Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2016)

Artikel: Der Gast im Zentrum
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-685608

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Der Gast im Zentrum

Um ihn dreht sich alles in der Landeswerbung: den Gast. Nur wer ist er? Und was bewegt ihn dazu, die Schweiz zu entdecken – heute und in Zukunft? Dank systematischer Marktforschung wird das Bild dieses stark umworbenen Subjekts immer klarer.

«Der Gast ist ein gänzlich unmögliches und meist nicht sehr konsequentes Wesen», konstatiert Direktor Jürg Schmid in einem Zeitungsinterview, angesprochen auf die Erwartungen von Gästen. Diese suchen die totale Idylle in einem herrlich abgeschiedenen Tal, dort gerne aber mit Zugang zur ganzen Welt mittels Highspeed-WiFi. Der heutige Schweiz-Reisende besucht aus gar vielerlei Motiven das Kleinod im Herzen Europas – und seit Schweiz Tourismus ab dem Jahr 2000 noch systematischer Marktforschung betreibt, sehen die heimischen Touristiker noch klarer, wohin die Reise mit dem multioptionalen Gast geht. Nicht zuletzt dank dem Tourismus Monitor Schweiz, dessen Ergebnisse alle vier Jahre vorliegen. In 150 repräsentativ ausgewählten Destinationen werden jeweils 14 000 Übernachtungstouristen aus über 100 Herkunftsmärkten interviewt. Dabei interessieren sich die Forschenden dafür, wie sich die Gäste informieren, was sie von Schweiz-Ferien erwarten und am Land besonders lieben, wie sie buchen und wie zufrieden sie mit ihrem Aufenthalt waren.

Immer aufwendiger: die Suche nach treuen Gästen

Und die Statistik zeigt deutlich: Heute verweilen Gäste kürzer vor Ort. In den frühen 1990er-Jahren tummelt sich ein typischer Wintergast während durchschnittlich gut drei Tagen im Winterparadies Schweiz. 20 Jahre später ist es ein ganzer Tag weniger, den er sich in hiesigen Landen gönnt. Dies hat mit dem weltweiten Trend zu mehr Kurzaufenthalten zu tun. Der Gast entscheidet heute, wo er morgen seine Auszeit verbringen will, mit einem Blick unter anderem auf die Webcams und die verlockenden Bilder auf Social Media. Klassische, mehrwöchige Ferien am gleichen Ort sind weniger gefragt. Der moderne Gast folgt den Trends und Empfehlungen auf Portalen wie TripAdvisor & Co. Es eröffnet sich ihm die ganze Welt und die kleine Schweiz, rund um die Uhr.

Die Erkenntnis aus den Studien ist einfach und komplex zugleich: Fast doppelt so viele Gäste gilt es also für unser Land zu gewinnen, um auf die gleiche Anzahl Hotelübernachtungen wie einst zu kommen. Das heisst auch: Jeder Marketingfranken will noch gezielter eingesetzt sein. Laut Wirkungsmessung 2013 geht jede sechste Logiernacht in der Schweizer Hotellerie und Parahotellerie auf das Konto von Schweiz Tourismus. Dies entspricht 11,1 Millionen Übernachtungen und CHF 1,97 Milliarden Umsatz. Immer feinteiliger wird in Zukunft die Suche nach neuen Gästen – seien es Naturliebhaber, Kulturfans oder Schneesportler. Alle lieben sie ihre Schweiz – nur aus anderen Gründen. Diese gilt es zu kennen.

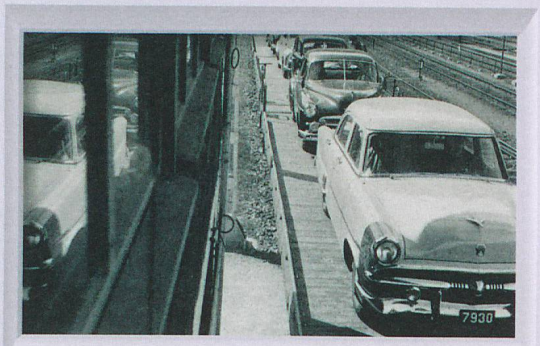
Gäste aus aller Welt

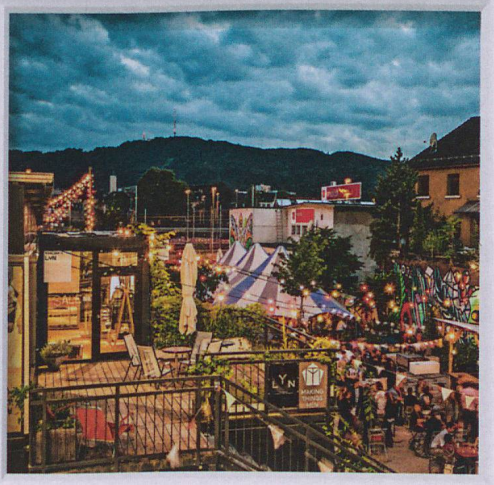
Zuerst waren es junge aristokratische Engländer auf Bildungsreise, heute ist die ganze Welt zu Gast in der Schweiz. Dabei hat sich in den letzten 100 Jahren die Art des Reisens, aber vor allem auch der Tourist selbst mit seinen Bedürfnissen gewandelt. Die Auswahl gibt einen Einblick in diese Entwicklung und zeigt, in welchen Ländern, zu welcher Zeit die Schweiz als Ferienland im Trend lag.

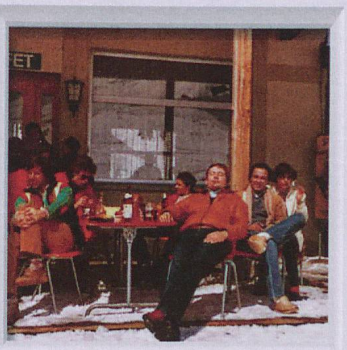
1950: Im Nationenvergleich buchte die Schweizer Gästegruppe mit 61 % am meisten Logiernächte in der Schweiz.

Gestern Das Wirtschaftswunder beginnt und die Schweiz weist die zweithöchste Motorisierungsdichte Europas aus. Mit dem Auto geht es dann auch in die Ferien – gerne ins nahe Ausland, aber noch lieber verbringen Herr und Frau Schweizer ihre Ferien in der Heimat. Das Tessin liegt besonders im Trend, denn gesucht wird die richtige Mischung aus Vertrautheit und südländischem Flair.

Heute Der bedeutendste Markt mit den loyalsten Gästen ist nach wie vor die Schweiz selbst. Die einheimischen Touristen verteilen sich auf viele verschiedene Destinationen, aber besonders beliebt sind die Berge, der Wintersport sowie Wellness. Dabei soll alles möglichst einfach erreichbar sein.







1980: Im Nationenvergleich buchte die deutsche Gästegruppe mit 22 % am meisten Logiernächte in der Schweiz.

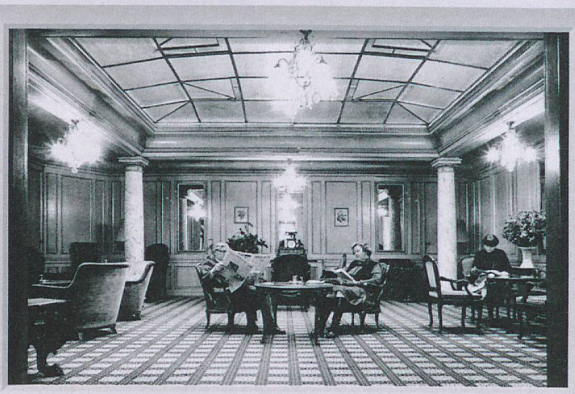
Gestern Der deutsche Gast schätzt die schöne Natur, die Landschaft, die Berge und natürlich die Qualität, Pünktlichkeit und die Sicherheit in der Schweiz. Der Glacier Express ist besonders beliebt. Insgesamt 1000 D-Mark geben deutsche Touristen durchschnittlich pro Jahr für Auslandreisen aus. Dabei liegt das Ferienland Schweiz auf der Beliebtheitsskala an sechster Stelle.

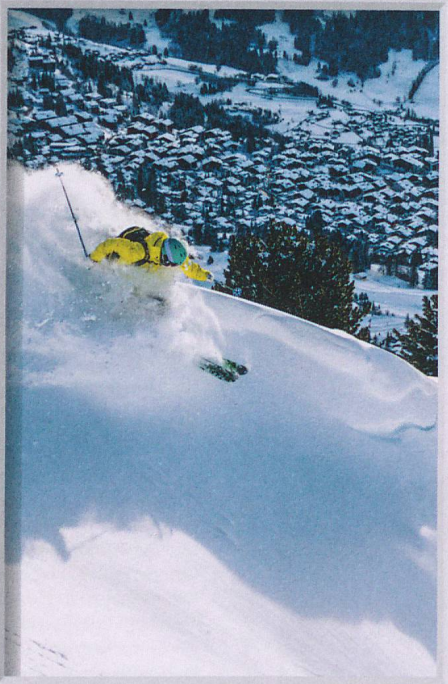
Heute Nach wie vor der grösste Auslandmarkt. Graubünden steht bei deutschen Gästen auf der Suche nach Erholung in den Bergen und der Natur hoch im Kurs. Aber auch Städteerlebnisse in Basel und Zürich begeistern die nördlichen Nachbarn.

1985: Im Nationenvergleich buchte die US-Gästegruppe mit 10 % am meisten Logiernächte in der Schweiz.

Gestern Der US-amerikanische Gast ist ausgabefreudig. Er zeigt ein Faible für alte, traditionelle Hotels mit individueller, etwas nostalgischer Möblierung. Das Fernsehgerät wird gerne auch morgens nach dem Aufstehen eingeschaltet.

Heute «Lovely and beautiful» finden die Amerikaner das Ferienland Schweiz. Für Abenteuer, kulturelle Erlebnisse und hippe Ferien reist man aus den USA gerne in das Land mitten in Europa – und dank unzähliger Direktflüge ist dies auch sehr bequem und einfach.





1938: Im Nationenvergleich buchte die britische Gästegruppe mit 15 % am meisten Logiernächte in der Schweiz.

Gestern Der englische Gast ist in Ernährungsfragen konservativ. Er liebt reichhaltiges Frühstück und nüchtern zubereitetes Gemüse. Dicke Federdecken mag er nicht und bei Preiszuschlägen ist er empfindlich. Bereits ab 1935 bot die Swissair die Flugstrecke Zürich–Basel–London an.

Heute Vor allem Engländer und insbesondere Londoner sind treue Schweiz-Fans. Sie wollen etwas Interessantes erleben, vertrauen auf den öffentlichen Verkehr und mögen die Schweizer Berge. Das macht das Königreich zum am stärksten wachsenden europäischen Auslandmarkt.

Der Gast von morgen

Gut informierte Frauen aus Asien sowie erfahrene, ältere und somit anspruchsvollere Touristinnen und Touristen aus Europa – sie alle machen in der Zukunft Ferien in der Schweiz. Auf dem Programm stehen der Kontakt mit Einheimischen, das authentische Erlebnis von wilder Natur und der Genuss lokaler und gesunder Spezialitäten. Und all dies mit einer erstklassigen Infrastruktur, persönlichen Erlebnis-Guides und perfekter digitaler Vernetzung.

2015: Im Nationenvergleich buchte die chinesische Gästegruppe mit 4 % am meisten Logiernächte in der Schweiz.

Gestern Der chinesische Gast reist in der Gruppe durch die Schweiz – und durch sechs bis zehn weitere Länder Europas. Die Vier ist eine Unglückszahl, weshalb Zimmer im vierten Stock zu meiden sind. Weil Chinesen jederzeit gerne heissen Tee oder heisses Wasser trinken, darf ein Wasserkocher im Zimmer nicht fehlen.

Heute Junge Städter aus Peking und Schanghai erkunden die Schweiz heute selbständig. Outdoor-Aktivitäten im Winter wie im Sommer, wie etwa Biken oder Rennen, aber auch immer mehr Kunst, Architektur und Design sind ihre Hauptinteressen.