die

Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH). Den Studierenden wurde in diesem Gastreferat der Auftrag der SGH als Instrument einer nationalen Politikaufgabe präsentiert.

Die drei Gäste waren:

- **Pascal Wieser**, Geschäftsleiter Vögele Reisen AG
- **Kevin und Karin Kunz**, CEO/Generaldirektor Hotel Allegro, Kongress + Kursaal Bern AG
- **Philippe Pasche**, Direktor SGH

Die Lehrveranstaltung wurde von 75 Studierenden mit einer Prüfung abgeschlossen.

Abschlussarbeiten an der Forschungsstelle Tourismus

.....

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

Masterarbeit durch Dr. Monika Bandi Tanner genehmigt:

- Lisa Rasch: «Dimensionen und Auswirkungen von Erlebnisqualität im Tourismus: Eine Analyse von SAC-Hütten» (veröffentlicht)

Masterarbeiten durch Prof. Artur Baldauf (BWL) genehmigt:

- Martin Bieri/Manuel Niederberger: «Cooperation in the Swiss Hotel Industry: The Entrepreneur's Setup» (veröffentlicht)
- Danièle Ammann: «Konzeption und Messung der Kooperationsqualität: Literaturanalyse und qualitative Validierung am Beispiel der Schweizer Hotellerie» (unveröffentlicht)

Masterarbeiten durch Prof. Aymo Brunetti (VWL) genehmigt:

- Adrian Künzi: «Ein hedonisches Preismodell für die Schweizer Hotellerie – Eine methodische und empirische Untersuchung des Effekts von Hoteleigenschaften auf den Preis» (veröffentlicht)
- Sarah Hämmerli: «Reading the Stars – Do Guests Value What the Hotel Classification Ensures? An empirical analysis of the relationship between objective classification outcomes and subjective online guest ratings for hotels in Switzerland» (veröffentlicht)

Bachelorarbeiten durch Dr. Monika Bandi Tanner genehmigt:

- Lukas Gunti: «The effect of a fiscal reform on Swiss rural municipalities: Analysis of a new water-fee system and its impact on mountain regions in Switzerland» (unveröffentlicht)
- Smitha Nambuseril: «Entwicklung der Sharing Economy: Hintergründe zur Entstehung, Abgrenzung und Kategorisierung der Ökonomie des Teilens» (unveröffentlicht)
- Jonas Schwery: «Das rasante Wachstum von Airbnb in der Schweiz: Inwiefern ökonomische Effekte ins Gewicht fallen und Best Practices für regulatorische Aspekte» (unveröffentlicht)

Sonderstudien:

- Dominik Zemp: «Bewertung von Grossanlässen – Literaturanalyse und Anwendung des Bewertungstools für Anlässe» (unveröffentlicht)

Neuer CAS Tourismusökonomie

Im September 2018 startet (vorbehaltlich der Genehmigung durch den Senat) der neu lancierte CAS Tourismusökonomie an der Universität Bern. Der CAS-Lehrgang stellt einen in sich abgeschlossenen Weiterbildungsgang dar, kann jedoch mit weiteren CAS-Lehrgängen kombiniert und zum «Executive MBA in Marketing Management» ausgebaut werden. Die Teilnehmenden des CAS Tourismusökonomie lernen, den Tourismus in seiner Komplexität zu erfassen und zu verstehen. Sie werden befähigt, sowohl strategische Entscheide vor dem Hintergrund einer vernetzten Welt zu fällen, als auch Methoden und Instrumente des Tourismusmanagements anzuwenden. Der CAS Tourismusökonomie gliedert sich in 8 Module à 3 Tage, die zwischen dem 13. September 2018 und dem 15. März 2019 stattfinden. In den Modulen werden die Themen Grundlagen zum Tourismus, Entrepreneurship und Qualitätsmanagement, Erlebnisökonomie und Eventmanagement, Umweltökonomie und Corporate Responsibility, Destinationsmanagement, Tour Operating sowie Tourismuspolitik behandelt. Ausserdem werden die vielen theoretischen Modelle und Lösungsansätze im Rahmen einer Fachexkursion vernetzt und anhand der destinationsspezifischen Herausforderungen diskutiert.

Forschung und Dienstleistung

Im Berichtsjahr wurde an mehreren Forschungs- und Dienstleistungsprojekten entlang der Forschungsschwerpunkte gearbeitet:

Tourismus und Regionalentwicklung

BE! Tourismus AG - Wirkungsanalyse Tourismusmarketing *(laufend)*

Zur besseren Bearbeitung seiner touristischen Märkte hat der Kanton Bern im 2012 die Dachmarketingorganisation BE! Tourismus AG ins Leben gerufen. Die Forschungsstelle Tourismus führt im Auftrag des beco eine Wirkungsanalyse für die BE! Tourismus AG durch. Konkret steht die Entwicklung eines Wirkungsmodells mit konkreten Indikatoren, die quantitative Messung der aktuellen Wirkung der touristischen Marketingarbeit bei den Gästen sowie die qualitative Untersuchung der entwickelten Wirkung der touristischen Marketingarbeit bei den Stakeholdern im Zentrum. Daraus werden Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Tourism in Switzerland under the Tourism Area Life Cycle Model – identification and recommendations for tourism policy at different stages of tourism development *(laufend)*

Das Ziel des Projektes ist es, die letzte Periode von nationalen Politikinstrumenten (NRP 2008-2018) in Bezug auf Tourismusdestinationen zu evaluieren. Dazu wird die Entwicklung von Tourismusdestinationen anhand des Tourism Area Life Cycle (TALC) Models analysiert. Eine Einordnung der Destinationen ins 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.

Förderung des Tourismusbewusstseins - Stossrichtungen zur Tourismus-Sensibilisierung in der Destination Interlaken *(laufend)*

Der Tourismus in Interlaken steht mit den zunehmenden Gästezahlen von Herausforderungen. Im Auftrag von Interlaken Tourismus (TOI) wird eine aktuelle Betrachtung der Auswirkungen des Tourismus in der Destination bezüglich ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Indikatoren vorgenommen und eine Inventur der Konfliktpunkte zwischen Einheimischen und Tourismus erstellt. Aus den abgeleiteten Chancen und Risiken sollen Strategieansätze erarbeitet werden, welche das Tourismusbewusstsein in der Destination fördern und aus denen Stossrichtungen zur Tourismus-Sensibilisierung abgeleitet werden können.

Grossanlässe der Gemeinde Saanen und ihre Bewertung – Beitrag für die Regionalwirtschaft und Bewertungstool für die Anlässe

(abgeschlossen)

Aus dem erstellten «Saaner Bewertungstool» zur zukünftigen Unterstützung von Events in der Region wurde in der Berichtsperiode ein Leitfaden für die Praxis sowie ein Lehrmodul für weiterführende Schulen mit dem Titel Event Performance Index (EPI) - Bewertung von Events für eine transparente Unterstützungspraxis – «Saaner-Modell» erstellt.

Das Zweitwohnungsgesetz und sein Einfluss auf lokale Wachstumskoalitionen – Erste Überlegungen am Fallbeispiel Oberengadin *(abgeschlossen)*

In diesem Artikel wurde die Bedeutung des Zweitwohnungsgesetzes auf die momentane Rolle von lokalen Wachstumskoalitionen in den alpinen Gebieten untersucht. Dabei wurden lokale Begebenheiten zum Kräfteverhältnis verschiedener Anspruchsgruppen exemplarisch aufgearbeitet sowie Faktoren, die das Zweitwohnungsgesetz in seiner Umsetzung begünstigen können, diskutiert. Das Projekt wurde zusammen mit dem Bereich CRED-Geographie (Raumentwicklung und -planung) bearbeitet und als Paper publiziert.

Betriebliche Kooperationen im Schweizer Tourismus *(laufend)*

Überbetriebliche Kooperationen werden in der Praxis rege diskutiert. Sie bilden eine strategische Handlungsoption für Betriebe im Schweizer Tourismus und haben vielfältiges Potential. Verschiedenste Faktoren spielen eine Rolle dabei, ob und wie Kooperationen erreicht bzw. erfolgreich gestaltet werden können. Die Thematik ist somit auch in der Tourismusforschung von grosser Relevanz. Interviews mit Schweizer Tourismusexperten haben dabei geholfen, Fragestellungen für Projekte zu dieser interessanten Thematik abzuleiten. Ein erstes Forschungsprojekt wurde lanciert mit dem Ziel, die bisherigen wissenschaftlichen Wissensgrundlagen zu Kooperationen im Tourismus zu synthetisieren und um die theoretische Grundlage für weitere Projekte zu erarbeiten.

Digitale Tourismuswirtschaft *(laufend)*

Die Digitalisierung übt Einfluss auf den Tourismus aus und verändert ihn. Daraus ergeben sich zahlreiche Herausforderungen und Chancen in verschiedenen Teilbereichen wie Infrastruktur, Sharing Economy oder Geschäftsmodelle/-prozesse. Diese haben wiederum Auswirkungen auf die Marktbearbeitung, auf den touristischen Arbeits- und Bildungsmarkt oder den Strukturwandel. In Zusammenarbeit mit der Uni St. Gallen,

der HES-SO in Sierre und der HSLU in Luzern erarbeitet das CRED-T im Auftrag des SECO, Direktion Standortförderung einen umfassenden Grundlagenbericht zum Thema «Digitale Tourismuswirtschaft».

Tourismus und Makroökonomie, insbesondere Einfluss von Wechselkursveränderungen

Grundlagen zum Währungsrisikomanagement im Schweizer Tourismus *(laufend)*

Im Rahmen eines Forschungsprojektes wird die Bedeutung des Währungsrisikomanagements (WRM) diskutiert. Das Projekt analysiert, welche Instrumente des WRM Schweizer Tourismusbetriebe anwenden können, um sich gegen Wechselkursschwankungen abzusichern. Anhand von Fallstudien wird untersucht, wie ausgewählte Schweizer Tourismusbetriebe tatsächlich mit der Thematik umgehen. Zusätzlich werden daraus Strategieansätze abgeleitet.

Determinanten des Währungsrisikomanagements in der Schweizer Hotellerie *(laufend)*

Im Rahmen eines Forschungsprojektes wird anhand einer breit angelegten Umfrage unter den Mitgliedern von hotellerieuisse untersucht, mit welchen Strategien sich die Hotels gegen Währungsrisiken absichern. Zusätzlich wird analysiert, durch welche Eigenschaften (Determinanten) sich Hotels auszeichnen, die sich gegen Währungsrisiken absichern.

Währungsrisikomanagement für die Schweizer Hotellerie: Entwicklung Lernmodul Währungsrisikomanagement *(laufend)*

Es hat sich gezeigt, dass das Thema Währungsrisikomanagement trotz hoher Relevanz in der Ausbildung der Hoteliers kaum behandelt wird. Daher soll in Zusammenarbeit mit hotellerieuisse ein Lernmodul zum Thema Währungsrisikomanagement entwickelt werden, das spezifisch auf die Aus- und Weiterbildung von Hoteliers zugeschnitten ist. Dieses über Innotour unterstützte Lernmodul soll Dozierenden ermöglichen, das anspruchsvolle Thema Währungsrisikomanagement zielgruppengerecht zu vermitteln.

Tourismus und Erlebnisökonomie

Gastfreundlichkeit als Begeisterungsmerkmal in der Schweizer Hotellerie - Bestimmungsfaktoren, Effekte und Handlungsansätze *(abgeschlossen)*

Gastfreundlichkeit kann zu höherer Gästezufriedenheit und damit in vielen Fällen auch zu einer stärkeren Gästeloyalität führen. Dazu hat Schweiz Tourismus 2013 den Prix Bienvenu Award lanciert, um die gastfreundlichsten Hotels basierend auf Online-Gästebewertungen verschiedener Portale auszuzeichnen. Im Projekt wurde untersucht, welche Bestimmungsfaktoren auf Betriebs- und Destinationsebene zu einem hohen Niveau an Gastfreundlichkeit bei Beherbergungsbetrieben führen. Im Weiteren wurden erste empirische Untersuchungen betreffend Niveau der Gastfreundlichkeit und der Unternehmensperformance durchgeführt. Weiter konnten mit Praxisvertretern erste strategische Handlungsansätze zur Stärkung der Gastfreundlichkeit im Kontext der Beherbergungsbranche abgeleitet werden.

Future of Travel Agency – Entwicklungen, Trends, Zukunftsperspektiven und mögliche Strategien *(laufend)*

In Zusammenarbeit mit dem Schweizer Reise-Verband SRV analysiert die Forschungsstelle aufkommende Trends in der Reisebranche, diskutiert mögliche Entwicklungspotentiale und entwickelt zukunftsorientierte Strategien für die Reisebüros im Rahmen eines Innotour-Projekts. Der praxisorientierte Fokus des Projekts soll die Schweizer Travel Agencies dabei unterstützen, sich nach den künftigen Bedürfnissen der Kunden auszurichten und dazu anregen eine eigene Positionierung für die Zukunft zu entwickeln.

Programmbegleitung und -weiterentwicklung des Qualitäts-Programms des Schweizer Tourismus (STV) *(laufend)*

Die Forschungsstelle Tourismus nimmt für das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus einen Evaluationsauftrag wahr. Sie hat Einsitz in den Fach- und Arbeitsgruppen, um das Programm stetig weiterzuentwickeln und anzupassen.

Mitwirkung in Gremien

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

- Beirat Schweizer Tourismus-Verband (STV)
- Fachgruppe Qualitäts-Programm (FGQ) und Arbeitsgruppen zur Überarbeitung des Qualitäts-Programms STV
- Fachbeirat Internationale Schule für Touristik (IST)
- Expertengremien: «Swiss Mountain Award» (Jury-Präsidium), «Freundlichstes Hotel der Schweiz» von Schweiz Tourismus (ST) und «UNESCO Welterbe-Kristall»

Wissenschaftliche Tätigkeit

Im Berichtsjahr waren Mitarbeitende der Forschungsstelle Tourismus wie folgt ausseruniversitär wissenschaftlich tätig:

- Teilnahme TRC Conference in Lissabon
- Teilnahme International Conference on Tourism and Business (ICTB) in Luzern
- Teilnahme Nationale ICAS-Tagung in Pontresina
- Teilnahme 21. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT) «Internationalisierung des Tourismus – Tourismus im Wandel» auf der Insel Mainau
- Teilnahme 9th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality & Leisure in Cartagena, Spanien
- Teilnahme an der BI Norwegian Business School (Global School in Empirical Research Methods Programme) in Oslo
- Moderationstätigkeit im Rahmen des Tourismus Forums des SECO in Bern
- Lehrauftrag an der Universität St. Gallen im Rahmen der Vorlesung «Tourism Systems – Analysis and Sustainable Management»

Publikationen

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

- Gerber, J.D., Bandi Tanner, M. (2018): The Role of Alpine Growth Coalitions in the Development of Second Homes: Preliminary Lessons from Switzerland, Land Use Policy.
- Bandi Tanner, M., Lehmann Friedli, T., Künzi, A., Müller, H.R. (2017): Event Performance Index. Bewertung von Events für eine transparente Unterstützungspraxis – Das «Saaner Modell», Leitfaden, Bern: CRED-T.
- Bandi Tanner, M., Pfammatter, A. (2018): Der Erlebnis-Check - Ein Wahlmodul für das „Qualitäts-Programm 3.0“ des Schweizer Tourismus, Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2017/2018, Band 9, S. 141–153.

Im Berichtsjahr erschienen bei der Forschungsstelle wiederum neue CRED-Berichte und Tourismus-Impulse. In den CRED-Berichten werden Ergebnisse von abgeschlossenen Forschungsarbeiten, anwendungsrelevanten Projekten sowie spannenden Masterarbeiten aufgezeigt. Die Tourismus-Impulse vermitteln die Ergebnisse aus einzelnen CRED-Berichten in geraffter Form für eine breite Leserschaft.

CRED-Berichte:

- CRED-Bericht Nr. 16: Bieri, M., Niederberger, M. (2017): Cooperation in the Swiss Hotel Industry: The Entrepreneur's Setup, Bern.

Tourismus-Impulse:

- Tourismus-Impulse Nr. 17: Bandi Tanner, M., Hämmerli, S., Julen, C. (2018): Gastfreundlichkeit als Begeisterungsmerkmal in der Schweizer Hotellerie – Bestimmungsfaktoren, Effekte und Handlungsansätze.
- Tourismus-Impulse Nr. 16: Bandi Tanner, M., Herzog, J., Gerber, J.D. (2018): Das Zweitwohnungsgesetz und sein Einfluss auf lokale Wachstumskoalitionen – Erste Überlegungen am Fallbeispiel Oberengadin.
- Tourismus-Impulse Nr. 15: Pfammatter, A., Bandi Tanner, M., Lehmann Friedli, T. (2017): Voraussetzungen erfolgreicher Kooperation im Tourismus – Erweiterte Diskussionsgrundlage.
- Tourismus-Impulse Nr. 14: Bandi Tanner, M., Lehmann Friedli, T., Beck, C. (2017): Das 3.0 Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus – Bewährtes und Neues im Überblick.

Dokumentation

Im Tourismussektor der VWL-Bibliothek UniS sind nebst Statistiken, Schriftenreihen und Jahresberichten rund 4'880 aktuelle Publikationen zu Freizeit und Tourismus über die IDS-Datenbank online abrufbar. In einem Archiv werden weitere 500 ältere Bücher aufbewahrt. Zur Tourismus-Bibliothek gehören zudem fast 150 Dokumentationschachteln mit Zeitschriftenartikeln aus über 50 Periodika. Im Jahr 2017 wurden etwa 30 neue Bücher aufgenommen und zahlreiche Artikel ausgewertet und abgelegt.

Gönnerschaft

Unseren Gönnern, die 2017 die Forschungsstelle Tourismus mit einem freiwilligen Beitrag unterstützten, danken wir an dieser Stelle ganz herzlich:

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, Chur
Basel Tourismus, Basel
beco – Berner Wirtschaft, Bern
Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG, Engelberg
BERNEXPO AG, Bern
Bern Tourismus, Bern
Bettmeralp Bahnen AG, Bettmeralp
Credit Suisse AG, Bern
Destinationen Kanton Bern, Adelboden
Flims Laax Falera Management AG, Flims
Freienhof Thun AG, Thun
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
Höhere Fachschule für Touristik (IST), Zürich/Lausanne

Hotel Schweizerhof, Bern
HOTELA, Montreux
hotelleriesuisse, Bern
Imboden Tourismus GmbH, Bern
Interlaken Tourismus, Interlaken
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
Saas-Fee / Saastal Tourismus, Saas-Fee
Säntis Schwebbahn AG, Schwägalp
SBB AG, Bern
Schilthornbahn AG, Interlaken
Schweiz Tourismus, Zürich
Schweizer Alpen-Club SAC, Bern
Schweizer Jugendherbergen, Zürich
Schweizer Reisekasse (Reka) Genossenschaft, Bern
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 Biel Seeland, Biel
Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair, Scuol
UNESCO Biosphäre Entlebuch, Schüpheim
Verband öffentlicher Verkehr (VÖV), Bern
Verband Schweizer Schifffahrtsunternehmen (VSSU), Zürich
Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM), Bern
Vorarlberg Tourismus GmbH, Dornbirn (A)

Fachbeitrag

Dimensionen und Auswirkungen von Erlebnisqualität: Eine Analyse von SAC-Hütten und ihren Gästen

Erlebnisangebote gewinnen sowohl für Konsumenten, als auch für Anbieter zunehmend an Bedeutung. Gerade im Tourismus suchen Gäste nicht mehr nur Produkte und Dienstleistungen, sondern Erlebnisse. Damit ein Angebot jedoch erfolgreich als Erlebnis inszeniert werden kann, braucht es ein gutes Verständnis davon, was ein Erlebnis ausmacht. Im vorliegenden Artikel¹ wird am Beispiel von SAC-Hütten auf die Komponenten der Erlebnisqualität eingegangen sowie die Bedeutung der Erlebnisqualität für Zufriedenheit, Loyalität und Zahlungsbereitschaft der Gäste aufgezeigt.

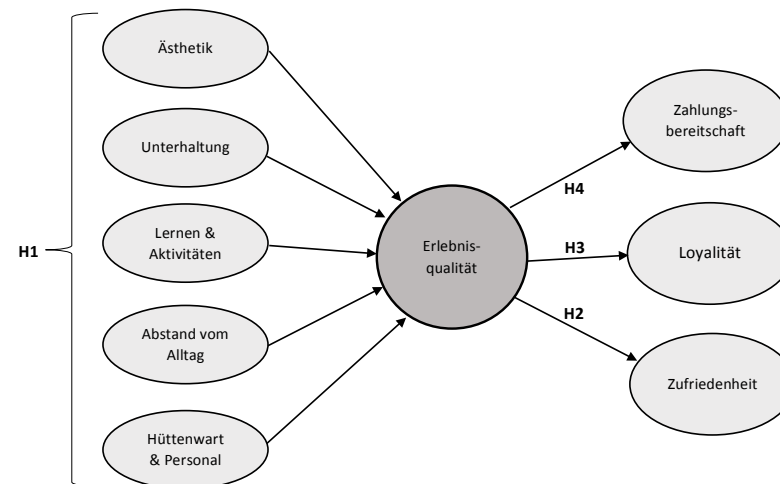
Modell der Erlebnisqualität und ihr Effekt auf Zahlungsbereitschaft, Loyalität und Zufriedenheit

In der vorgestellten Forschungsarbeit wurden mit Hilfe einer Literaturanalyse die Dimensionen der Erlebnisqualität ausgearbeitet. Dabei zeigte sich, dass die Dimensionen Ästhetik (bspw. Bergpanorama), Unterhaltung (bspw. Kartenspiel), Lernen & Aktivitäten (bspw. Slackline), Abstand vom Alltag (bspw. Vergessen von alltäglichen Verpflichtungen) sowie Hüttenwart und Personal (bspw. durch persönliche Beziehung) für die Erlebnisqualität eines Aufenthaltes in einer SAC-Hütte relevant sein können (vgl. *Abbildung 1*). Dies führte zur Hypothese, dass ein Gast die Erlebnisqualität anhand diesen Dimensionen bewertet (H1).

Aus Sicht der Anbieter ist relevant, wie sich die Erlebnisqualität auf die Attraktivität für die Gäste resp. den betrieblichen Erfolg auswirkt. In der Literatur wurden die Variablen Zahlungsbereitschaft, Loyalität und Zufriedenheit der Gäste als Erfolgsmasse untersucht. Dabei wurde basierend auf der wissenschaftlichen Literatur festgestellt, dass sich eine hohe Erlebnisqualität positiv auf die Erfolgsmasse auswirkt. Daher wurden die Hypothesen aufgestellt, dass sich die Erlebnisqualität auch im Fall von SAC-Hütten positiv auf die Zahlungsbereitschaft (H4), Loyalität (H3) und Zufriedenheit (H2) der Gäste auswirkt.

¹Lisa Jasmin Rasch (2017): Dimensionen und Auswirkungen von Erlebnisqualität im Tourismus: Eine Analyse von SAC-Hütten, Masterarbeit an der Forschungsstelle Tourismus, Bern.

Abbildung 1: Dimensionen der Erlebnisqualität und ihre Effekte



Quelle: Rasch (2018)

Umfrage

Um das entwickelte Modell der Erlebnisqualität und die daraus abgeleiteten Hypothesen zu überprüfen, wurden im Sommer 2017 Gäste in 19 verschiedenen SAC-Hütten anhand eines schriftlichen Fragebogens zu ihrem Aufenthalt befragt. Dabei wurden insgesamt 281 Fragebogen ausgefüllt. Soziodemographische Merkmale des befragten Samples waren:

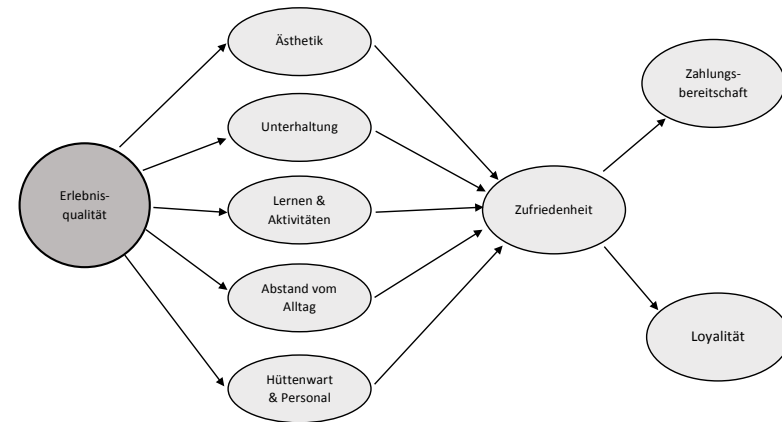
- 74% verfügen über einen Bildungsabschluss auf Tertiärstufe (Uni/FH, höhere Berufsbildung)
- 67% waren zum Zeitpunkt der Befragung als Angestellte erwerbstätig
- 91% der ausgefüllten Fragebögen wurde auf Deutsch beantwortet (was sich auch mit dem hohen Anteil der SAC-Mitglieder aus der Deutschschweiz (78%) deckt)
- 44% der Befragten sind SAC-Mitglied
- 80% waren Schweizer Gäste

Wie die Besucher auf die jeweilige SAC-Hütte aufmerksam wurden, war sehr unterschiedlich. Jeweils ein Drittel der Befragten hat durch Freunde oder Bekannte von der Hütte gehört oder eine andere als die aufgelisteten Möglichkeiten als Informationsquelle genutzt. Ein Sechstel der Befragten gab an, die Hütte im Internet recherchiert zu haben. Reiseführer (7%), Zeitschriften (5%), und Reisebüros (1%) wurden am wenigsten als Informationsquelle gewählt. Der hohe Anteil Freunde und Bekannte als Informationsquelle ist dabei ein möglicher Hinweis darauf, dass Mundpropaganda/Loyalität durchaus eine wichtige Rolle bei der Wahl der SAC-Hütte spielt. In den meisten Fällen war die Übernachtung in einer SAC-Hütte ein Kurztrip. 56% der Gäste gaben an, auf der Reise eine Nacht unterwegs zu sein. Der Grossteil der Befragten hatte zuvor bereits in einer SAC-Hütte übernachtet (87%). Dieser hohe Anteil ist ein weiterer Hinweis auf die Loyalität der Hüttenbesucher.

Erkenntnisse und Fazit

Die Datenauswertung konnte die aufgestellten Hypothesen teilweise bestätigen, indem teils ein positiver Effekt der Erlebnisqualität auf Zahlungsbereitschaft, Loyalität und Zufriedenheit nachgewiesen werden konnte. Die vorgestellte Forschungsarbeit zeigt jedoch auch die Komplexität der Beziehung zwischen Erlebnisqualität und den drei Erfolgsvariablen auf. So wurden vielmehr direkte als auch indirekte Effekte aufgezeigt. Zwischen den einzelnen Erlebnisdimensionen und Zufriedenheit liess sich ein direkter und positiver Zusammenhang nachweisen, wobei sich die Zufriedenheit wiederum positiv auf die Loyalität und Zahlungsbereitschaft auswirkt, was daher einer indirekten Wirkung auf Erlebnisqualität entspricht (vgl. *Abbildung 2*). Im Falle der Erlebnisqualität von SAC-Hütten führt insbesondere die ästhetische Gestaltung der SAC-Hütte und die Interaktion mit den Hüttenwarten zu diesen direkten und indirekten Effekten. Ästhetik sowie Hüttenwart & Personal waren auch die beiden Variablen, welche von den Gästen am höchsten bewertet wurden. Daraus lässt sich schliessen, dass sowohl die Ästhetik als auch die Hüttenwarte zum einen wichtig für die Zufriedenheit der Gäste sind und dass zum anderen bereits ein hohes Qualitätsniveau dieser beiden Erlebnisdimensionen erreicht ist. Auch in persönlichen Gesprächen wurde der Hüttenwart/die Hüttenwartin als wichtige Motivation für den (erneuten) Besuch einer SAC-Hütte genannt. Für die anderen Dimensionen Unterhaltung, Abstand vom Alltag (Escapism) und Lernen & Aktivitäten konnten keine Effekte nachgewiesen werden.

Abbildung 2: Direkte und indirekte Effekte der Erlebnisqualität



Quelle: Rasch (2018)

Diese Ergebnisse bestätigen, dass Erlebnisse im Tourismus bedeutend sind. Aus Gästesicht erhöht sich der Erlebniswert durch den persönlichen Kontakt zwischen Gastgeber und Gast, da dieses «Gastgeber sein aus Leidenschaft» ein Begeisterungsmerkmal darstellt und sich von der üblichen Servicequalität als Leistungsmerkmal abhebt. Der erhöhte Erlebniswert führt zu einer Steigerung der Erlebnisqualität. Die empathische und persönliche Interaktion mit jedem einzelnen Gast stellen für SAC-Hütten eine zentrale Möglichkeit dar, die Gastfreundlichkeit zu stärken, was sich längerfristig in einer höheren Zahlungsbereitschaft und Loyalität widerspiegeln wird.

Yelka Eggenschwiler

Herausgeberin:

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

Tel. +41 31 631 37 11
info@cred.unibe.ch
www.cred-t.unibe.ch

ISSN 2571-8754