

# **Energie und Tourismus**

## **Energie erlebbar machen und den Tourismus nachhaltiger gestalten**

Institut für Tourismuswirtschaft ITW

**Dr. Roger Sonderegger**  
Dozent

T direkt +41 41 228 42 18  
roger.sonderegger@hslu.ch

Luzern 07.07.2017

## Energiestrategie 2050



Bildquelle: SRF

## Pariser Klimaabkommen 2015



Bildquelle: carbonbrief.org

«All tourism is dependent on energy,  
and virtually all energy use in tourism is  
derived from fossil fuels.»

Gössling & Peeters (2016)

## Globale Klimagasemissionen durch den Tourismus (nur CO<sub>2</sub>)

Luftfahrt*	522	40%
Auto	418	32%
Weitere Mobilität	39	3%
Beherbergung	274	21%
Aktivitäten	52	4%
Welt total**	26'400	
Tourismus	5%	
**gemäss IPCC 2007		

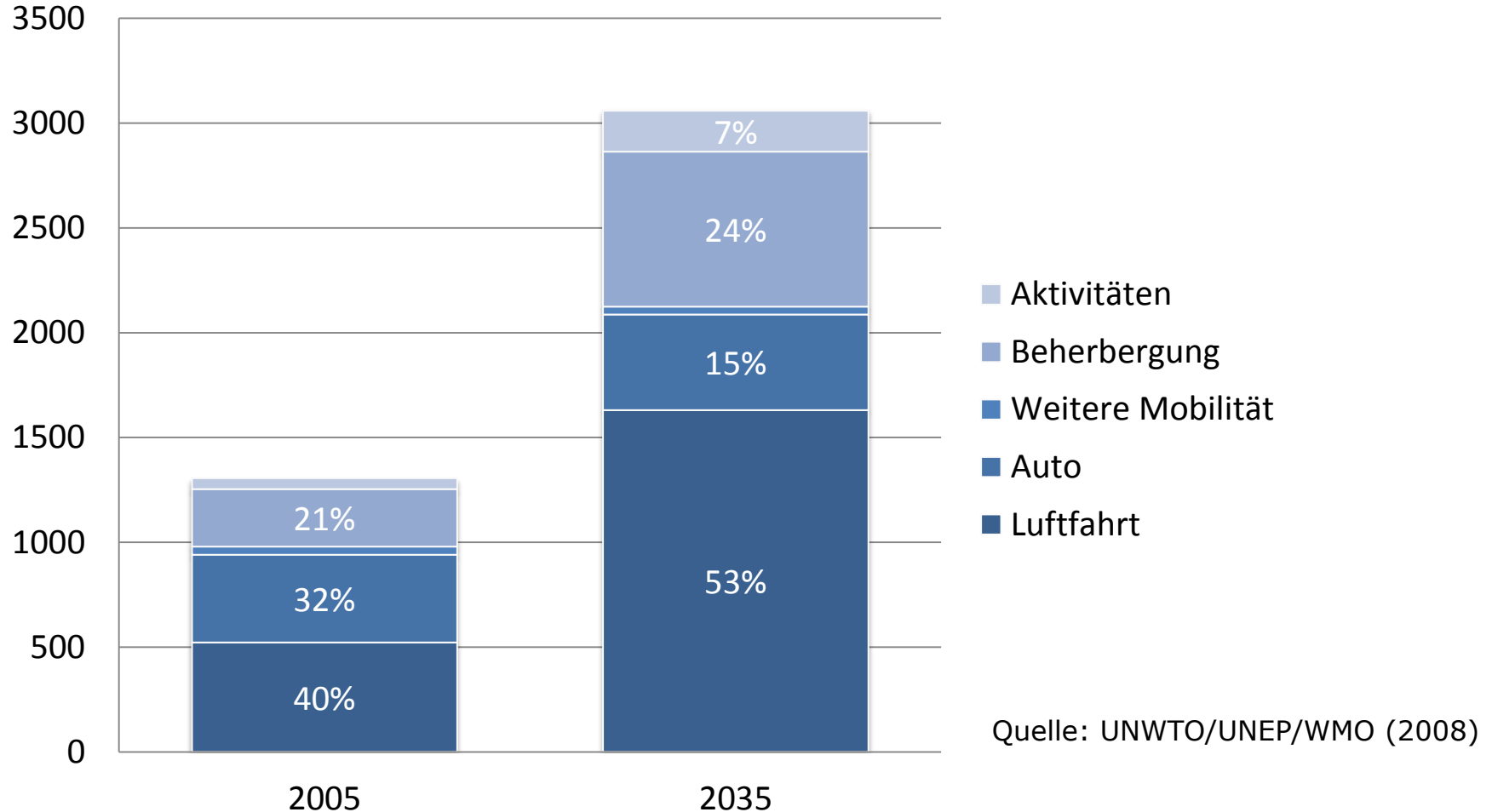
75% der weltweiten Emissionen im Tourismus entfallen auf die Mobilität

\*nur CO<sub>2</sub>, ohne andere Klimagase und indirekte Klimawirkung  
-> 5,2 – 12,5%

Quelle: UNWTO/UNEP/WMO (2008)

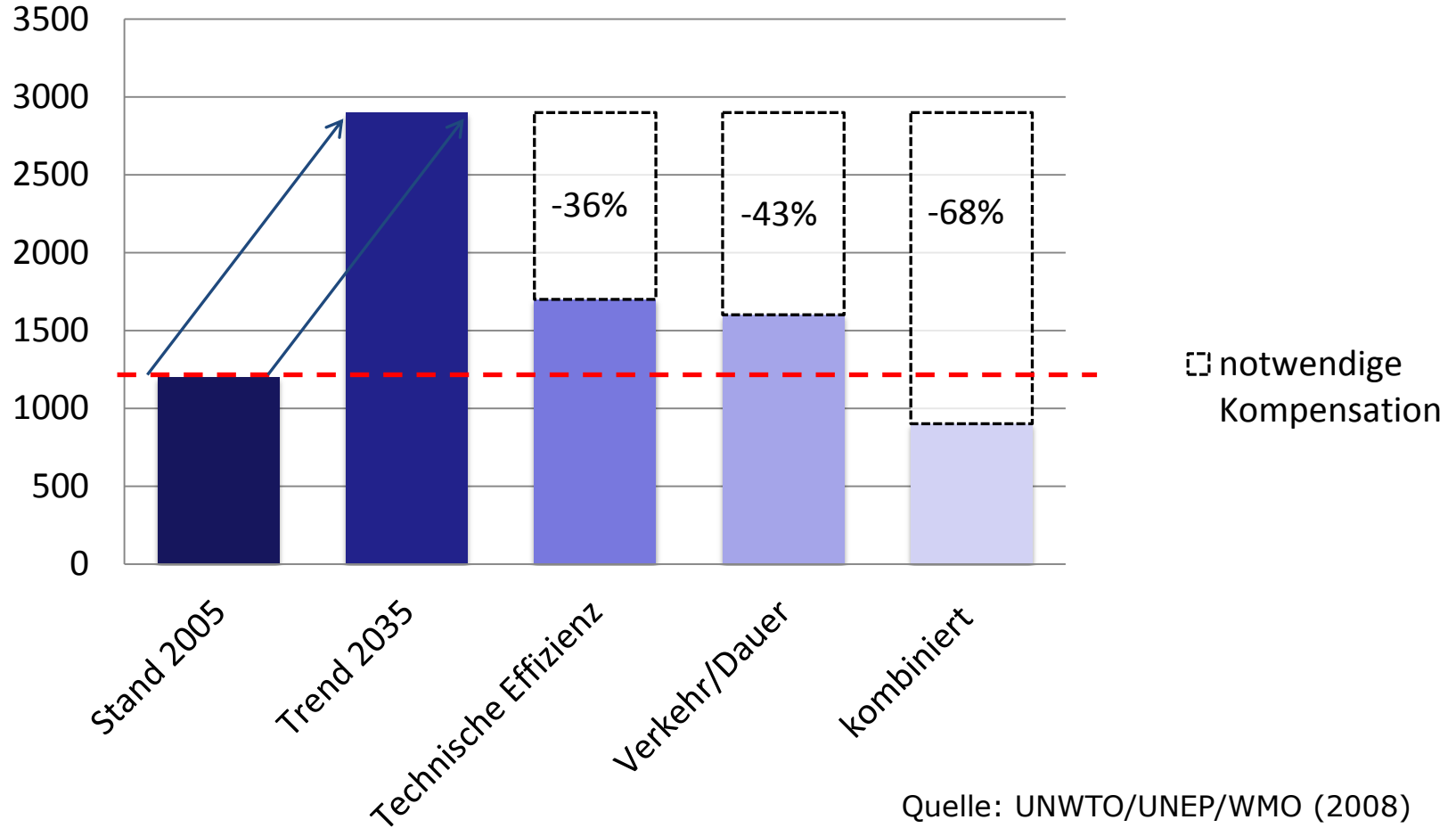
*«If tourism were a country, its CO<sub>2</sub>-emission would rank fifth, after the USA, China, the EU, and Russia.» (Scott et al. 2010: 396)*

## Energieanteile nach Bereichen



Quelle: UNWTO/UNEP/WMO (2008)

## Prognostizierte Entwicklung



## Auswirkungen auf Wintersportgebiete

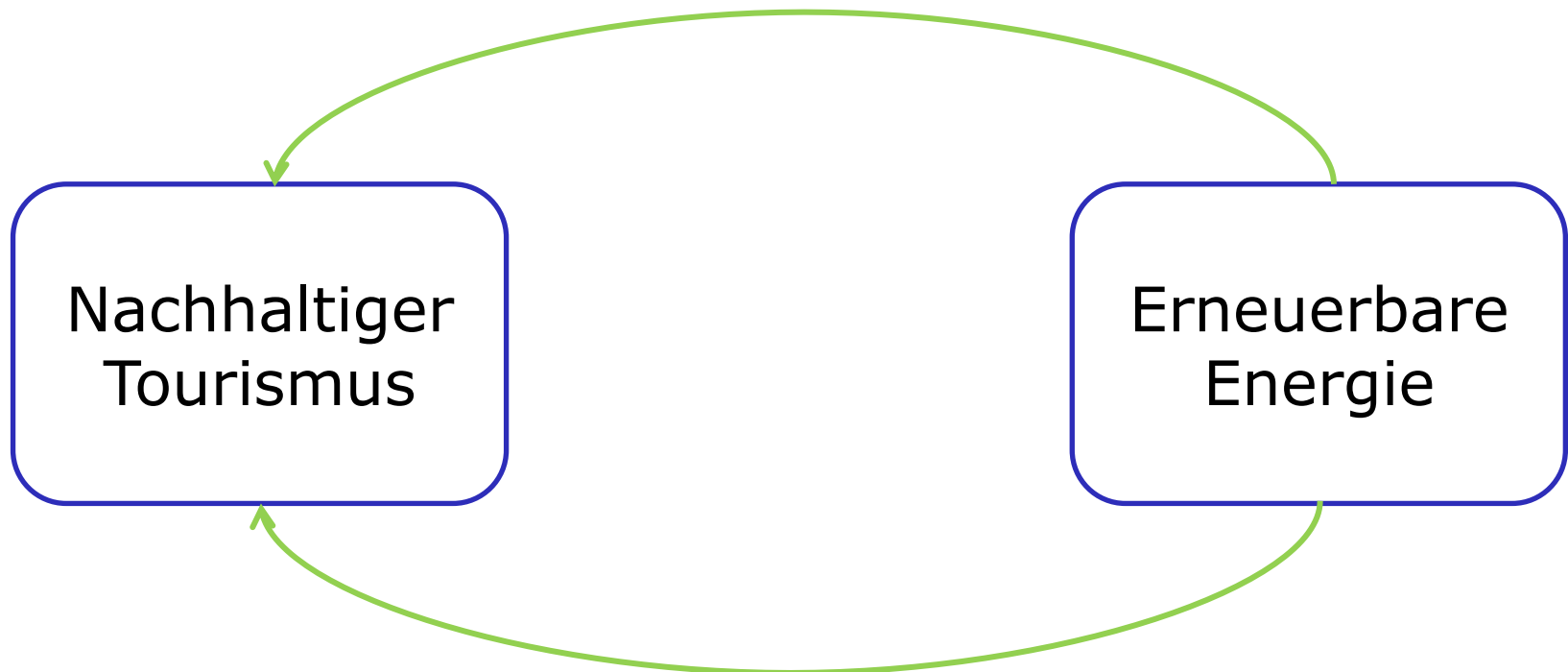
Die Zahl der schneefesten Gebiete würde bei einer Klimaerwärmung um 1°C auf 500, um 2°C auf 404 und um 4°C auf 202 zurückgehen. (...)

Die Schweiz ist demgegenüber unter den fünf Ländern am wenigsten bedroht, eine Erwärmung um 1°C würde dort nur in einer Abnahme der Zahl der schneesicheren Skigebiete um 10% resultieren, und bei einer Erwärmung um 4°C wäre mit einem 50%igen Rückgang zu rechnen (im Vergleich zur derzeitigen Zahl).

Quelle: OECD: Klimawandel in den Alpen: Anpassung des Wintertourismus und des Naturgefahrenmanagements (p. 4)



«Tourismus nachhaltiger machen»

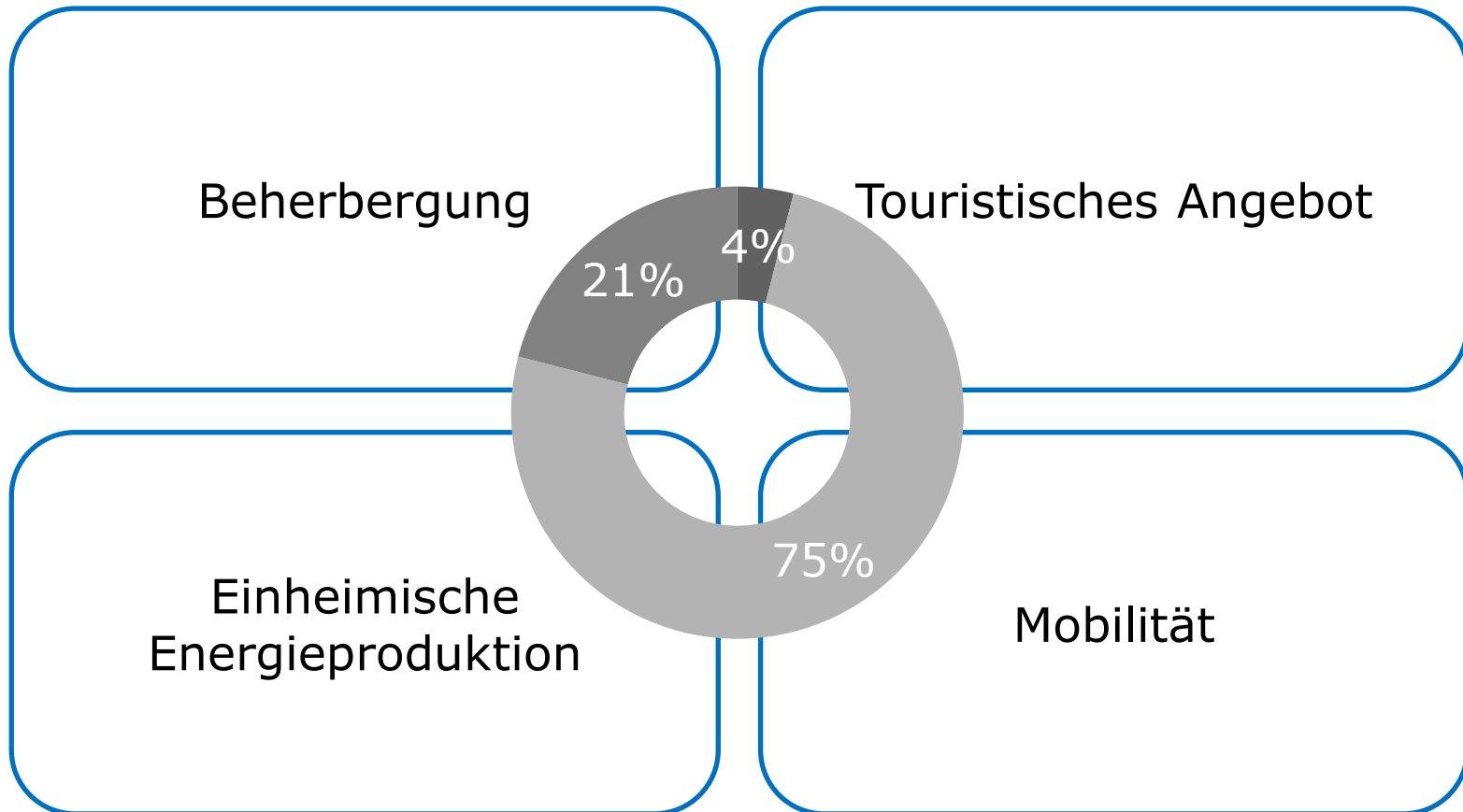


«Energie erlebbar machen»

## **Energie und Tourismus: zwei mögliche Zielsetzungen**

1. Beitrag zu Energieeffizienz, Erneuerbarkeit und CO<sub>2</sub>-Senkung leisten  
-> Beitrag zu einem positiven Image der Region für Besucher
2. Erneuerbare Energie (insbesondere Strom und Wärme) erlebbar machen und damit ein touristisches Angebot schaffen (Gewinnung und Mobilität)  
-> mehr Umsatz und mehr Stellen im Tourismus

## Energie und Tourismus: vier Handlungsfelder



## Handlungsfeld 1: Beherbergung (Monte Rosa Hütte)







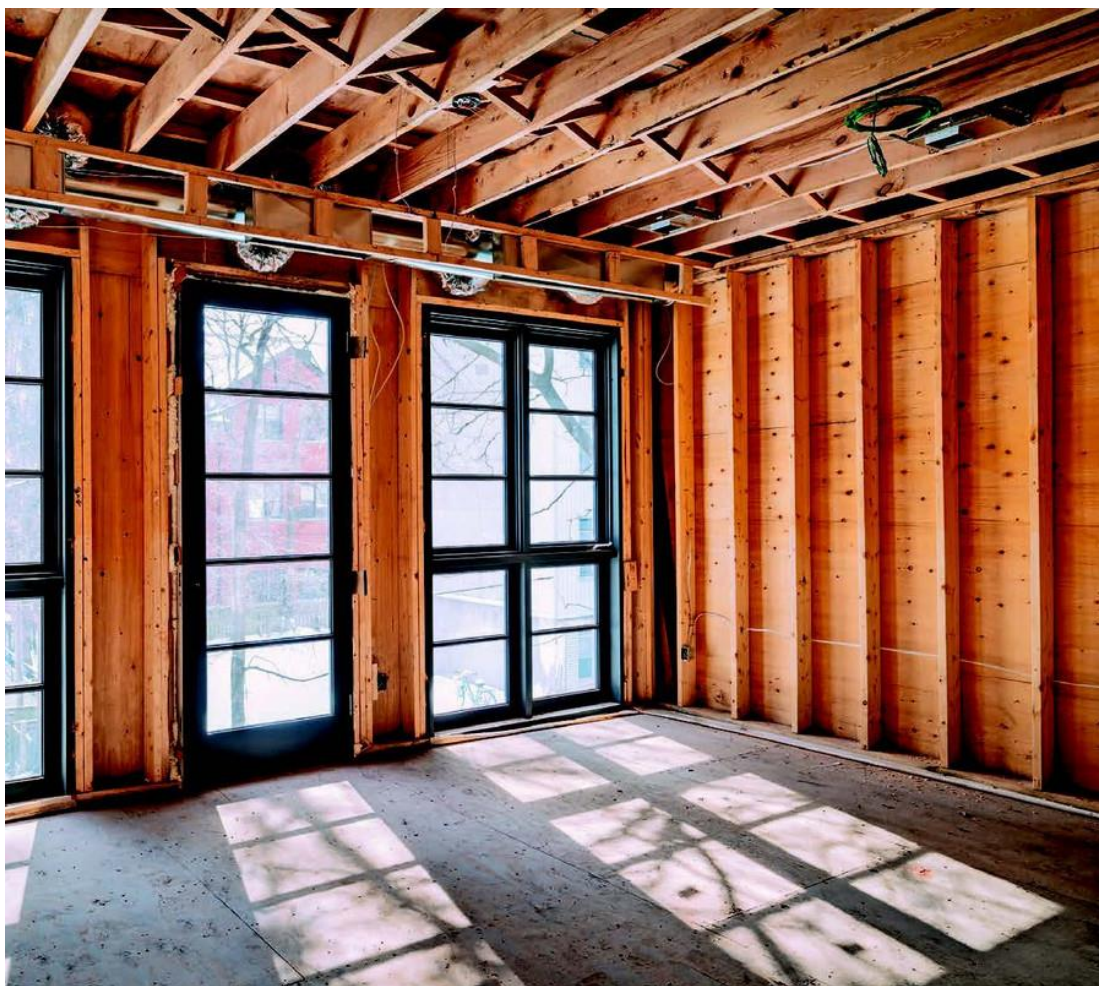


# Zeitweise belegte Gebäude

Nicht unnötig heizen



## Handlungsfeld 1: Beherbergung («Gut saniert...» in Adelboden)



Quelle: Haustech Magazin



## Handlungsfeld 2: Touristisches Angebot (Mont Soleil / Mont Crosin)



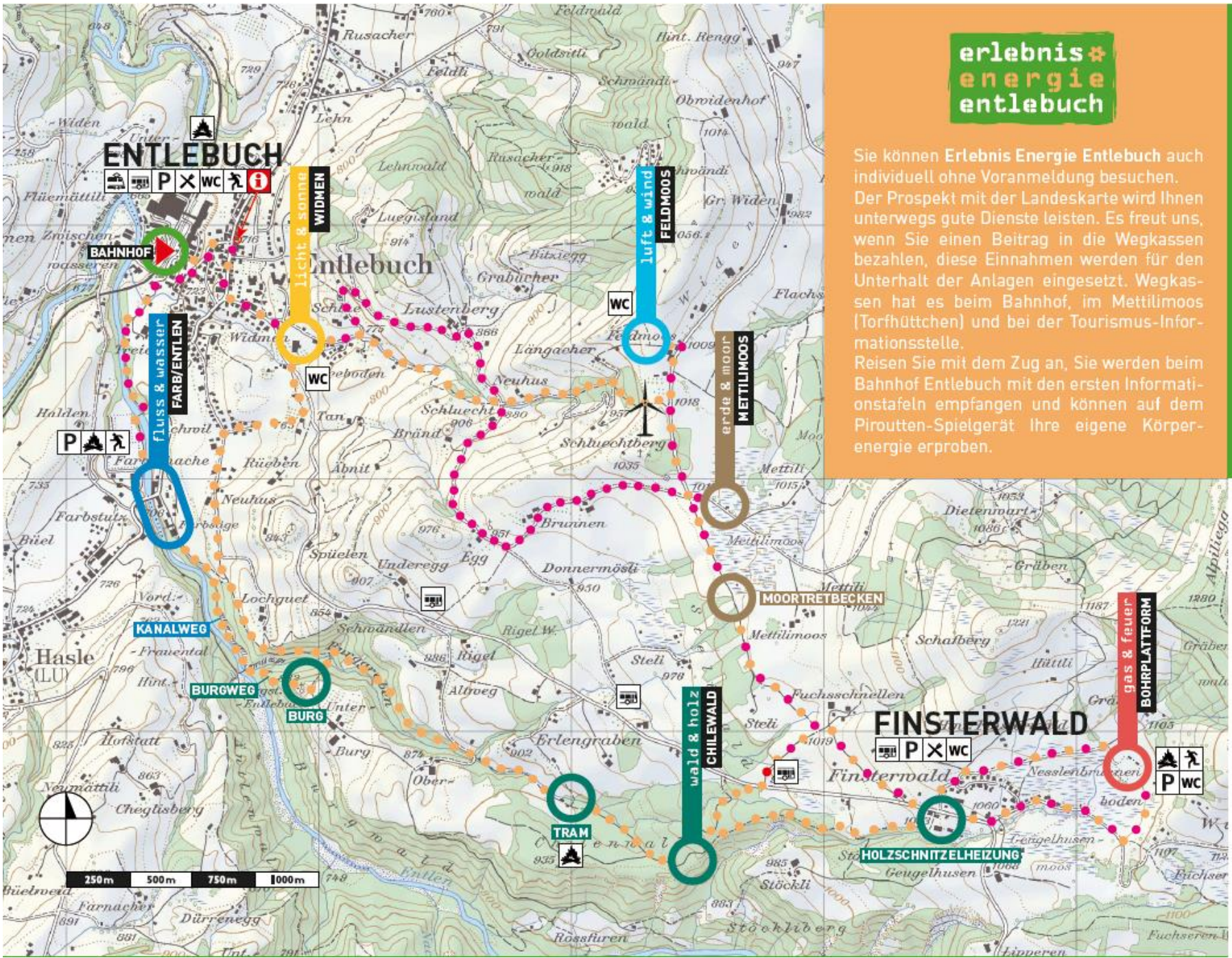
Quelle: Espace découvert



**erlebnis  
energie  
entlebuch**

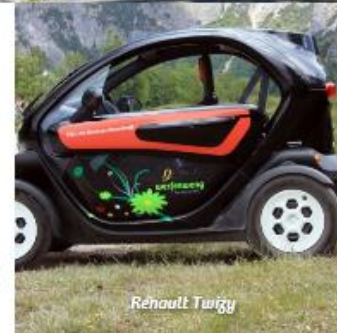
Sie können Erlebnis Energie Entlebuch auch individuell ohne Voranmeldung besuchen. Der Prospekt mit der Landeskarte wird Ihnen unterwegs gute Dienste leisten. Es freut uns, wenn Sie einen Beitrag in die Wegkassen bezahlen, diese Einnahmen werden für den Unterhalt der Anlagen eingesetzt. Wegkassen hat es beim Bahnhof, im Mettilmoos (Torfhüttchen) und bei der Tourismus-Informationsstelle. Reisen Sie mit dem Zug an, Sie werden beim Bahnhof Entlebuch mit den ersten Informationstafeln empfangen und können auf dem Piroutten-Spielgerät Ihre eigene Körperenergie erproben.

**besuch individuell**





## Handlungsfeld 3: Mobilität (Werfenweng)



## Handlungsfeld 3: Mobilität (Switchbus)



Bildquelle: [switzerland-explorer.ch](http://switzerland-explorer.ch)



## Handlungsfeld 3: Mobilität (Gepäcktransport für An- und Abreise)



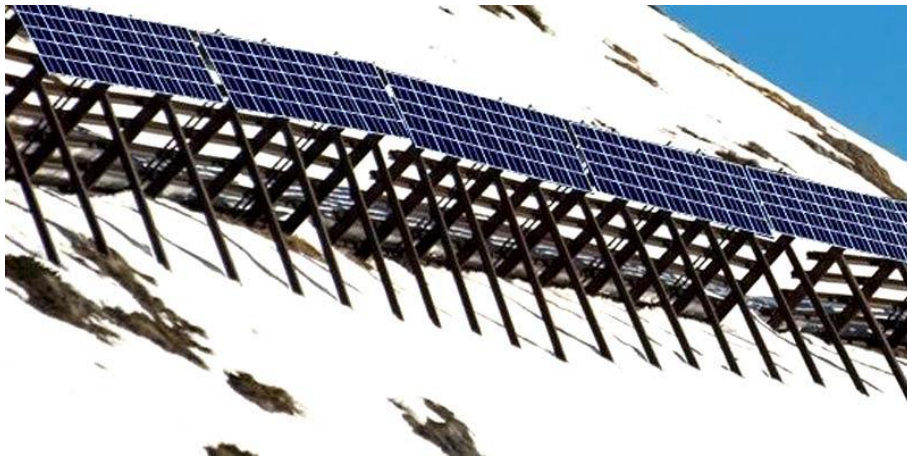
Quelle: SBB

## Handlungsfeld 4: Einheimische Energiegewinnung (Muottas Muragl)





## Handlungsfeld 4: Einheimische Energiegewinnung



Bildquelle: [budget-homepage.com](http://budget-homepage.com)



Bildquelle: [skilift-tenna.ch](http://skilift-tenna.ch)

## Handlungsfeld 4: Einheimische Energiegewinnung



Bildquelle: Holzwärme Grindelwald

# DEUTSCHLAND

## Erneuerbare Energien erleben





## Handlungsempfehlungen für die Vermarktung erneuerbarer Energien

1. Erreichbarkeit gewährleisten (inkl. Car und ÖV!)
2. Erlebbare Angebote gestalten (Spass, Action, Events, Aha, Innovation)
3. Positives Image erarbeiten (z.B. Zertifizierungen und Auszeichnungen)
4. Die regionale Wertschöpfung fördern (keine Konkurrenz zum Tourismus\*, Austauschmöglichkeit mit der regionalen Bevölkerung -> Botschafter)
5. Standortmarketing als Region betreiben (Synergien; DMO, Reiseführer)
6. Zielorientierte Marketingstrategie wählen (evtl. USP wie KWO, Mt. Soleil)

\*bei erneuerbaren Energien sind Besucher in der Regel Zusatzeinnahmen und nicht Teil des Kerngeschäftes.

Quelle: Grab et al. 2017 (studentische Arbeit an der Hochschule Luzern – Wirtschaft)

## Quellenverzeichnis

- Baedeker (2014): Deutschland. Erneuerbare Energien erleben. Ostfildern: Baedeker.
- BFE (2016): Grafiken der Gesamtenergiestatistik 2015. Bern: BFE.
- Grab, Carmen, Jerome Suter, Clarissa Thullen und Jan Witprächtiger (2017): Erneuerbare Energien als touristisches Angebot. Projektarbeit an der Hochschule Luzern – Wirtschaft.
- Gössling, Stefan, Peeters, Paul (2015): Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 23:5. Routledge. S. 639-659.
- OECD, Shardul Agrawala (Hg.) (2007): Klimawandel in den Alpen: Anpassung des Wintertourismus und des Naturgefahrenmanagements. Paris: OECD.
- Simpson, M.C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. and Gladin, E. (2008) *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*. UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO: Paris, France.
- Scott, Daniel, Peeters, Paul, Gössling, Stefan (2010). Can tourism deliver its “aspirational” greenhouse gas emission reduction targets? *Journal of Sustainable Tourism* 18:S. 393–408.
- Unger R, Abegg B, Mailer M, Stampfl P. 2016. Energy Consumption and Greenhouse Gas Emissions Resulting From Tourism Travel in an Alpine Setting. *Mountain Research and Development* 36: S. 475–483.

# Sanfte Mobilität für Ihre Gäste

Ein Handbuch für alpine Destinationen  
Mit 21 Praxisbeispielen



Die sanfte Mobilität kann einen wesentlichen Beitrag zur hohen touristischen Qualität einer Gemeinde leisten. Anhand von 21 Praxisbeispielen zeigt dieses Handbuch auf, wie die Umsetzung in den Bereichen Raum- und Verkehrsplanung, An- und Abreise und Mobilität vor Ort funktionieren könnte, und wie die entsprechenden Vorteile den Gästen kommuniziert werden. Mit konkreten Vorschlägen zum Vorgehen, der Präsentation relevanter Produkte und mit der Angabe nützlicher Kontaktadressen werden den Benutzern des Handbuchs direkte Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt. Das Handbuch «Sanfte Mobilität für Ihre Gäste» richtet sich an die Verantwortlichen in touristischen Gemeinden, in Destinationsmanagementorganisationen sowie weiteren Dienstleistern in Tourismus und Mobilität und weitere an der sanften Mobilität interessierte Personen.

#### Zu den Autoren

Reto Soler, [solerworks.ch](http://solerworks.ch), ist Fachmann für die nachhaltige Entwicklung von Berggebieten, beispielsweise im Bereich Mobilität. Er leitet unter anderem die Kampagne «Respektiere deine Grenzen – Schneesport mit Rücksicht» im Auftrag des Schweizer Alpen-Club SAC und des Bundesamts für Umwelt. Reto Soler ist Präsident der CIPRA Schweiz und Autor verschiedener Wanderbücher im Alpenraum.

Roger Sonderegger, Dr. des., MAS Raumplanung ETH Zürich, arbeitet als Dozent und Projektleiter an der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Er leitet Forschungs- und Beratungsprojekte im Bereich Sanfte Mobilität, Elektromobilität und Raum- und Verkehrsplanung.

Widar von Arx, Dr. oec. HSG, leitet das Kompetenzzentrum Mobilität an der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Er forscht und unterrichtet in den Bereichen Regulation, Innovationsmanagement in Unternehmen, Sanfte Mobilität und öffentlicher Verkehr.