

Bündner Tagblatt

Donnerstag, 28. Februar 2008

Ressort Front

JAHRESBILANZ 2007

«Tolle» Tourismuszahlen

Die Schweizer Tourismusbranche strahlt: Die Zahlen 2007 sind sehr gut, die Entwicklungschancen viel versprechend. Die Hotellerie setzt bewusst auf Qualität.

VON ELISABETH HAUSMANN

Die gut 5600 Hotels in der Schweiz registrierten im vergangenen Jahr insgesamt 36,4 Millionen Übernachtungen. Das sind 4,4 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Inländische Gäste verbrachten 15,4 Millionen Nächte in Schweizer Hotelbetten. Von den ausländischen Besucherinnen und Besuchern kamen die allermeisten aus Deutschland. Die Zahl ihrer Logiernächte nahm um 5,6 Prozent auf 6,1 Millionen zu. Besonders viel versprechend sind neue, grosse Reisemärkte wie Russland und China, wie Schweiz-Tourismus-Direktor Jürg Schmid am Mittwoch in Zürich vor den Medien ausführte. Aber auch Indien und Spanien könnten noch deutlich zulegen. Im vergangenen Jahr lagen die Zahlen der Logiernächte von Besuchern aus diesen Ländern zwischen rund 230 000 (China) und 448 000 (Spanien). Längerfristig sehen die Tourismusfachleute aber ein Potenzial von einer Million Logiernächten für jedes der vier Länder. Die Zahl der Logiernächte von Gästen aus Japan hingegen ist seit 2000 um 40 Prozent zurückgegangen. Schmid begründete dies damit, dass die Japaner nach der Öffnung Chinas nun viele Reisemärkte direkt vor ihrer Haustür fänden.

Graubünden am beliebtesten

Unter den einzelnen Schweizer Regionen rangiert der Kanton Graubünden zuoberst auf der Beliebtheitsskala. Sechs Millionen Logiernächte wurden hier 2007 registriert, wie Anja Simma vom Bundesamt für Statistik ausführte. Immer gefragter sind auch Städtereisen. In Zürich und Genf waren die Hotelzimmer so gut ausgelastet, dass man dort mittelfristig «an die Grenzen stossen» dürfte. Als wichtigste Erfolgsfaktoren für den Tourismus nannte Jürg Schmid die «4 W»: Währung, Wetter, Wirtschaft, Werbung. Zentral sei ein starker Euro. Eine kräftige Weltwirtschaft und gutes Wetter seien ebenfalls sehr wichtig. Unabdingbar sei zudem, dass die Branche in der Werbung geschlossen auftrete. Eine spezielle, breit angelegte Werbekampagne im In- und Ausland lanciert Schweiz Tourismus im Hinblick auf den Euro-2008-Sommer. Die Gäste sollen nicht nur wegen den Fussballspielen in die Schweiz kommen, sondern ihren Aufenthalt verlängern. Eigens dafür wurden zahlreiche Angebote kreiert.

Copyright © 2008 by Südostschweiz Mediengruppe