

DER

Zukunftsbeweger

SOMMER 2025

Mehr als Geld bewegen

Globalance



Wie viel Fernweh verträgt unser Planet?

Die Welt bereisen – ohne sie zu verbrauchen

INTERVIEW

Claus Sendlinger:
Die Zukunft reist langsam

SEITEN 8-9

SPASS ODER SINN?

Eine Reise
ins Jahr 2035

SEITEN 12-13

STREITGESPRÄCH

Tourismusunternehmer
vs. Philosophin

SEITEN 18-19

BILANZ

Langjährige
Qualitätsleaderin
Globalance Bank AG

Private-Banking-Rating
2025

4

FACTS AND FIGURES

Fernweh in Zahlen

Statistik trifft Sehnsucht:
Einblicke in unser
Reiseverhalten weltweit



6 HISTORISCHER RÜCKBLICK

130'000 Jahre unterwegs

8 INTERVIEW

Claus Sendlinger: «Slowness
ist eine Zukunftsbewegung»

10 REISEN MIT WIRKUNG

Netto-positiv unterwegs

12 REISEN 2035

Spass, Status oder Sinn?

16 ZUKUNFTSORIENTIERT ANLEGEN

Die Globalance Zukunftsbeweger

18 INTERVIEW

Im Gespräch mit Dr. phil. Lisz Hirn
und Korbinian Kohler

20 REISETIPPS

Zukunftsreisen aus unserer
Community

22 KURZPORTRÄT

Martin Barth: «Tourismus braucht
Menschen, die ihn tragen»

23 IN EIGENER SACHE

Globalance Event Ausblick

IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN

Globalance Bank AG
Gartenstrasse 16
CH-8002 Zürich
+41 44 215 55 00
info@globalance.com
globalance.com

PROJEKTLEITUNG

Nicole Stappung

REDAKTIONELLE MITARBEIT

etextera

GESTALTUNG

LST AG

DRUCK

AVD Goldach

Herausgegeben
im Sommer 2025

PRINTED IN 
SWITZERLAND



Copyright © 2025
Globalance Bank AG
Alle Rechte vorbehalten

Mit KI und gesundem
Menschenverstand: Diese Bilder
haben wir mit dem Einsatz von
KI-Tools entstehen lassen.

” Die schönste Reise ist die zu dem Ort, der uns berührt – dort beginnt Zukunft.

Liebe Leserinnen und Leser

Warum zieht es uns in die Welt hinaus? Selten wegen der Kilometer – wir reisen, um Resonanz zu spüren und uns weiterzuentwickeln. Meine schönsten Reisen haben mich nicht an die fernsten Orte geführt. Berührt haben mich Momente, in denen ich Menschen und Natur nah war: der Duft frischer Bergluft bei Sonnenaufgang auf der Alp, ein überraschendes Gespräch mit einem Fischer in Sardinien, eine atemberaubende Begegnung mit Orcas auf den Lofoten. Dort habe ich begriffen: Nähe schlägt Distanz.

Dieser Zukunftsbeweger fragt: Wie reisen wir morgen? Wir zeigen Hochgeschwindigkeitszüge statt Kurzflüge, Resorts, die CO₂ speichern, sowie digitale Helfer für einen kleineren ökologischen Fussabdruck. Dazu Claus Sendlingers Vision von *Slowness* und Reise-szenarien für das Jahr 2035. Es geht um Mehrwert – für Reisende, Gastgeberinnen und Gastgeber sowie unseren Planeten.

Das passt zur Philosophie von Globalance: Kapital dorthin lenken, wo Zukunft entsteht. Wer das eigene Geld – wie die Ferien – als Einladung versteht, positive Spuren zu setzen, baut Brücken in eine lebenswerte Welt.

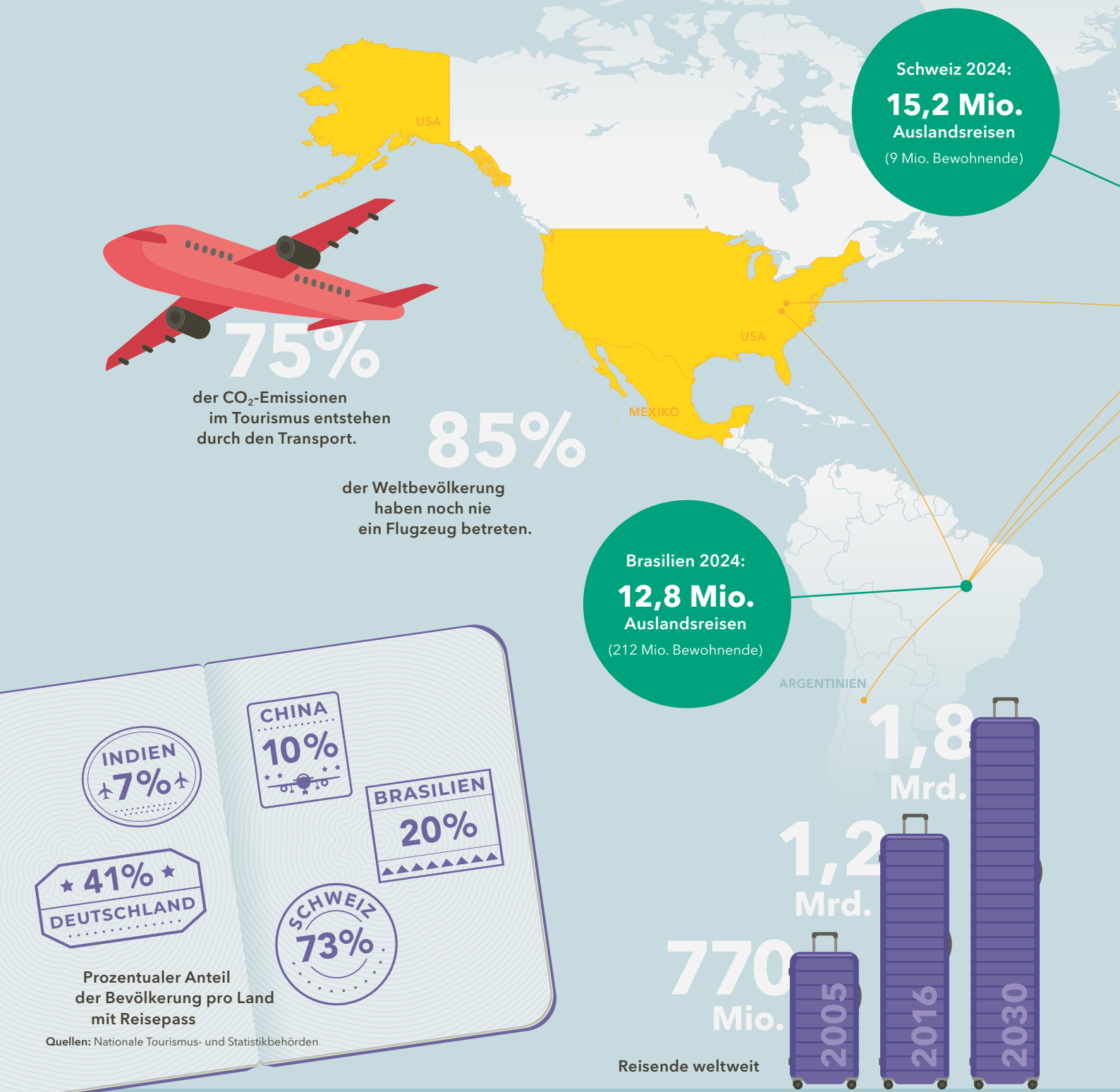


Ich wünsche Ihnen eine inspirierende Lektüre und eine Ferienzeit voller Nähe zu dem, was wirklich zählt.

Reto Ringger
Gründer und CEO

Fernweh in Zahlen

Statistik trifft Sehnsucht: Einblicke in unser Reiseverhalten weltweit



● Top 10 der Reiseziele 2024 weltweit (nach Ankünften)

● Beliebteste Reiseziele der jeweiligen Länder

Deutschland 2023:
102 Mio.
Auslandsreisen
(83 Mio. Bewohnende)



Indien 2023:
27,88 Mio.
Auslandsreisen
(1'438 Mio. Bewohnende)

China 2024:
130 Mio.
Auslandsreisen
(1'419 Mio. Bewohnende)

Wohin geht die Reise?

Der Tourismus boomt – und verändert sich. Während Europa über Overtourism und CO₂-Fussabdruck diskutiert, wächst im globalen Süden die Reiselust: getrieben von wachsenden Mittelschichten, visafreien Abkommen und massiven Investitionen in die Infrastruktur. In China besitzen nur rund zehn Prozent der Bevölkerung einen Pass, in Indien sogar nur sieben Prozent. Und doch zählen beide Länder bereits rund 158 Millionen Auslandsreisen pro Jahr.

In Asien wächst das Zugnetz grenzüberschreitend: Bereits heute verbindet eine Hochgeschwindigkeitsstrecke China mit Laos, bald auch mit Thailand – und langfristig mit Malaysia. Visafreie Reiseabkommen – etwa zwischen Thailand und China oder Südkorea – fördern spontane Reisen ins nahe Ausland. Gleichzeitig verändern KI-basierte Buchungsassistenten, immersive Plattformen und Social-Commerce-Trends das Reiseverhalten grundlegend.

Tourismus ist heute mehr als Wachstum: Er wird Gradmesser für Wandel. Und stellt neu zur Debatte: Wer reist, wohin – und warum?

130'000 Jahre unterwegs

Vom Neandertaler bis zum Linienflug: Das Reisen hat sich vom Wagnis zum Milliardenmarkt entwickelt – und bringt uns heute zurück zur Frage, was wir unterwegs wirklich suchen.

Reisen liegt in der Natur des Menschen, die Sehnsucht nach der Ferne ist uns seit Urzeiten eingepflanzt. Das Reisen um des Reisens willen hingegen ist ein jüngeres Phänomen – und war, bis vor Kurzem, meist einer Oberschicht vorbehalten.

Es bedingt Zeit, Ressourcen sowie geeignete Transportmittel. Die technologischen, wirtschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte haben es einer immer breiteren Masse zugänglich gemacht. Und diese tut es mit Gusto: Noch nie gab es so viele Reisende wie heute, Tendenz steigend. Warum eigentlich?

**130'000 BIS
40'000 V. CHR.**

Entdeckungsreisen

Neandertaler reisen von Portugal bis Sibirien, bestätigt durch Funde von sehr ähnlichen Steinwerkzeugen. Das Muster dieser Funde deutet auf vereinzelte Explorationen statt auf eine gross angelegte Migration hin.



130 V. CHR.

Handelsreisen

In China beginnt die Han-Dynastie mit dem Westen zu handeln – und eröffnet damit die Seidenstrasse. Diese entwickelt sich zur wichtigsten Handelsroute der nächsten Jahrhunderte.



CA. 325 V. CHR.

Eroberungszüge

Alexander der Grosse kommt von seiner Expedition nach Indien mit einer fantastischen Geschichte über ein (Fabel-)Wesen namens Odontotyrannus zurück. Es soll ihn und seine Soldaten angegriffen haben.



12. JAHRHUNDERT N. CHR.

Pilgerreisen

Die stetig steigende Zahl der Pilgernden nach Santiago de Compostela lässt entlang des Jakobswegs zahlreiche Gasthäuser entstehen. Sie legen den Grundstein für den Tourismus als Wirtschaftszweig.

Reisen ist ...

... Abenteuer und Wandel

Von den Entdeckungsreisen über Nordpolexpeditionen bis zur Erlebnissafari: Eine Sehnsucht nach dem Unbekannten treibt Reisende an.

... Selbsterfahrung und Sinnsuche

Ob auf einer religiösen Pilgerreise, einer tagelangen Bergwanderung oder beim Eintauchen in vollkommen andere Kulturen – jenseits vom Gewohnten erleben und erfinden wir uns neu.

Alexandria, Juli 1872

Mein lieber Freund

Die Wonne, nach einer ersten langen Reise in den Hafen einzulaufen, weckt so tiefe und bleibende Gefühle, dass sie wohl eine prägende Phase im Leben jedes Reisenden darstellt. Mit meinen Kindern habe ich an jenem langen Morgen gespannt Ausschau gehalten, als sich die flache, eintönige Küste Ägyptens vor uns ausbreitete – in der Hoffnung, einen ersten Blick auf eines oder mehrere der Monumente zu erhaschen, von denen wir bisher nur gehört oder gelesen hatten.

Deine Sophie

In diesem Brief erfasst die Engländerin Sophie Lane Poole die Faszination des Reisens. Damals wie heute: Das Wagnis, aufzubrechen. Die mit Nervenkitzel gepaarte Vorfreude. Die Mühen einer langen Anreise. Und dann das Ankommen: vor einem Monument, in einer Landschaft, einer Kultur, einem Erlebnis. Oder einfach: dem Unbekannten, das es zu entdecken gilt.

17. JAHRHUNDERT N. CHR.

Bildungsreisen

Für die europäische und die russische Oberschicht des 17. und 18. Jahrhunderts wird die «Grand Tour» ein Muss: Auf dieser oft mehrjährigen Bildungsreise durch den Kontinent erfährt sie neue Kulturen – und knüpft nützliche politische Verbindungen.



1944

Flugreisen

Knapp 40 Jahre nach dem ersten Flug der Gebrüder Wright im Jahr 1903 entsteht die Internationale Zivilluftfahrt-Organisation (ICAO). Sie legt den Grundstein für einen sicheren und kooperativen globalen Luftverkehr.



1841

Tagesausflüge

Der britische Unternehmer Thomas Cook organisiert für Arbeiter Tagesausflüge mit dem Zug von Leicester nach Loughborough und zurück. Er erfindet damit die Reisetour – und gründet das erste Reisebüro der Welt.



2025

Massenreisen

Mit rund 41 Mio. Flügen weltweit und 1,4 Mrd. internationalen Touristen ist Reisen ein Massenphänomen. Beliebte Reiseziele wie Venedig bekämpfen den Overtourism mit Massnahmen wie Eintrittspreisen.

... Lernen und Begegnung

Im kulturellen Austausch teilen wir Wissen. Und lernen, unsere eigene Welt aus einer anderen Perspektive zu sehen.

... Erholung und Heilung

In der Höhenklinik von früher oder im hippen Yoga-Retreat von heute suchen wir als Reisende mehr Wohlbefinden für Körper und Geist.

Oder, um es mit den Worten Goethes zu sagen: «Man reist ja nicht, um anzukommen, sondern um zu reisen.» In der Hoffnung, damals wie heute, dass uns das Glück unterwegs findet.



Slowness ist eine Zukunftsbewegung

Vordenker **Claus Sendlinger**

Vom hippen Boutiquehotel zur regenerativen Farm: Claus Sendlinger hat als Gründer von *Design Hotels* die Spielregeln der Branche mitgeschrieben – und dann hinterfragt. Mit *Slowness* sucht er nach neuen Antworten auf die Frage, wie Reisen wieder Wirkung entfalten kann.



Claus Sendlinger ist ein Vordenker des bewussten Reisens. Mit *Design Hotels* hat er eine Plattform für sorgfältig kuratierte, unabhängige Boutiquehotels geschaffen und über zwei Jahrzehnte die internationale Hotellerie geprägt. 2015 hat er seine Anteile am börsenkotierten Unternehmen verkauft und anschließend *Slowness* gegründet – ein internationales Kollektiv für regenerative Orte, neue Lernräume und einen achtsamen Umgang mit Gastfreundschaft.

Claus Sendlinger, Sie haben das Reisen über viele Jahre mitgestaltet. Was hat sich für Sie persönlich verändert?

Ich habe früh gespürt, dass Veränderung ein ständiger Prozess ist. Das hat mich angetrieben. Schon mit *Design Hotels* wollten wir nicht einfach nur Hotels vermarkten, sondern eine Haltung transportieren. Aber irgendwann holt der Markt auch die besten Ideen ein und macht aus Individualität Standard. Wenn ein Begriff wie Design in den Schaufenstern der Innenstädte auftaucht, hat er seine ursprüngliche Tiefe verloren. Darum ist auch *Slowness* entstanden: eine Gegenbewegung zur Beliebigkeit.

Was bedeutet *Slowness* für Sie?

Slowness steht für Tiefe, Klarheit und Verantwortung. Es geht darum, bewusst zu entscheiden, Dinge zu durchdringen und Beziehungen aufzubauen, die auf Qualität beruhen.

Die Idee ist aus einer gewissen Unzufriedenheit mit einer Welt entstanden, die immer schneller wird, mehr Marketing betreibt und dabei an Substanz verliert. Ich wollte zu einem Zustand zurückkehren, in dem Sinnhaftigkeit vor Schlagworten steht.

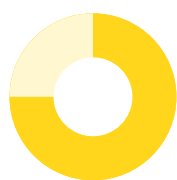
Warum sehen Sie Begriffe wie Storytelling oder Nachhaltigkeit nur noch als leere Hüllen?

Weil sie inflationär verwendet werden. Früher diente Storytelling der Sinnstiftung. Heute dient es oft nur noch als Verpackung. Das Gleiche gilt für Nachhaltigkeit. Wenn jeder damit wirbt, ohne zu zeigen, wie er handelt, verliert der Begriff seine Bedeutung. Wir bei *Slowness* sagen deshalb: Do first, talk later. Erst handeln, dann erzählen.

Was braucht es, damit sich das Reisen wieder sinnvoll anfühlt?

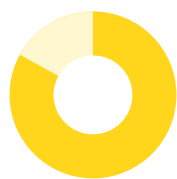
Orte, die echt sind. Gastgeberinnen und Gastgeber, die ihre Werte aus Überzeugung leben, nicht als Marketingelement. Und Reisende, die offen sind für Tiefe statt Tempo.

Viele der kraftvollsten Ideen entstehen im Kleinen – in Häusern mit Charakter, einem verwurzelten Team und Geist für Gemeinschaft. Unsere Farm *La Granja* auf Ibiza war so ein Ort: nur elf Zimmer, regionales Essen, Menschen mit Verständnis für Ernährung und Kreisläufe. Alles, was dort passierte, hatte einen Grund. Dort haben wir gezeigt: Sinn und Wirtschaftlichkeit passen zusammen. Wenn Haltung spürbar ist, entsteht Vertrauen. Und genau das macht Orte erfolgreich.



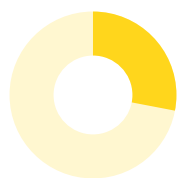
75%

der Reisenden wollen in den nächsten zwölf Monaten nachhaltiger reisen,



83%

sagen, nachhaltiges Reisen sei ihnen wichtig, und



28%

fühlen sich bereits übersättigt von Klimabotschaften.

Quelle: Booking.com, Sustainable Travel Report 2024, Umfrage in 34 Ländern

Und wie lässt sich nachhaltiger Tourismus umsetzen?

Nachhaltiger Tourismus ist kein Widerspruch, wenn man ihn ernst meint. Was heute als nachhaltig verkauft wird, ist meist nicht mehr als ein grünes Label. Die echten Konzepte scheitern häufig an den Rahmenbedingungen. Ein Beispiel: Wenn ein Hotelprojekt weniger Zimmer und mehr Raum für Gemeinschaft plant, gilt es schnell als «nicht bankfähig». Solange Nachhaltigkeit nicht ähnlich wie EBITDA oder Cashflow in den Bilanzen zählt, bleibt sie ein schönes Extra.

Wir dürfen Reisen nicht wie einen Raubzug denken, sondern wie eine Beziehung.

Auch der Wohnraum wird gern übersehen: In Destinationen wie Ibiza verdrängen Ferienwohnungen die Arbeitenden. Wohnungen, die früher 1'500 Euro pro Monat gekostet haben, liegen heute bei 4'000 Euro Miete. Das kann sich keine Köchin, kein Rezeptionist leisten. Wenn Gemeinden nicht regulieren, entstehen Parallelwelten: vorne die Kulisse, hinten das Ungleichgewicht.

Ist Nachhaltigkeit ein Luxus für wenige?

Für mich bedeutet Luxus, zu wissen, woher mein Frühstück kommt – und dass dafür niemand ausgebeutet wurde. Qualität hat ihren Preis. Aber es gibt Wege, verantwortungsvolles Reisen breiter zugänglich zu machen und zu fairen Preisen anzubieten. Entscheidend ist nicht die Grösse des Zimmers, sondern die Werte, die darin gelebt werden.

Sie haben einen neuen Campus in Berlin ins Leben gerufen. Was ist die Idee dahinter?

Der Flussbad-Campus soll Gastfreundschaft neu denken, im Zusammenspiel von Bildung, Gemeinschaft und bewusstem Leben. Neben Hotel und Restaurants entstehen dort auch ein Gesundheitsbereich und eine Schule für Gastgeberinnen und Gastgeber mit Haltung, die Verantwortung übernehmen wollen. Orte wie der Campus können Keimzellen für den Wandel sein.

Was ist Ihre Vision?

In der Luxushotellerie werden oft nur sieben von zehn offenen Stellen besetzt – gut ausgebildete Talente sind der Schlüssel. Ich wünsche mir eine Branche, die Gastfreundschaft als kulturellen Beitrag versteht und Menschen wachsen lässt. Junge Menschen suchen Sinn, Gemeinschaft und Gestaltungsräume. Gelingt es, diese spürbar zu machen, verändert sich auch unser Bild vom Reisen.

Und was sagt Venedig dazu?

Kulturvermittlerin Cristina Gregorin lebt seit 35 Jahren in der Lagunenstadt und spricht über zu viele Menschen, zu wenig Mut – und was jetzt geschehen muss.



Netto-positiv unterwegs

Regeneratives Reisen heisst, mehr zurückzugeben als zu nehmen. Diese vier Beispiele zeigen, wie Reisen Natur und Gemeinschaft stärken kann.

Das Bewusstsein für ökologische und soziale Verantwortung wächst stetig – auch in der Reisebranche. Laut einem Bericht des Weltwirtschaftsforums (WEF) spielt die Auswirkung auf die Umwelt und den Planeten für 75 Prozent der Befragten eine Rolle bei der Wahl ihres Reiseziels. Die grosse Mehrheit der heutigen Touristinnen und Touristen sucht nach Reiseerlebnissen, die unvergesslich sind – und sich positiv auf die besuchten Orte auswirken. Sie wollen nicht nur nachhaltig reisen, sondern regenerativ. Doch was bedeutet das genau?

Netto-positiv statt netto-negativ

Regeneratives Reisen geht über das blosses Minimieren negativer Auswirkungen hinaus. Während nachhaltiges Reisen darauf abzielt, den ökologischen Fussabdruck zu verringern, strebt regeneratives Reisen nach einem netto-positiven Beitrag für Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. Dies erreicht es durch verschiedene Massnahmen.

› Mindshift: Werte über Profit

Der erste Schritt zu regenerativem Reisen ist ein Bewusstseinswandel: weg vom rein finanziellen Gewinn, hin zum Schaffen von Mehrwert für die lokale Gemeinschaft und die Umwelt.

› Teil des lokalen Ökosystems werden

Regeneratives Reisen heisst, sich als Teil des Ortes zu verstehen. Wer lokale Unternehmen unterstützt, kulturelle Gepflogenheiten respektiert und zum Erhalt der natürlichen Umgebung beiträgt, ist mehr als nur ein Gast.

› Natur stärken

Regenerieren bedeutet, natürliche Ressourcen aktiv wiederherzustellen. So entsteht auch eine tiefere Verbindung zu Natur und Umwelt.

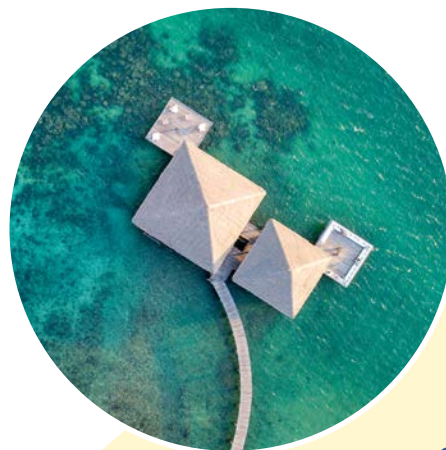
› Gemeinschaft erleben

Freiwilligenarbeit, lokale Feste oder einfach der offene Austausch mit Menschen vor Ort lassen Beziehungen wachsen.

› Lokales Wissen wertschätzen und weitertragen

Wer Traditionen bewahrt, hält sie lebendig. Ob beim Töpfern mit den Menschen vor Ort oder im Gespräch über Heilpflanzen: Wer offen zuhört, lernt – und trägt dazu bei, dass regionales Wissen erhalten bleibt.

All diese Massnahmen schaffen einen Tourismus, der die Welt ein bisschen besser macht. Stück für Stück, Reise um Reise. Dabei ist regeneratives Reisen kein Verzicht – im Gegenteil: Dass sich Luxus wunderbar mit positivem Impact verbinden lässt, zeigen die folgenden Beispiele. Vielleicht wecken sie auch Ihre Reiselust ...



KAMBODSCHA



Song Saa

REGENERATIV - TROPISCH - ENGAGIERT

Song Saa ist eine private Insel im ersten Meereschutzgebiet von Kambodscha. Entstanden ist das regenerative Luxusresort aus dem Wiederherstellen zweier vernachlässigter Inseln. Heute integriert es Programme zur Wiederaufforstung, zum Schutz der Meeresumwelt und zur Förderung der lokalen Bildung und Gesundheit.

ANDALUSIEN, SPANIEN

 La Donaira

ZIRKULÄR - SINNLICH - NATURNAH

Eingebettet in die malerische Serranía de Ronda in Andalusien ist *La Donaira* eine Oase des diskreten Luxus. Hier, wo sanfte Hügel den Horizont berühren und der Duft von wildem Jasmin in der Luft liegt, bestimmt der Rhythmus der Natur den Tagesablauf. Permakultur, Olivenproduktion und Weinbau mit historischen Rebsorten: Mit regenerativen Anbaumethoden kultiviert der eigene Biohof die natürliche Schönheit der Landschaft.

Die frei laufenden Lusitano-Pferde sind ein integraler Bestandteil dieses Systems und symbolisieren das harmonische Zusammenleben von Tier und Natur. Das kulinarische Konzept folgt der Reise vom Samenkorn auf den Teller – und nährt so Körper wie Geist. Auch die Gäste werden Teil des lokalen Ökosystems und erlernen nachhaltige Praktiken zum Stärken von Natur und Umwelt.



NEUFUNDLAND, KANADA

 Fogo Island Inn

WILD - VERBUNDEN - VISIONÄR

Auf einer kleinen Insel an der wilden Atlantikküste Kanadas ist *Fogo Island Inn* ein einmaliges Refugium. Die ganzheitliche Architektur nimmt die natürliche Umgebung auf. Die saisonalen Gerichte erzählen die Geschichten der indigenen Bevölkerung der Insel – und die Gewinne fließen in eine eigene Stiftung zur Stärkung der lokalen Wirtschaft.

Bildquelle: Mike Dell (Coffee Abroad)

WAADT, SCHWEIZ

 Hôtel des Horlogers

PURISTISCH - VERWURZELT - NACHHALTIG

Raum für Harmonie: Das *Hôtel des Horlogers* vereint Luxus mit tiefer lokaler Verbundenheit. Gefördert von Audemars Piguet lässt das Hotel Nachhaltigkeit, Handwerkskunst und authentisches Naturerlebnis zusammenfinden: Das Spa bezieht seine Pflanzen aus dem Vallée de Joux, das Restaurant kocht mit Gemüse aus eigenem oder lokalem Bioanbau.

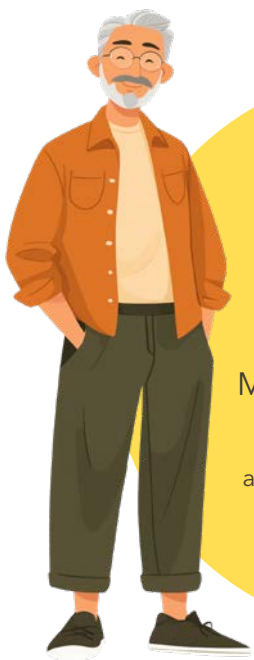


Reisen 2035: Spass, Status oder Sinn?

Elvis aus Manila und Jia aus Kunming zeigen uns, wie unterschiedlich Reisen in zehn Jahren aussehen kann. Willkommen in der Zukunft.

Asien ist einer der dynamischsten Reisemärkte der Welt – und unterwegs in zwei Geschwindigkeiten: Die einen wollen aufholen, erleben, teilen. Die anderen suchen Sinn, Wirkung und neue Verbindungen. Während Massentourismus boomt, wird Nachhaltigkeit in Städten wie Singapur, Seoul oder Shanghai zum neuen Unterscheidungsmerkmal. Gespräche mit Expertinnen und Experten aus Wissenschaft,

Praxis und Innovation haben diesen Zukunftsblick inspiriert – mit besonderem Dank an Prof. Dr. Wolfgang Georg Arlt (Meaningful Tourism Centre), Robin Gilbert-Jones (Skift), Olga Heuser (DialogShift) und Carmen Murer (Synhelion). Entdecken Sie zwei Reisen in die Zukunft – und was sie über den Wandel im Tourismus verraten.



Elvis

Sales Director,
42 Jahre,
Manila (Philippinen),

reist mit Familie,
achtet auf Preis und Spass



Max

Elvis' persönliche KI

Max ist überall, wo Elvis ist:
integriert in seine Geräte, auf
seine Stimme trainiert. Meldet
sich nie ungefragt, aber immer,
wenn es zählt.



**Ich will nicht nur
etwas sehen, ich will
etwas hinterlassen.**

Jia

Tech-Unternehmerin,
34 Jahre,
Kunming (China),

reist allein, sucht Resonanz
und Regeneration



Lù

Jias persönliche KI

Lù hört nicht auf Worte, sondern
reagiert auf Reaktionen:
über Pupillen, Atem, feinste
Hautreaktionen – gemessen per
Armband und Kontaktlinsen.



**Ich arbeite hart, also
gönne ich uns alles,
was wir verpasst haben.**

Planen und Buchen 2035

Elvis sagt nur: «Plane uns die Zehn-Tage-Asia-Grand-Tour – spassig und familienfreundlich.» Seine persönliche **KI Max** kennt ihn gut und versteht: Hotels mit Kinderclubs, TikTok-Trends, wenig Umsteigen, viel Erleben – alles abgestimmt auf Biorhythmus und Budget. Nachhaltige Optionen sind zweitrangig. Max bucht die Reise. «Max weiss, was ich will – manchmal bevor ich es selbst merke», so Elvis.

Jia braucht keine Worte. Ihre **KI Lù** erkennt Reaktionen über Atem, Blick, Hautsignale. Ein Storycast über eine Frauenkooperative in den Reisfeldern Nordthailands berührt sie. Lù sucht passende Angebote. Die KI verhandelt direkt mit dem Buchungssystem einer Eco-Lodge vor Ort einen dynamischen Impact-Tarif, der CO₂-Bilanz, Auslastung und lokale Wirkung berücksichtigt. Jia klickt nicht. Sie entscheidet mit einem inneren Ja.

«In China ist Reisen ein Ausdruck von Status und Haltung. Wer es sich leisten kann, will nicht nur sehen, sondern wirken.»

Prof. Wolfgang Georg Arlt,
Meaningful Tourism Centre



Realitätscheck 2025

- Start-ups wie *Emteq Labs* (Grossbritannien) entwickeln sensorbasierte Technologien, die Emotionen in Echtzeit erfassen.
- Impact-orientierte Plattformen wie *Regenerative Travel* (USA) zeigen CO₂-Bilanz und regionale Wirkung. Besonders gefragt bei der Generation Z.

«Solartreibstoffe funktionieren in den bestehenden Flugzeugen und Tankanlagen – so wird weltweite Skalierung realistisch.»

Carmen Murer, Synhelion

TEMPO

Chinas CR450 erreicht bis zu

450 km/h

und ist damit der schnellste kommerzielle Hochgeschwindigkeitszug der Welt.

MASSE

60%

des weltweiten Passagierwachstums im ersten Quartal 2025 kamen aus Asien.



Realitätscheck 2025

- Solarbasierte Flugtreibstoffe sind marktfähig: Erste Anbieter skalieren, Förderquoten greifen ab 2030.
- CO₂-Pässe und Impact-Punkte entstehen als neue Währung für Reisen und belohnen bewusstes Verhalten.

Mobilität 2035

Elvis kommt mit seiner Familie am Flughafen in Manila an. Kein Anstehen, kein Check-in: Das Gepäck wird kontaktlos registriert, die digitale Reise-ID per Gesichtsscan bestätigt. Die Sitzplätze hat Max längst gewählt, abgestimmt auf die Familienbedürfnisse. Beim Boarding erscheint ein Hinweis auf der smarten Brille: «Solar Fuel gebucht. Emissionsreduktion: 87 Prozent.» Elvis schmunzelt: «Früher war Kerosin das Schnäppchen. Heute ist es umgekehrt.»

Jia gleitet mit 320 km/h durch Südchina. Der neue Hochgeschwindigkeitszug nach Chiang Mai fährt elektrisch und tankt Wasserstoff an den Grenzstationen. Kein Papierkram, nur ein kurzer Scan mit der Smartwatch. Lù meldet sich: «+12 Impact-Punkte. Wirkung registriert.»

Jias klimafreundliche Wahl wird mit Impact-Guthaben belohnt. Während die Landschaft vorbeizieht, hört sie das digitale Briefing einer NGO, bei der sie mitwirkt.

«Immer häufiger geht es bei Reisebuchungen nicht mehr um das Reiseziel, sondern um das Erlebnis, das dort wartet.»

Robin Gilbert-Jones, Skift

MARKT

Eco- und Adventure-Reisen wachsen in Asien

5,8%

pro Jahr – Potenzial für Anbieter mit klarer Positionierung.



Realitätscheck 2025

- Reiseinspiration beginnt in China oft über Kurzvideos auf Plattformen wie Mafengwo oder Xiaohongshu.
- Museen, Städte und Parks weltweit setzen zunehmend auf Augmented Reality und Gamification.

Übernachten 2035

Jias Zimmer ist einfach, klug gebaut aus lokalen Materialien, mit Solardach und Wasserrecycling. Die Lodge misst ihre Wirkung: Wie viel bleibt in der Region? Was bewirkt ein Aufenthalt? Für Jia zählt nicht Komfort, sondern Resonanz. Auf der Heimreise verbringt sie zwei Nächte in einem regenerativ geführten Stadthotel in Chiang Mai. Am Morgen sitzt sie mit Jasmintee im Garten.

Elvis checkt im selben Hotel ein. Max hat es empfohlen: familienfreundlich, gute Lage, fairer Preis. Die Zimmer sind vorbereitet: Allergiefilter, Lichtstimmung, Lieblingssaft im Kühlschrank. Beim Frühstück setzt er sich an den Tisch neben Jia und sieht einen Hinweis: «Grüner Tarif aktiviert: 12 Prozent Rabatt, weil die Mehrheit nachhaltig bucht.»

«In zehn Jahren bucht nicht mehr der Mensch, sondern seine KI, im Gespräch mit der Hotel-KI.»

Olga Heuser, DialogShift



«Ich habe nichts Nachhaltiges gewählt – und trotzdem Rabatt?»

«Weil andere es getan haben. Wenn viele bewusst buchen, profitieren alle.»



«Danke an die Idealisten.»

«Oder an Menschen, die bewusst wählen.»



Realitätscheck 2025

- KI ermöglicht Hyperpersonalisierung in Hotels: in Asien bereits Alltag, in Europa datenschutzabhängig.
- Impact-Tracking zeigt, was ein Aufenthalt bewirkt.

Erleben 2035

Elvis reist schnell: drei Länder in zehn Tagen. In Singapur erlebt die Familie eine Hologramm-Safari, in Seoul eine K-Pop-Avatarshow, Streetfood kommt per Drohne. Jetzt: Kyoto. Der Fushimi-Inari-Schrein ist überfüllt. Selfie-Spots und Warteschlangen sind virtuell geregelt. Die Augmented-Reality-Brille zeigt Geschichte, ein Panda hüpfte durch den Garten, die Kinder lösen Quizfragen.

Am Abend blendet Max den nächsten Programmpunkt ein, doch Elvis winkt ab: «Lösche das. Nicht noch ein Must-see.»

Jia entscheidet anders. Noch in Kunming testet sie ein immersives Virtual-Reality-Modul, das simuliert, wie sie Reissetzlinge pflanzt. Danach bucht sie die Eco-Lodge in Nordthailand. Vor Ort kocht sie mit der Gastgeberin auf dem Lehmofen, hilft auf dem Feld und diskutiert mit ihr über die Stellung der Frauen – eine diskrete KI-Dolmetscherin flüstert die Übersetzung. Statt Selfies nimmt Jia ein reflektiertes Audio-Memo mit, das sie in ihrem Netzwerk *Impact Voice Circles* teilt.

Reisecode 2035: unterwegs mit Wirkung

Eine Checkliste, die den Erlebniswert steigert und Reiseziele stärkt

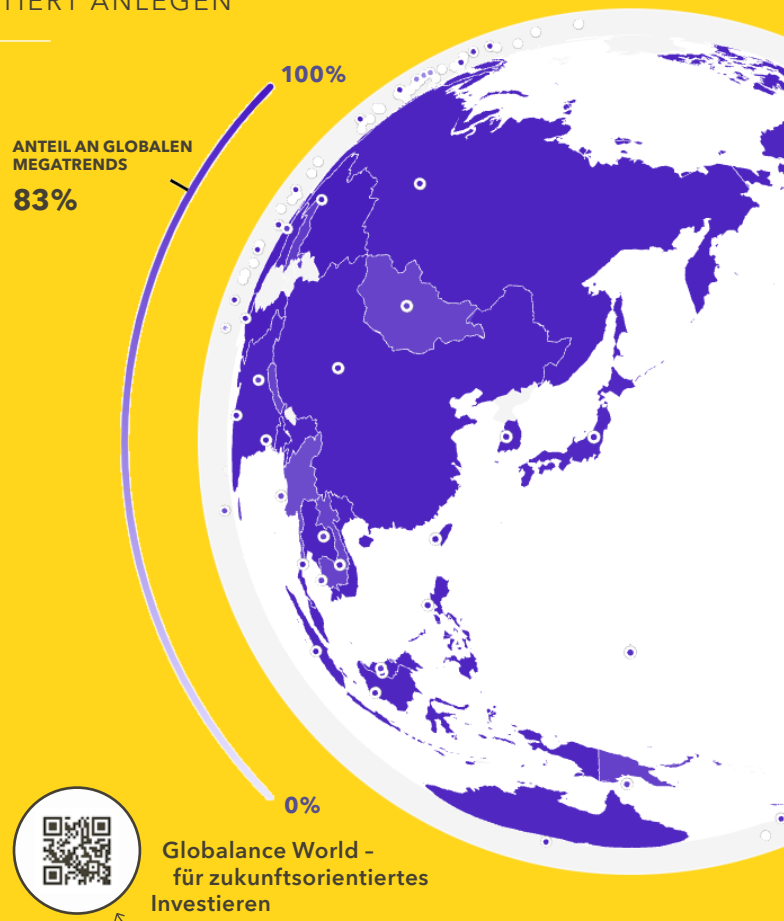
- **Kann ich ausserhalb der Hauptsaison reisen?**
Das verhindert Überlastung an beliebten Orten – und macht Ihr Reiseerlebnis entspannter.
- **Wie umweltfreundlich sind die Anfahrt und der Transport vor Ort?**
Kompensationsprogramme helfen, den CO₂-Fussabdruck zu verkleinern.
- **Kenne ich die kulturellen und ökologischen Richtlinien am Reiseziel?**
Vom Plastikverbot bis zu Verhaltensregeln: Informieren und Respektieren sind das A und O für bewusstes, reibungsloses Reisen.
- **Ist die Unterkunft nachhaltig und eingebettet in die Gemeinschaft?**
Indem Sie Ihr Hotel oder Resort bewusst wählen, stärken Sie den zukunftsfähigen Tourismus. Nachhaltige Reiseportale helfen dabei.
- **Unterstützen meine Ausflüge und Aktivitäten vor Ort die lokale Kultur und Natur?**
Damit erhalten Sie authentische Erfahrungen und verbessern die Lebensqualität am Reiseziel.
- **Nutze ich technische Möglichkeiten wie KI optimal?**
Von der Routenplanung bis zur Simultanübersetzung: Mit ChatGPT und Co. halten Sie Kopf und Sinne frei für das echte Erfahrung.
- **Verlasse ich mein Reiseziel etwas besser, als ich es vorgefunden habe?**
Vielleicht kaufen Sie Ihre Souvenirs von der lokalen Handwerkerin, spenden für eine Non-Profit-Organisation vor Ort oder beteiligen sich an einem Umweltprojekt.
- **Was ist die Intention meiner Reise?**
Eine klare Haltung macht Ihre Reise sinnvoller – für Sie selbst und für andere.

ZUKUNFTSORIENTIERT ANLEGEN

Investieren, wo Wandel wirkt

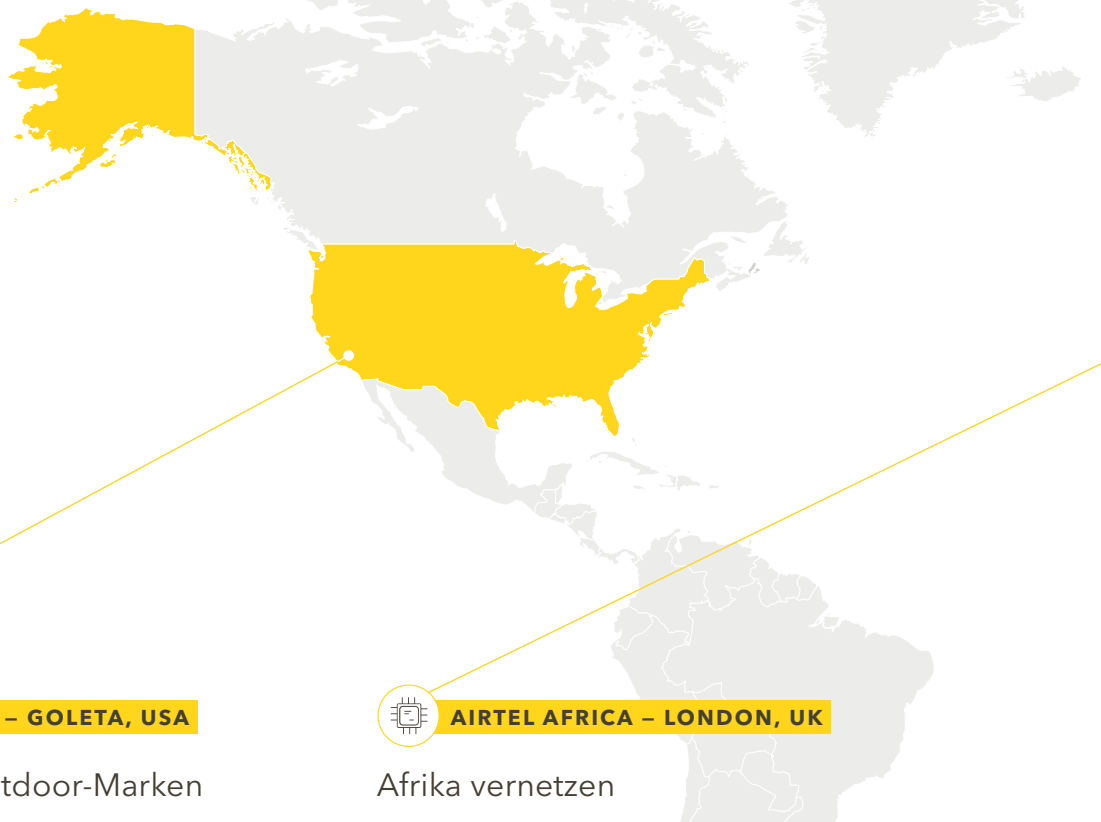
Als Teil des Megatrends Konsumgesellschaft wird Reisen zunehmend zum Fokus zukunftsfähiger Bewertung: Globalance analysiert Unternehmen entlang der gesamten Reisekette – von Hotels über Plattformen bis hin zu Mobilitätslösungen. Wir prüfen, ob sie zukunftsfähig wirtschaften, Innovation vorantreiben und dabei ökologische Grenzen sowie soziale Verantwortung ernst nehmen.

In Bereichen mit hohen CO₂-Emissionen, etwa Flugreisen oder Kreuzfahrten, investieren wir derzeit nicht direkt. Stattdessen setzen wir auf Unternehmen, die den Wandel der Branche ermöglichen: durch Digitalisierung, neue Mobilitätsformen oder zukunftsfähige Geschäftsmodelle. Mit der Globalance Anlagestrategie investieren Sie gezielt in neue Wachstumsfelder und viele weitere zukunftsweisende Geschäftsmodelle, die einen positiven Footprint erzielen. Beispiele dafür sind Deckers Outdoors, Airtel Africa, Amadeus und Xiaomi. **Mehr über die Globalance Zukunftsbeweger finden Sie auf den Seiten 16 und 17 und auf Globalance World.**



Die Globalance Zukunftsbeweger

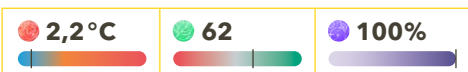
Sie gestalten die Zukunft von Mobilität, Technologie und nachhaltigem Konsum: Diese vier Unternehmen verbinden Innovation mit Wirkung – und eröffnen zukunftsorientierten Anlegerinnen und Anlegern attraktive Chancen.



DECKERS OUTDOOR – GOLETA, USA

Unverwechselbare Outdoor-Marken

Konsum: Mit namhaften Marken wie UGG®, Teva® und HOKA® zählt Deckers Outdoor zu den wichtigen Akteuren im Outdoor- und Performance-Markt. Das 1973 gegründete Unternehmen hat seinen Sitz in Goleta, Kalifornien. Ein grosser Werttreiber ist die Innovationskraft bei Materialien, Design und Markenentwicklung. Der Direktvertrieb beeindruckt mit einem Wachstum von über 20 Prozent. Der Umsatz ausserhalb der USA hat sich dank internationaler Expansion im letzten Jahr um 28 Prozent erhöht. Soziale Initiativen und der zertifizierte ressourcenschonende Hauptsitz bezeugen das Engagement für Nachhaltigkeit. Die Eigenkapitalrendite beträgt hohe 30 Prozent. Nach einer starken Kurskorrektur aufgrund von Zollunsicherheiten ist der Titel eine Kaufgelegenheit.



AIRTEL AFRICA – LONDON, UK

Afrika vernetzen

Digitalisierung: Der Telekom- und Mobile-Money-Anbieter vernetzt Menschen in 14 afrikanischen Ländern. Seit dem Jahr 2010 ist das Unternehmen Teil der indischen Bharti Airtel mit Hauptsitz in London. Die Produktpalette umfasst Mobilfunk- und Internetlösungen sowie Mobile Wallets, Versicherungen und Mikrokredite. Airtel Africa beteiligt sich am Seekabelprojekt 2Africa und betreibt eigene, möglichst energieeffiziente Glasfasernetze und Rechenzentren. Die grössten Werttreiber sind die Mobile-Money-Dienste sowie die wachsende Kundenbasis. Der Umsatz steigt jährlich um 10 Prozent, der Reingewinn um rund 30 Prozent. Das starke Gewinnwachstum sichert der Aktie weiteres Aufwärtspotenzial.



Megatrends

Digitalisierung: Unternehmen, die die digitale und automatisierte Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft vorantreiben.

Konsum: Unternehmen, die nachhaltigen Konsum und die Chancen der Kreislaufwirtschaft erkennen und fördern.

Globalance Scores

Globalance Methodik, um Wirkung auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt zu messen



Klimaerwärmungspotenzial

1,3 – 10°C



Globalance Footprint®

0 – 100



Umsatzanteil an globalen Megatrends

0 – 100%



AMADEUS – MADRID, SPANIEN

Technologie, die Reisen bewegt

Digitalisierung: Vom Flughafen bis zur Hotelrezeption: Weltweit führende Reisemarken nutzen die Technologie von Amadeus, um Reisebuchungen zuverlässig und effizient abzuwickeln. Das spanische Unternehmen betreibt eines der marktführenden Buchungssysteme (GDS) sowie die Airline-Software Altéa. Gegründet 1987 in Paris, heute mit Hauptsitz in Madrid, profitiert Amadeus von einem transaktionsbasierten Geschäftsmodell, hoher globaler Präsenz und einem breiten Kundenportfolio. Mit einer erwarteten Umsatzsteigerung von etwa 10 Prozent pro Jahr, einem leicht überproportionalen Gewinnwachstum und einer Eigenkapitalrendite von rund 25 Prozent bleibt Amadeus eine attraktive Investition.



XIAOMI – BEIJING, CHINA

Innovation für alle

Digitalisierung: Smartphones, Smarthome, Internetdienste und Elektroautos: Der chinesische Tech-Konzern Xiaomi verbindet alles in einem vernetzten Ökosystem: «Human x Car x Home». Gegründet 2010 in Beijing, ist der Konzern heute der drittgrößte Smartphone-Hersteller weltweit. Der Marktstart der Elektrolimousine SU7 im Jahr 2024 war stark, die Investitionen von 28 Mrd. US-Dollar in Forschung und Entwicklung sind vielversprechend. Mit einem Umsatzwachstum von 20 bis 30 Prozent und einem Gewinnwachstum von bis zu 50 Prozent pro Jahr zählt Xiaomi zu den wachstumsstärksten Technologiemarken weltweit.



Streitgespräch zwischen einem Tourismusunternehmer und einer Philosophin

Er führt Luxushotels am Tegernsee, sie ist konsumkritische Philosophin: Lisz Hirn und Korbinian Kohler debattieren darüber, ob – und wie – man heute reisen sollte.



Korbinian Kohler ist Hotelier und Geschäftsführer der Bachmair Weissach Gruppe, bestehend aus Luxushotels, Restaurants und Freizeitangeboten rund um den Tegernsee. Für seine herausragenden Leistungen beim Aufbau der einzigartigen Hospitality-Welt wurde der studierte Philosoph zum «Hotelier des Jahres 2023» ausgezeichnet.

Bildquelle: Bachmair Weissach



Dr. phil. Lisz Hirn ist eine österreichische Philosophin, Autorin und Dozentin, die sich mit ethischen und konsumkritischen Fragen auseinandersetzt. Zu ihren Werken gehört «Wer braucht Superhelden? Was wirklich nötig ist, um unsere Welt zu retten» (2020) und «Der überschätzte Mensch: Anthropologie der Verletzlichkeit» (2023).

Bildquelle: Inge Prader

Angesichts von Klimawandel und anderen ethischen Bedenken: Darf man heute überhaupt noch reisen?

Lisz Hirn (LH): Reisen ist nicht nur erlaubt, sondern geboten. Die Frage ist nicht, ob, sondern wie wir reisen. Die Reisefreiheit ist ein Menschenrecht, aber sie verlangt auch Respekt und Verantwortung. Nicht alle können so reisen, wie sie es mögen, ohne Rücksicht auf Verluste.

Korbinian Kohler (KK): Warum sollte man nicht reisen dürfen? Seit jeher reisen Menschen, um sich zu vermischen und den Horizont zu erweitern. Reisen fördert das Verständnis zwischen den Kulturen.

In Spanien demonstriert die Bevölkerung gegen Overtourism. Wie passt das zum interkulturellen Austausch?

KK: Overtourism ist ein Luxusproblem der Einheimischen. Diese Regionen finanzieren ihren Lebensstandard durch den Tourismus. Wer sich dort gegen Overtourism stellt, sollte das eigene System infrage stellen, nicht die Touristinnen und Touristen.

LH: Ich verstehe die Frustration, wenn die Politik die Lebensqualität der Einheimischen nicht gewährleistet. Ich sehe das Problem aber auch in der Respektlosigkeit der Touristinnen und Touristen. Wir sollten zwischen Reisen und Tourismus unterscheiden. Reisende lassen sich auf die Welt ein, in die sie reisen. Touristen erwarten überall auf der Welt zu jeder Tages- und Nachtzeit eine eisgekühlte Coca-Cola.



Sollten Reisende der Bevölkerung, der Kultur, der Landschaft, die sie besuchen, etwas zurückgeben?

KK: Ich sehe nicht, dass das Reisen jemandem etwas wegnimmt. Im Gegenteil: Es bringt Geld und kulturellen Austausch. Der Tourismus bringt viele Vorteile für die lokale Bevölkerung wie Arbeitsplätze und wirtschaftliche Entwicklung.

LH: Reisende tragen eine individuelle Verantwortung: Sie sollten die lokale Gemeinschaft unterstützen und respektieren. Gleichzeitig braucht es gewisse Regeln. Nepal ist ein gutes Beispiel: Das Land profitiert zwar vom Bergtourismus, versinkt aber unter dem Plastikmüll. Das macht die Berge als Reiseziel weniger attraktiv – zum Teil, weil es an Regulierung fehlt.

Stichwort Regulierung und Umweltschutz: Sollten wir ein jährliches CO₂-Budget für Reisen festlegen?

KK: Das lässt sich kaum umsetzen. Als Konsument finde ich: Es geht niemanden etwas an, wie viel ich reise – und wie viel CO₂ ich dabei ausstosse. Der Tourismus verursacht gerade mal acht Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen – zieht man Übernachtung, Verpflegung und Transport vor Ort ab, sind es vier Prozent. Das ist es mir wert, weil der positive Aspekt des Reisens weit überwiegt. Um CO₂ zu reduzieren, sollten wir als Gesellschaft aber in Technologien investieren, die den Ausstoss senken oder binden. Anders lösen wir das nicht.

LH: Die Vorstellung, dass Technik alle Probleme lösen kann, halte ich für fatal. Natürlich brauchen wir Technik, aber eben auch Regulierungen. Technik darf nicht über Ethik stehen. In Kenia zum Beispiel sind Plastiksäcke verboten, und dieses Verbot wird konsequent durchgesetzt. Man findet dort schlicht keine mehr. Für

PLASTIKSACKVERBOT IN KENIA

- Seit 2017 gilt in Kenia das weltweit strengste Verbot von Einweg-Plastiksäcken.
- Bei der Einreise werden Plastiksäcke beschlagnahmt.
- Es drohen Geldbussen von bis zu 40'000 US-Dollar oder Haftstrafen von bis zu vier Jahren.

Quelle: Gemeinsam für Afrika, Plastiktütenverbot: Kenia macht ernst

„Ich halte die Luxus-hotellerie für das Sozialste, was es gibt.“

Korbinian Kohler

Reisende ist das zunächst irritierend. Aber genau das ist der Punkt – wie schon beim Beispiel der eisgekühlten Coca-Cola: Die Freiheit, überall alles haben zu wollen, ist unmoralisch. Es gibt kein Recht darauf, jeden Komfort überall auf die gleiche Weise zu haben.

Wer profitiert am meisten vom heutigen Tourismus, die Menschen oder das Kapital?

KK: Die Menschen. Gerade in meiner Branche, der Luxushotellerie. Unsere Gäste erhalten sehr hohe Leistungen – und dafür braucht es sehr viele Mitarbeitende. Das ist eine gigantische Umverteilungsmaschine von oben nach unten: Die Gäste zahlen viel für Dienstleistungen, und dieses Geld wird auf viele Menschen in der Organisation verteilt. Wenn das dann – wie bei uns – noch ökologisch vernünftig geschieht, halte ich die Luxushotellerie für das Sozialste, was es gibt.

LH: So einfach ist das für mich nicht. In Ländern wie Tansania wollen alle Reisenden in einen Naturschutzpark, wo die Tiere geschützt sind. Gleichzeitig sind dort Safaris und Trophäenjagen erlaubt, die viel Geld bringen. Doch die seit Jahrtausenden ansässigen Stämme dürfen dort nicht mehr jagen – und nicht mehr leben! Weil der Tourismus mehr Geld bringt. Hier profitiert also das Kapital.

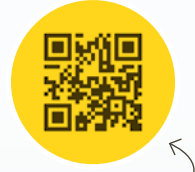
Wie verbessern wir unser Reiseverhalten?

LH: Es gibt die Freiheit zu reisen, aber auch die Pflicht, es nicht zum Schaden anderer zu tun. Das heisst: bewusst reisen, sich mit den lokalen Gegebenheiten auseinandersetzen und darin investieren.

KK: Indem man reist! Und zwar so viel wie möglich. Reisen ist in der Summe etwas Positives für alle.

Zukunftsreisen aus unserer Community

Fünf persönliche Tipps zeigen, wie das Reisen Natur schützt, Wandel schafft und Zukunft gestaltet.



Hier gehts zu allen Reisetipps unserer Community.

GRÖNLAND UND ANTARKTIS

Unberührte Natur am Rand der Welt

Expedition in die Stille

Grönland und die Antarktis gehören zu den letzten unberührten Regionen der Erde. Wer hier unterwegs ist, erlebt wilde Fjorde, weite Gletscher, stilles Inlandeis, Wale, Pinguine, Eisbären – und spürt, wie zerbrechlich diese Lebensräume sind.

Community-Mitglied Philipp Cottier hat Grönland und die Antarktis mehrmals auf Expeditionsreisen erkundet. Dabei wurde ihm klar, wie unendlich klein wir Menschen in dieser endlosen Natur sind. Und wie verletzlich diese Regionen gegenüber dem Klimawandel bleiben.

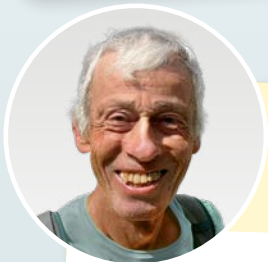
«Wir alle tragen die grosse Verantwortung, die Arktis und die Antarktis mit all unseren Kräften zu schützen.»

Philipp Cottier
Impact-Investor und Blockchain-Unternehmer
Küsnacht



Fakten aus der Kälte

Eisreserve: Grönland speichert 10 Prozent des weltweiten Süsswassers.
Millionenkolonien: In der Antarktis brüten Pinguine in riesigen Gruppen.
Rückzugsort: In Grönland leben noch 4'000 bis 5'000 Eisbären.



«Community-gestützte Touren lassen hinter die Kulissen blicken und schaffen direkte Einkommensmöglichkeiten für die Menschen vor Ort.»

Richard Gerster
Entwicklungsökonom und Aktivist
Zürich

RIO DE JANEIRO, BRASILIEN

Community-gestützter Tourismus

Zu Besuch in den Favelas von Rio

Wer Rio besucht, sieht meist Copacabana, Zuckerhut, Christusstatue und vielleicht noch das historische Zentrum. Doch das Leben pulsiert in den Favelas: dicht besiedelte Quartiere mit wenig Infrastruktur, aber viel Eigeninitiative.

Bei Touren mit lokalen Guides wird spürbar, was community-basierter Tourismus leisten kann. Bewohnerinnen und Bewohner führen durch ihr Viertel, zeigen soziale Initiativen und erzählen von den Herausforderungen – und von der Gemeinschaft. Die Einnahmen kommen der lokalen Bevölkerung zugute.



Mehr über Helvetas-
Tourismusprojekte erfahren



GRESGEN, DEUTSCHLAND

Lernen und regenerativ wirtschaften

«Ich nehme die Idee mit, wie wir gesünder, achtsamer und zukunftsfähiger zusammenleben können.»

Nicola Kienzle
Unternehmerin und Kapitänin
Zug

Wo Zukunft Wurzeln hat

Auf einem sanften Bergrücken mit Blick über Wiesental, Rheintal und Jura liegt das Hofgut Leo – ein historisches Gasthaus aus dem Jahr 1404 und heute Heimat der ersten regenerativen Genossenschaft Deutschlands.

Hier wird das Hofgut zum lebendigen Labor für neue Formen des Wirtschaftens und Zusammenlebens. Gäste erleben Seminare, Retreats und den Austausch mit Pionierinnen und Pionieren – mitten im Biosphärenreservat Südschwarzwald.



LJUBLJANA, SLOWENIEN

Eine grüne Hauptstadt in Südosteuropa

Ljubljana: Vorreiterin einer neuen Stadtkultur

Die slowenische Hauptstadt Ljubljana hat ihre Altstadt früh autofrei gemacht, den öffentlichen Verkehr ausgebaut und Grünflächen geschaffen. Der Fluss Ljubljanica, einst von Parkplätzen flankiert, ist heute von Cafés, Fusswegen und Radstreifen gesäumt.

Schon 2016 wurde die Stadt als erste «European Green Capital» Südosteuropas ausgezeichnet und bleibt ein Geheimtipp mit urbanem Leben, kurzen Wegen und hoher Lebensqualität.

«Ljubljana zeigt, dass Wandel möglich ist, wenn Stadtentwicklung ganzheitlich gedacht wird.»

Johs Höhener
Fintech-Unternehmer und Verwaltungsrat
Luzern

In weniger als zehn Jahren zur grünen Hauptstadt

2007 entsteht die Vision, die Altstadt autofrei zu machen.

Seit 2012 sind private Autos aus dem Zentrum weitgehend verbannt.

Seit 2014 verfolgt Ljubljana eine Zero-Waste-Strategie.



VAL MÜSTAIR, SCHWEIZ

Wandern vor der Haustür

«Das Val Müstair zeigt, wie sanfter Tourismus geht: langsam, authentisch – und immer mit Respekt.»

Paul Zumbühl
Passionierter Wanderer mit Weitblick
Bad Ragaz

Durchatmen im Val Müstair

Wer mit jedem Schritt Zukunft spüren will, reist ins Val Müstair: ein sanftes Tal im Biosphärenreservat, wo die Natur den Takt vorgibt. Das Tal lässt sich in vier bis sechs Stunden von Tschiers bis Müstair durchwandern, entlang klarer Bäche und durch lichte Wälder.

Familiäre Gasthöfe wie das Hotel Staila in Fuldera heissen Wandernde willkommen. Wer höher hinaus will, steigt von Lü durchs autofreie Hochtal nach S-charl zum grössten Arvenwald Europas und wandert weiter nach Scuol. Wer noch mehr Weite sucht, verlängert die Route durchs Engadin bis nach Maloja – Champagnerluft inklusive.



Tourismus braucht Menschen, die ihn tragen

Mehr Bewusstsein für Werte statt mehr Betten: Für Tourismusexperte Martin Barth beginnt zukunftsfähiger Tourismus dort, wo Orte ihre Geschichten bewahren und Gastfreundschaft spürbar wird.

«Am Tourismus fasziniert mich das Zusammenspiel von Orten, Menschen und Geschichten. Besonders die alpine Hotellerie hat mich immer angezogen, vielleicht, weil sie Weitblick und Erdung verbindet. Und weil sie Räume schafft, in denen Gastfreundschaft spürbar wird.

Ein Forum für die Zukunft

Als ich 2006 das World Tourism Forum Lucerne gründete, wollte ich eine Plattform schaffen, auf der Menschen mit unterschiedlichen Perspektiven gemeinsam über die Zukunft des Tourismus nachdenken – vom CEO bis zur Studentin, vom Investor bis zur Start-up-Gründerin. Ich glaube an die Kraft solcher Begegnungen und an die Ideen, die daraus entstehen.

Zukunftsfähiger Tourismus beginnt für mich vor Ort. Dort, wo Geschichten gewachsen sind, wo Kultur gelebt wird – nicht inszeniert, sondern authentisch. Der «regenerative Tourismus» gibt für mich die überzeugendste Antwort auf die Frage, wie Tourismus in Zukunft wirken kann: nicht nur bewahren, sondern zurückgeben an Natur, Menschen und Orte.

Es braucht neue Denkweisen: Geschäftsmodelle, die Wandel ermöglichen. Aus meiner Arbeit mit Start-ups weiss ich: Viele gute Ideen scheitern nicht an der Substanz, sondern an starren Rahmenbedingungen und der Angst, Fehler zu machen.

„ Ich glaube an die Kraft von Begegnungen.

Menschen machen den Unterschied

Gastgeberinnen und Gastgeber sind heute mehr als Dienstleister: Sie übersetzen Werte, erzählen Geschichten, ermöglichen Begegnung. Human Capital ist unser wichtigstes Gut – gerade in einer Branche, in der Technologie vieles erleichtert, aber nichts ersetzt.

Ich glaube: Wer etwas loslassen kann, schafft Raum für Neues. Als ich das World Tourism Forum in der Pandemie aufgeben musste, war das schmerzhaft – aber es hat neue Türen geöffnet. Und die vielleicht wichtigste Frage aufgeworfen: Was will ich weitergeben?»

Martin Barth

ist Jurist, Verwaltungsrat und Professor für Tourismus. Er lehrt an der Hochschule Luzern, verantwortet die internationale Geschäftsentwicklung der Schweizer Hotelfachschule und engagiert sich für Bildung, Innovation sowie Start-ups im Tourismus. Zudem hat er das World Tourism Forum gegründet – eine Art Weltwirtschaftsforum für den Tourismus.

Globalance Event Ausblick

Ob auf Reisen oder im Investment Bereich: Wer Zukunft gestalten will, braucht neue Perspektiven. Unsere Events vertiefen die Themen, die Wandel möglich machen.

Wie in diesem Magazin aufgezeigt, braucht es heute neue Denkansätze, um die grossen Fragen unserer Zeit mit Innovationsgeist anzugehen. Unsere Events und Roundtables bieten spannende Einblicke in aktuelle Entwicklungen und zeigen, wie unternehmerisches Denken zu neuen Lösungen für globale Herausforderungen führt.

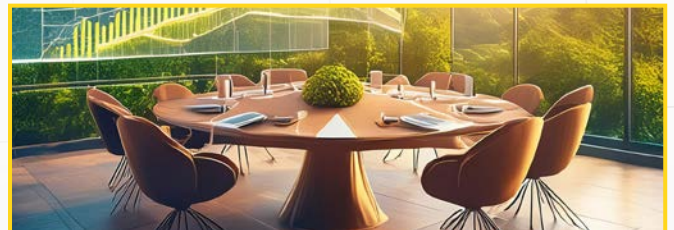
Unser Ziel ist es, nicht nur zu inspirieren, sondern Kundinnen und Kunden mit Strategien zu unterstützen, die langfristig ausgerichtet sind, finanzielle Rendite erbringen und gleichzeitig einen positiven Beitrag für Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt leisten.



Bäume statt Bildschirme – die Natur als Lernraum der Zukunft

16. September, GDI Gottlieb Duttweiler Institute

Bildung ist eine unserer wichtigsten Ressourcen, und der Einsatz für eine zukunftsfähige Bildung ist eine unerlässliche Investition in eine nachhaltige Zukunft. Wir zeigen Ihnen gemeinsam mit der Stiftung SILVIVA, wie Lernen in der Natur fit für die Zukunft macht – mit wissenschaftlichen Grundlagen und konkreten Aktivitäten zum Ausprobieren.



Roundtables

Unsere Roundtables finden in exklusivem Rahmen bei Globalance in Zürich statt. Wir präsentieren Ihnen kompakt und fundiert aktuelle Themen und geben Impulse für neue Perspektiven – begleitet von einem gemeinsamen Mittagessen und Raum für Austausch.

Ist die Energiezukunft erneuerbar?

10. September, 5. November

Wie Unternehmen unsere Energiezukunft prägen: Daniel Muntwyler und Thomas Pfyl zeigen Chancen und Risiken der globalen Energieversorgung von morgen.

Ernährung neu denken. Zukunft gestalten.

14. November

Welche Investments tragen wirklich zu einer zukunftsfähigen Welt bei? Peter Zollinger und Niklaus Haller analysieren, worauf es bei Wirkung und Qualität im Portfolio ankommt.

Innovationen, die unsere Zukunft prägen

25. November

Künstliche Intelligenz, Dekarbonisierung, Cleantech: Reto Ringger, Gründer und CEO, zeigt, welche Innovationen heute Märkte bewegen, und morgen unsere Welt verändern.



DigitalEye Clinic: Die Netzhaut als Datenspiegel unserer Gesundheit

12. November, Stadtspital Zürich Triemli

Die DigitalEye Clinic nutzt modernste Netzhautabbildung und künstliche Intelligenz, um chronische Erkrankungen wie Demenz, Diabetes oder Herz-Kreislauf-Leiden frühzeitig zu erkennen – oft bevor erste Symptome auftreten. Prof. Dr. med. Matthias Becker zeigt am Anlass, wie präzise Diagnostik neue Wege in der Prävention eröffnet und das Gesundheitswesen nachhaltig entlasten kann.

Jetzt anmelden auf →





Disclaimer Dieses Dokument dient ausschliesslich Informationszwecken. Es stellt weder ein Angebot noch eine Empfehlung zum Erwerb, Halten oder Verkauf von Finanzinstrumenten oder Bankdienstleistungen dar und entbindet die Empfängerinnen und Empfänger nicht von ihrer eigenen Beurteilung. Insbesondere ist den Empfängerinnen und Empfängern empfohlen, allenfalls unter Beizug einer Beratungsperson, die Informationen in Bezug auf die Vereinbarkeit mit ihren eigenen Verhältnissen auf juristische, regulatorische, steuerliche und andere Konsequenzen zu prüfen. Historische Performance-Daten sind keine Garantie für die zukünftige Entwicklung. Mit einer Anlage in Fondsanteilen sind Risiken, insbesondere diejenigen von Wert- und Ertragsschwankungen, verbunden. Bei der Rückgabe von Fondsanteilen können die Anlegerinnen und Anleger weniger Geld zurückbekommen, als sie ursprünglich investiert haben. Bei Fremdwährungen besteht zusätzlich das Risiko, dass die Fremdwährung gegenüber der Referenzwährung der Anleger und Anlegerinnen an Wert verliert. Die in der vorliegenden Publikation enthaltenen Daten und Informationen wurden von der Globalance Bank AG unter grösster Sorgfalt zusammengestellt. Die Globalance Bank AG übernimmt jedoch keine Gewähr für deren Korrektheit, Vollständigkeit, Zuverlässigkeit und Aktualität sowie keine Haftung für Verluste, die aus der Verwendung oder Nichtverwendung dieser Informationen entstehen. Dieses Dokument darf weder ganz noch teilweise ohne die schriftliche Genehmigung der Autorinnen und Autoren und der Globalance Bank AG reproduziert werden. Hinweis zur Sprache: Wir schreiben über Menschen jeden Geschlechts. Um das sprachlich zu markieren, verwenden wir neutrale Formen, Doppelformen und alternierend die männliche und die weibliche Form. Wo eindeutig nur Menschen eines Geschlechts gemeint sind, ist dies kenntlich gemacht.