

«Der Fisch beginnt am Kopf zu stinken»

TOURISMUS Martin Barth forscht an der Hochschule Luzern im Bereich Tourismus und Nachhaltigkeit. Der Experte nennt die Stärken und Schwächen des Schwyzer Tourismus und spricht über die Zentralschweizer Gastfreundschaft und den Chinesen 2.0.

MIT MARTIN BARTH SPRACH CHRISTOPH CLAVADETSCHER

Zurzeit ist Hochsaison. Ganz allgemein beurteilt, wie gut ist der Schwyzer Tourismus aufgestellt?

Ziemlich gut. Schwyz kann einen guten Mix bieten: Berge, Seen, Hotels, Gastronomie, Ausflugsziele und Museen. Die Vielseitigkeit ist gegeben, man ist nicht nur abhängig von einem Aushängeschild.

Sie setzen sich in Ihrer Forschung mit nachhaltigem Tourismus auseinander und haben auch ein Buch dazu veröffentlicht. Das Wort «nachhaltig» wird heutzutage fast inflationär verwendet. Wie definieren Sie nachhaltigen Tourismus?

(lacht) «Nachhaltig» wird wirklich oft gebraucht. Im Tourismus ist die Nachhaltigkeit aber besonders wichtig. Die ist gegeben, wenn der Tourismus nicht nur ökonomisch, sondern auch ökologisch und sozial-kulturell geprägt ist.

Können Sie das präzisieren, wann ist Tourismus gesund?

Wenn vor Ort die Menschen, die Natur, die Geschichte und Traditionen sowie die Kultur mit einbezogen und darauf Rücksicht genommen wird. Zusammengefasst: Wenn auf dem Gegebenen aufgebaut wird und nicht wie beispielsweise in Dubai ganze Angebote aus dem Boden gestampft und künstliche Welten erschaffen werden.

Und das funktioniert in Schwyz gut?

Obwohl ich kein Schwyzer bin, würde ich sagen ja. Ich sehe viele gute Produkte. Zudem haben die meisten die Wichtigkeit von Investitionen erkannt. Beispielsweise der Tierpark, die Rigi, Sattel-Hochstuckli, Stoos oder das Hoch-Ybrig, um nur einige zu nennen.

Was ist das Paradebeispiel in Schwyz für nachhaltigen Tourismus?

Auch hier gibt es mehrere. Sicher der Natur- und Tierpark in Goldau. Mit Rücksicht auf die eigene Geschichte und die Wurzeln und in Einklang mit der Natur ist ein höchst professioneller Betrieb mit hohen Frequenzen herangewachsen. Klar ist da vieles auch inszeniert, aber keine Scheinwelt à la Mystery Park. Andere Beispiele sind die Erlebniswelt Muotathal oder Pro-

dukte wie der Weg der Schweiz oder der Waldstätterweg.

Das tönt alles sehr schön und gut. Doch auch im Schwyzer Tourismus gibt es doch sicher Punkte, wo man ansetzen müsste?

Was Schwyz etwas fehlt, ist die Profilschärfe, da besteht Optimierungsbedarf. Die Vermarktung nach aussen könnte besser sein, auch was die Nahmärkte betrifft. Stellt man die Frage, wofür steht der Kanton Schwyz, kann man keine klare Antwort geben. Jung und alt, Chinesen, Kulturbeflissene und Wanderer werden gleichermaßen angesprochen. Ein Mix im Angebot ist zwar gut und darf auch sein, eine klare Strategie und Struktur ist aber wichtig. Gibt es kein klares Profil, besteht die Gefahr, dass man sich verzettelt. Womit hebt sich Schwyz deutlich von anderen Orten ab? Das muss verkauft werden.

Und das wäre?

Der Kanton Schwyz hat einige Trümpfe. Einerseits ist er ein geschichtsträchtiger Ort. Hinzu kommen die wunderschöne Natur, die Tradition und die Kultur. Man ist auf

«Was Schwyz fehlt, ist die Profilschärfe.»

dem Land, aber dennoch nahe den Zentren. Weiter gibt es einige Unternehmen, die als Leuchttürme wirken. Das sind beispielsweise die bereits genannten und in der Hotellerie etwa der Swiss Holiday Park, das Seehotel Waldstätterhof oder das Seedamm Plaza. Das lässt sich alles gut verkaufen. Die Schwierigkeit ist, das Richtige auf den richtigen Kanälen zu bewerben.

Zurzeit tourt die Seerose über den Vierwaldstättersee. Ist das Gästival mit seiner schwimmenden Plattform nachhaltig?

Diese Frage kann man sich stellen. Ich sehe die Hauptaufgabe der Seerose und des Gästivals darin, das Verständnis für den Tourismus zu fördern. Der Öffentlichkeit soll bewusst gemacht werden, wie wichtig der

Tourismus und damit verbunden die Gastfreundschaft für unsere Region ist. Da dieses Vehikel viel Aufmerksamkeit auf sich zieht, dürfte dieses Ziel erreicht werden.

Ebenso ist Schwyz ein Hotspot des China-Tourismus geworden. Ich denke da an Brunnen oder die Rigi. Wie nachhaltig sind Gruppenreisen aus Fernost für die Region?

Das ist ein zweischneidiges Schwert. Einerseits schadet es sicherlich nichts, in anderen Märkten als dem europäischen präsent zu sein – die Frankenstärke lässt grüssen. Andererseits ist der Schwyzer Tourismus nicht auf grosse Gruppen aus Asien ausgerichtet. Das muss er aber auch nicht sein. Vielmehr soll sich Schwyz auf den Chinesen 2.0 konzentrieren, der immer mehr kommt: Individualreisende oder Kleingruppen, die mehr wollen als Löwendenkmal und Bucherer. Chinesen, die lernbegierig sind, die sich für Kultur, Geschichte und Traditionen interessieren.

Sie setzen sich schon länger mit nachhaltigem Tourismus auseinander. Was ist die Quintessenz Ihrer Arbeit?

Was ich sicher sagen kann: In den letzten Jahren hat sich in diesem Bereich sehr viel bewegt, ein Umdenken hat stattgefunden. Aber klar, das Potenzial, noch mehr zu machen, ist auch vorhanden. Damit meine ich nicht nur Schwyz, sondern die ganze Schweiz. Die Voraussetzungen bei uns sind ideal. Dabei denke ich etwa an Energiefragen oder Verkehr. Es fehlt da und dort noch etwas der Mut zur klaren Positionierung. Zudem braucht es ein ganzheitliches Denken. Es gibt keine Branche, die so viele Bereiche tangiert wie der Tourismus. Politik, Raumplanung, Energie, Infrastruktur, internationale Beziehungen, Finanzierung und vieles mehr. Das ist auch eine grosse Chance.

Sie haben sie bereits angetönt: die Gastfreundschaft. Sind wir wirklich so unfreundlich, wie man es immer wieder hört?

Nein, sicher nicht. Auch der ewige Vergleich mit den Österreichern hinkt etwas. Erstens macht die Sprache dort viel aus, und zweitens sind es sehr oft Familienbetriebe. Aber trotzdem: Auch wenn der

Schwyzer nicht per se unfreundlich ist, ist doch der Blick für den Gast an einigen Orten verloren gegangen.

Was kann man dagegen tun?

Die Sensibilisierung für diese Thematik ist sehr wichtig. Wir müssen zudem sicherstellen, dass die Branche attraktiv bleibt. Sonst besteht die Gefahr, dass die gut Ausgebildeten von den Hotelfachschulen in

«Der Chef muss Gastfreundschaft tagtäglich vorleben.»

eine andere Branche wechseln – was heute schon viel zu oft vorkommt. Die Ausbildung ist enorm wichtig. Wir müssen lernen und wieder ins Zentrum rücken, dass guter Service, eine positive Einstellung und Kommunikation im Tourismus enorm wichtig sind. Die Branche ist spannend, das müssen wir der Generation Y nur klarmachen.

Mittels Charta sollen in diesem Sommer Betriebe zu Gastfreundschaft verpflichtet werden. Wenn der Chef eine Charta unterschreibt, heisst das ja noch nicht, dass die Serviertochter an der Front freundlicher wird ...

Der Fisch beginnt am Kopf zu stinken. Mit der Unterschrift unter die Charta verpflichtet sich ein Betrieb zu Gastfreundschaft. Es wird ein Bewusstsein hergestellt. Aber klar: Der Chef muss es tagtäglich vorleben, institutionalisieren, sein Personal schulen, fördern und korrigieren. Ansonsten bleibt es ein Papiertiger.

Fast alles im Tourismus – zumindest im Kanton Schwyz – basiert auf privater Initiative und Finanzierung. Fordern Sie von der Politik mehr Unterstützung?

Das ist sicherlich so. Ich bin der Meinung, dass sich jede Branche selber finanzieren muss. Das Problem im Tourismus ist die kapitalintensive Infrastruktur. Hier ist auch die Politik gefordert, sie muss gute Rahmenbedingungen schaffen.

Nun zu Ihnen: Achten Sie beim Feriengestalten auf den Aspekt der Nachhaltigkeit?

(überlegt) Wir machen viel in der Schweiz Ferien. Ab nächster Woche bin ich beispielsweise zwei Wochen auf einer Alp. Einerseits weil es mich beruflich interessiert – auch hier steckt viel Potenzial drin, – andererseits um den Kopf durchzulüften. Ich erhoffe mir viele Inputs. Ansonsten achte schon auf Nachhaltigkeit. Ich kompensiere Flugmeilen, benutze viel den ÖV. Zudem haben wir nur noch ein Auto.

Unternehmen Sie auch Ausflüge in die Region Schwyz?

Ja klar. Sicher in den Tierpark oder in die Schwyzer Berge zum Skifahren und Wandern.

Und was gefällt Ihnen an der Zentralschweiz persönlich am besten?

Die schon erwähnte Vielfalt macht es aus. Berge, Seen, Natur, Kultur, Geschichte, Tradition. Das ist die grosse Stärke der Zentralschweiz. Aber eben: Das Ganze könnte man noch besser erzählen.

Zur Person

Name: Martin Barth
Geburtsdatum: 3. Oktober 1965
Zivilstand: verheiratet
Wohnort: Rifferswil
Beruf: Jurist, Dozent, Projektleiter, Leiter Weiterbildung und Kursleiter sowie Leiter des Interdisziplinären Schwerpunktes «Tourismus und nachhaltige Entwicklung» an der Hochschule Luzern. Geschäftsführer des World Tourism Forum Lucerne. Früher Generalsekretär der Mövenpick Unternehmungen (1997 bis 2000). Tourismusdirektor in Graubünden (2001 bis 2003).
Hobbys: Wandern, Skifahren, klassische Musik
Lieblingessen: Wild
Lieblingsgetränk: Rotwein
Lieblingstier: Hund
Lieblingsferienort: Engadin



Martin Barth ist Professor an der Hochschule Luzern und dort Leiter des Interdisziplinären Schwerpunktes «Tourismus und nachhaltige Entwicklung».

Bild Sandrine Hedinger