

u^b

b

**UNIVERSITÄT
BERN**

Was kommt auf die Schweizer Pärke zu?

Drei Entwicklungen – eine gemeinsame Gestaltungsaufgabe

Dr. Adrian Müller, Forschungsstelle für Tourismus, Universität Bern
Synergy Day Schweizer Pärke · 9. September 2026, Bern



Agenda

- 1. Natur gewinnt an touristischer Bedeutung**
- 2. Nachfrage bleibt hoch – und ihre Verteilung wird dynamischer**
- 3. Tourismusentwicklung wird zur Lebensraumfrage**
- 4. Was bedeutet das für die Pärke?**

Worüber sprechen wir? Drei Begriffe

- **Overtourismus**
beschreibt eine Situation, in der die Auswirkungen des Tourismus zu **bestimmten Zeiten** und an **bestimmten Orten** physische, ökologische, soziale, wirtschaftliche, psychologische und/oder politische **Kapazitätsgrenzen** überschreiten.
- **Tourismusakzeptanz**
beschreibt das Ausmass, in dem die einheimische Bevölkerung einer Destination dem dort stattfindenden Tourismus positiv oder negativ gegenübersteht. Abzugrenzen von Toleranz als blosser Duldung.
- **Ausbalancierte Tourismusentwicklung**
ist kein etablierter Fachbegriff. Am nächsten kommt die Tourismusverträglichkeit: die Fähigkeit einer Destination, den Tourismus durch Besucherlenkung und Akzeptanzförderung so zu gestalten, dass Bevölkerung und Infrastruktur nicht überlastet werden und Konflikte minimiert werden.

Alle drei Begriffe sind kontextabhängig: Sie beschreiben Verhältnisse und Wahrnehmungen, keine absoluten Schwellenwerte.

Quellen: Peeters et al. (2018); Eisenstein & Schmücker (2021); Hjerm et al. (2020); Müller, A., Bandi Tanner, M., Beutler, D., Wirth, S. & Walter, F. (2025), Tourismusakzeptanz und lokale Besucherlenkung: Inputpapier C, SECO.

1. Natur gewinnt an touristischer Bedeutung

- **52 %**
der Reisenden nennen «**Natur erleben**» als wichtiges Urlaubsmotiv.
- **Naturbasierte Reisen erfüllen zentrale Erholungsbedürfnisse.**
Aktuelle Studien zeigen positive Effekte von Naturerlebnissen auf Erholung, Wohlbefinden und Reiseerleben.
- **Zusätzlicher Impuls durch den Klimawandel**
Höhere und klimatisch gemässigtere Regionen können im Sommer an Attraktivität gewinnen.

Die Ressource, die ihr touristisches Angebot prägt, wird zugleich attraktiver und stärker beansprucht.

Quellen: FUR (2026), Reiseanalyse 2026; Jung, Lee & Shin (2026), Journal of Sustainable Tourism, 34(5), 1350–1372; Kim et al. (2026), Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 53, 101017; OECD (2026), Tourism Trends and Policies 2026.

2. Nachfrage bleibt hoch – und ihre Verteilung wird dynamischer

- **Die Schweiz bleibt stark nachgefragt.**
2025 kamen mehr ausländische Gäste; ihre Ausgaben stiegen auf **CHF 20,5 Mrd.** Gleichzeitig führen **90 % der Tagesreisen** der Schweizer Bevölkerung zu Zielen im Inland.
- **Klima verschiebt Nachfrage.**
Hitze und Extremwetter verändern Reisezeiten und begünstigen teilweise höher gelegene und kühlere Destinationen.
- **Krisen verändern Reiseentscheidungen.**
Sicherheit, Erreichbarkeit und Preise können Besucherströme kurzfristig zwischen Destinationen verschieben.
- **Plattformen verändern Sichtbarkeit.**
Social Media, Suchalgorithmen und KI können einzelne Orte rasch stärker in den Fokus der Nachfrage rücken.

Nachfrage bleibt hoch – aber wann und wo sie auftritt, wird dynamischer.

3. Tourismusentwicklung wird zur Lebensraumfrage

Tourismus wirkt gleichzeitig auf mehrere Qualitäten eines Ortes:

- **Regionale Wertschöpfung**
Nutzen für Betriebe, Beschäftigung und Region
- **Lebensqualität & Akzeptanz**
Auswirkungen auf Alltag und Bevölkerung
- **Natur & Landschaft**
Beanspruchung und Erhalt natürlicher Qualitäten
- **Gästerlebnis**
Qualität und langfristige Attraktivität des Angebots

Ausbalanciert ist Tourismus dort, wo Nutzen und Belastungen im lokalen Kontext tragfähig bleiben.

4. Was bedeutet das für die Pärke?

Gestalten heisst: erkennen, wo Handlungsbedarf entsteht – und die verfügbaren Hebel nutzen.

- **Beobachten**
Wo und wann entstehen Belastungen?
- **Verstehen**
Welche Gäste, Aktivitäten und Rahmenbedingungen stehen dahinter?
- **Koordinieren**
Welche Akteure können tatsächlich Einfluss nehmen?
- **Handeln**
Angebot · Information · Mobilität · Infrastruktur · Preise · Regeln

Besucherströme lassen sich beeinflussen – aber nicht beliebig steuern.

Viele Reiseentscheidungen fallen bereits vor der Ankunft; die Wirkung einzelner Massnahmen ist stark kontextabhängig.

Quellen: CRED-T & Ecoplan (2025), Tourismusakzeptanz und lokale Besucherlenkung; Miccini, Ciappei & Liberatore (2026), Tourism Management, 115, 105399.

Vielen Dank

Dr. Adrian Müller

Forschungsstelle für Tourismus (FFT), Departement Volkswirtschaft, Universität Bern

adrian.mueller@unibe.ch

+41 31 684 37 13

