

Eine Schweiz, zwei Realitäten: Der schmale Grat zwischen Over- und Undertourism



Brigitte Küng, Master of Science in Business Administration, Leiterin der Niederlassung Graubünden der Hanser Consulting AG.

Overtourism ist nicht nur in Grossstädten wie Barcelona und Venedig ein Thema, sondern auch in Luzern, Interlaken & Co. Vor allem asiatische Touristenströme sorgen dort für rote Köpfe. In anderen Regionen der Schweiz sind kaum Gäste aus Fernmärkten unterwegs und mehr Touristen aus aller Welt dringend gesucht. Eine Auslegeordnung.

Venedig: Der Tageseintritt in die Stadt der Liebe kostet 3 Euro, ab nächstem Jahr 6 Euro – und falls sich der Touristenansturm nicht bändigen lässt, bald bis 10 Euro.

Barcelona: Einheimische demonstrieren gegen Massentourismus, und die Stadt ergreift Massnahmen, um die Anzahl der Touristen im Stadtzentrum zu regulieren.

Interlaken: Die Masse an asiatischen Touristen sorgt zunehmend für hitzige Diskussionen.

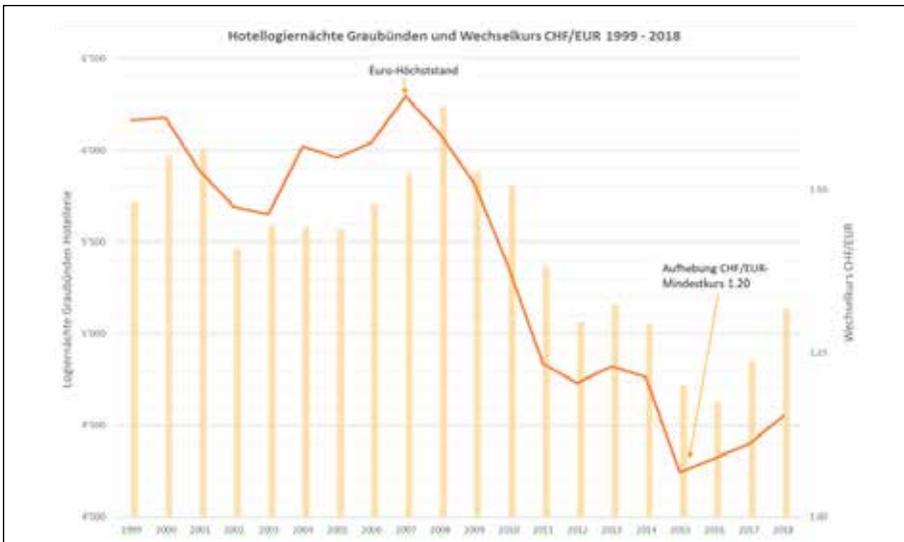
Luzern: Die Stadt prüft Eintrittsgebühren für Carreisende. Wie Öl ins Feuer wirkt die 12 000köpfige chinesische Reisegruppe, die im Mai durch die Schweiz tourte. Von Massentourismus und «Overtourism» ist die Rede.

Szenenwechsel nach Graubünden: «Undertourism»! So nennt Martin Nydegger, Direktor von Schweiz Tourismus, die Situation anlässlich des Bündner Tourismustages. Gäste von ausserhalb Europas spielen mit nur 7,2 % der Logiernächte keine grosse Rolle. Und was schwerer wiegt: Seit 2009 verlor der Kanton rund 1,5 Mio. Logiernächte, was einem Rückgang von 20 % entspricht. Schuld ist die Eurokrise und die grosse Abhängigkeit von den Gästen aus den traditionellen westeuropäischen Ländern. Wegen der Verteuerung des Schweizerfrankens wurden Ferien in der Schweiz für sie um rund 30 % teurer – zu teuer. Die Euro-Krise hat Graubünden besonders hart getroffen. Kein Wunder, schaut man in Graubünden mit etwas Neid auf Interlaken, Luzern & Co. und überlegt sich, wie man sich künftig ein Stück vom Kuchen der Gäste aus Fernmärkten sichern kann.

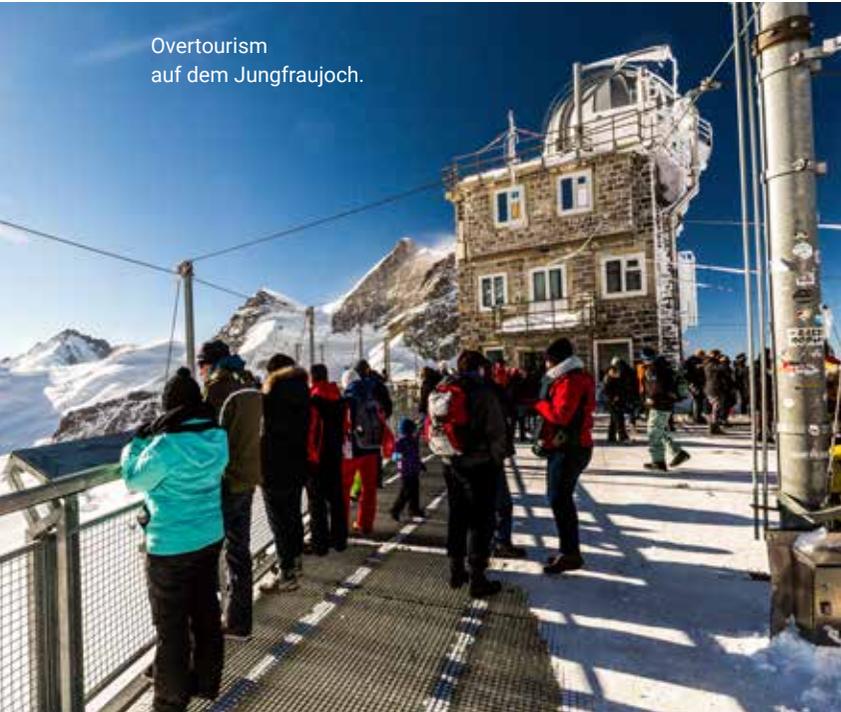
Eine Schweiz, zwei Realitäten: Aber eines ist klar: Touristen aus China, Indien, den Golfstaaten und den USA wählen die Schweiz immer öfters als Reiseziel aus: Seit 2008 nehmen die Logiernächte dieser Gäste um 40 % (USA) bis 609 % (China) zu. Von allen Logiernächten in der gesamten Schweiz machen diese vier Märkte heute bereits 16,4 % aus. Im kantonalen Vergleich ist der Kanton Bern derzeit mit über 24 % Logiernächteanteil von Gästen aus diesen Märkten sehr erfolgreich. Weniger reüssiert haben das Wallis (8,6 %) und Graubünden (3,8 %). Ist es nun also das Ziel, künftig möglichst viele Gäste aus Fernmärkten in die Schweiz zu locken? Oder diese stark zu reduzieren? Das Beispiel Graubünden zeigt: Wäre der Anteil an Europagästen etwas kleiner, der Anteil an Gästen aus Fernmärkten etwas grösser

Graubündens Tourismus wurde besonders hart von der Eurokrise getroffen – wegen der grossen Abhängigkeit vom europäischen Gast.

Quelle: Wirtschaftsforum Graubünden



Overtourism
auf dem Jungfrauoch.



Undertourism
im Bergell.



gewesen, wäre die Region nicht so stark von der Euro-Krise getroffen worden. Ein breit abgestütztes Gästeportfolio bedeutet also auch Risikomanagement. Auf der anderen Seite zeigen die Beispiele Luzern oder Interlaken, dass grosse Touristenmassen nicht immer auch Wertschöpfung für die Hotellerie, Gastronomie

und für die ganze Region bedeuten. Eine nachhaltige Tourismusedwicklung ist das Ziel. Wir erreichen das einerseits, indem wir uns keinesfalls unter unserem Wert verkaufen und gleichzeitig aktiv die Chancen ausloten, die sich aus der zunehmenden Reiselust von Gästen aus Fernmärkten ergeben.



MEHR ZUM THEMA

Hanser Consulting AG

Poststrasse 3
7000 Chur

Tel. 081 253 34 34

info@hanserconsulting.ch

www.hanserconsulting.ch

Der Schweizer Snackspezialist vereint Tradition und Innovation.

Unser Sortiment an ausgewählten, frisch produzierten Snacks ist perfekt abgestimmt auf die Bedürfnisse der heutigen Zeit. Der Produzent der Toast Master Spezialitäten, Romer's Hausbäckerei AG, ist Garant für konstante Qualität, eine lückenlose Servicekette sowie ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.

Verlangen Sie unsere Produktdokumentation:
Telefon 055 293 36 36, info@romers.ch, www.romers.ch

Toast • Master

— swiss  snacks —



Croque Monsieur
mit Trutenfleisch und Schmelzkäse