

ROTARY CLUB SCHWYZ-MYTHEN

16. JANUAR 2020

LUZERN 
LUZERN
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

LUZERN TOURISMUS – DANK KOOPERATIONS- MANAGEMENT ZUM ERFOLG



AGENDA

- Ausgangslage
- Facts & Figures
- Trends
- Strategische Ausrichtung
- Herausforderungen
- Fragen & Diskussion

KURZPORTRAIT ERLEBNISREGION

- 25'000 Hotelbetten und knapp 4 Mio. Logiernächte im 2018
- Einmalige Angebotsdichte zu allen Jahreszeiten
- Stadt Luzern und Hotspots, Schifffahrt und Bergbahnen Pilatus, Rigi, Stans, Stoos sowie Titlis von hoher Bedeutung für die Tourismusentwicklung der Region
- Zwei neue Leuchttürme: Andermatt und Bürgenstock
- Bedeutende Investitionen in Marke, Infrastruktur und Marketing in den vergangenen Jahren und in Zukunft

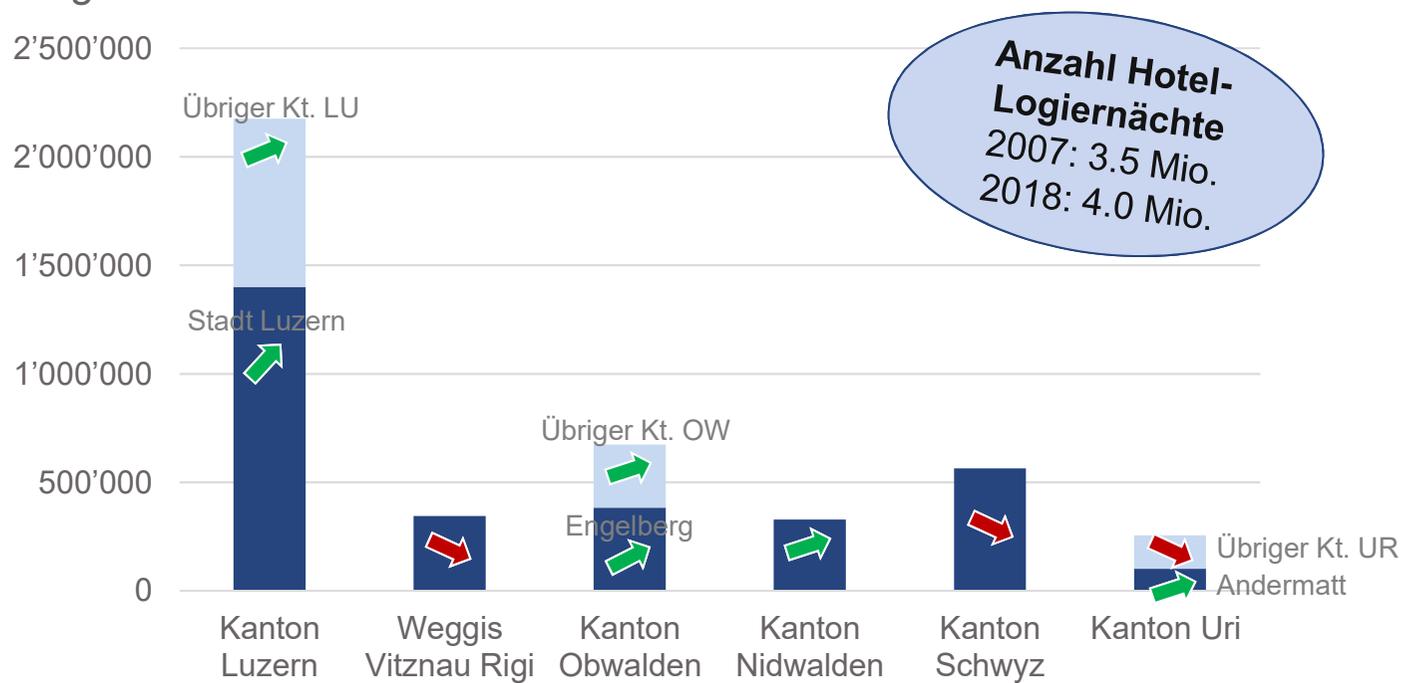


AUSGANGSLAGE

Hotellerie

Logiernächte Hotellerie 2018

Entwicklung 2007 - 2018



BEDEUTUNG DES TOURISMUS FÜR DIE ZENTRALSCHWEIZ

Kanton Luzern
65 % Auslastung Hotelbetten
12'000 Vollzeitbeschäftigte
ca. CHF 1 Mia. tour. BWS¹

Kanton Obwalden
47 % Auslastung Hotelbetten
2'700 Vollzeitbeschäftigte
2.-Wohnungsanteil Engelberg: 60 %

Kanton Nidwalden
38 % Auslastung Hotelbetten
Bürgenstock Resort + 800 VZÄ
1'700 Vollzeitbeschäftigte
ca. CHF 0.25 Mia. tour. BWS

Kanton Schwyz
50 % durch 6 grössere Betriebe
42 % Auslastung Hotelbetten
4'600 Vollzeitbeschäftigte
ca. CHF 0.5 Mia. tour. BWS

Kanton Uri
Andermatt/übriger Kanton
42 % / 28 % Auslastung Hotelbetten
1'750 Vollzeitbeschäftigte
ca. CHF 0.155 Mia. tour. BWS



¹ ohne Erwerb von Luxusgütern

FACTS & FIGURES

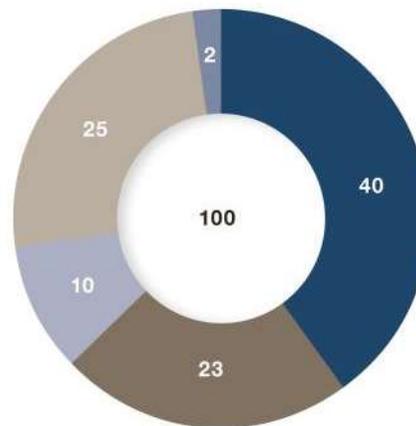
Logiernächte 2018
in der Region Luzern-Vierwaldstättersee

3 862 374

davon Logiernächte 2018
in der Stadt Luzern

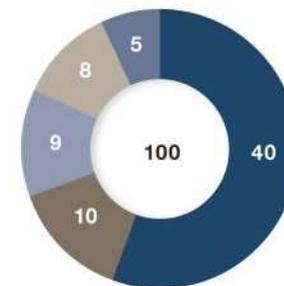
1 388 288

Logiernächte 2018
Marktanteile in Prozent (Region)

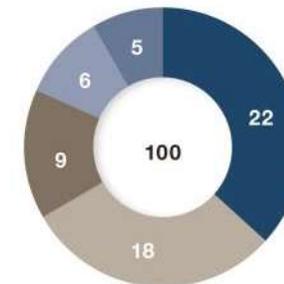


Schweiz
Europa
Amerika
Asien
Ozeanien+Afrika

Logiernächte 2018
Quellenmärkte in Prozent



Region Luzern-
Vierwaldstättersee



Stadt
Luzern

Schweiz
USA
China
Deutschland
Indien

FACTS & FIGURES

797 953 020 CHF

So viel Geld haben Übernachtungsgäste in der Region Luzern-Vierwaldstättersee 2018 total ausgegeben.

Durchschnittliche Tagesausgaben in CHF (von Hotelübernachtungsgästen)

Herkunftsländer	2017
Schweiz	140
Deutschland	130
UK	210
USA	280
China	380
Thailand	270
Japan	300
Russland	250
Indien	310
Golfstaaten	420

Quelle: Tourismusmonitor

TRENDS MIT BEDEUTUNG FÜR TOURISTISCHE NACHFRAGE

Schweiz bleibt
Hochpreisland



Auslastung
Verkehrs-
infrastruktur



Gut situierte
Menschen mit Zeit
für tour. Aktivitäten



Digitalisierung



Wandel der
Prioritäten



Umwelt-
freundliches
Verhalten!?



Mehr gesunde,
ältere
Menschen



Wachsendes
Gesundheits-
bewusstsein



Klimawandel



STRATEGIE 2020: «PREMIUM»-QUALITÄTSSTRATEGIE

Ziele

- Saisonverlängerung
- Qualität steigern
- Preisniveau erhöhen
- Beständiger Gäste-Mix



Herausforderungen

- Kurze Aufenthaltsdauer
- Preisniveau/Wertschöpfung
- Saisonale Auslastung
- touristische Infrastruktur



Stossrichtungen

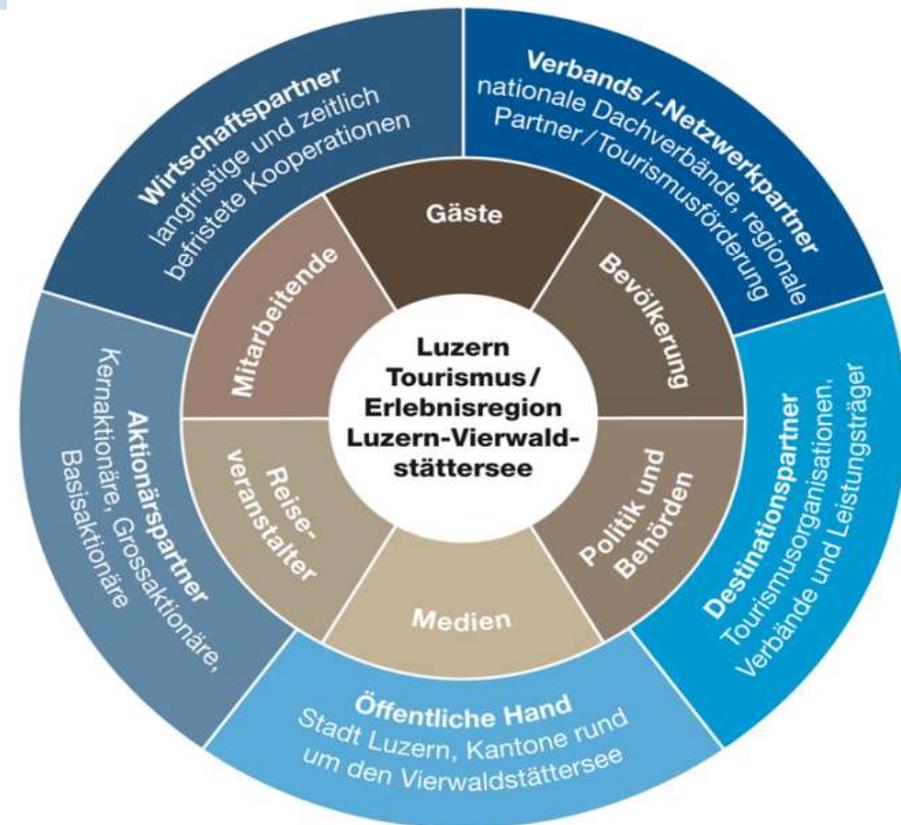
- Businessplan «BUSINESS»
- Regionale Tourismuspolitik
- Kooperationsmanagement
- Servicequalität + Gastfreundschaft
- Mobilität

Massnahmen

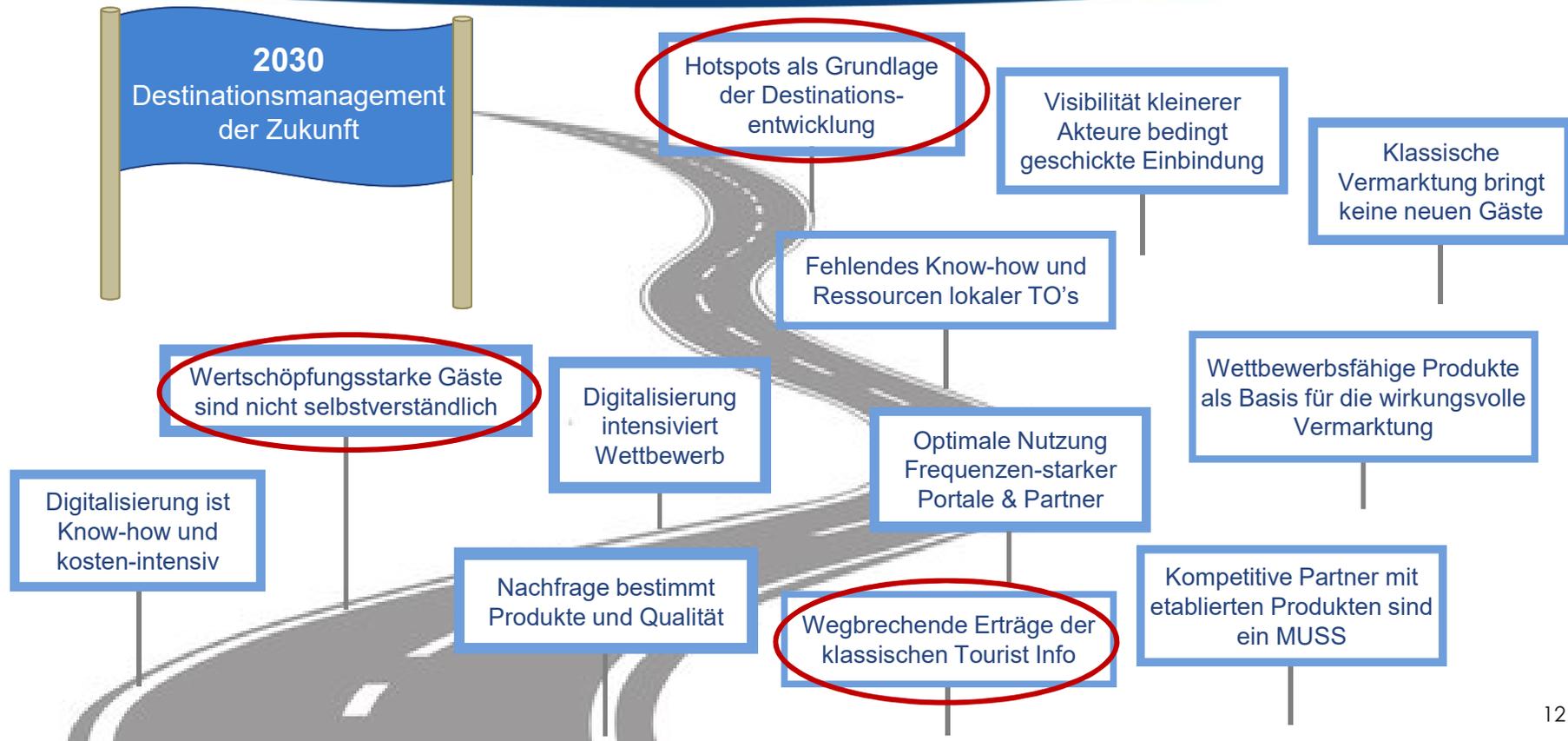
«Premium Erlebnisdestination»

PARTNER-NETZWERK

- Wichtig und anspruchsvoll
- Entscheidender Erfolgsfaktor:
Breite und nachhaltige Vernetzung
mit Partnern / Anspruchsgruppen aus
allen Bereichen



WAS ÄNDERT SICH?



HERAUSFORDERUNG FÜR DIE POTENZIALAUSSCHÖPFUNG

© DMO der Zukunft

- Professionalisierung der Strukturen
- Veränderung Aufgaben & Rollen
- Regionale Akteure → Produktentwicklung vor Ort
- Reduktion Schnittstellen
- Ressourcen für Destinationsentwicklung

Ⓐ Entwicklung tourist. Angebote

- Mehr qualitative Betten
- Strukturbereinigung Hotellerie
- Mit Qualität überzeugen
- Ressourcen für Innovationen einsetzen
- Gästenutzen erhöhen
- Leistungsfähigkeit touristischer Verkehrsträger erhalten

Ⓥ Vermarktung tourist. Angebote

- Sicherstellung der Wirksamkeit
- Digitalisierung fordert Know-how und laufende Weiterentwicklung
- Vermarktung alleine bringt keine neuen Gäste
- Gästesegmente der Zukunft?

Ⓡ Rahmenbedingungen öff. Hand

- Sensibilisierung für touristische Anliegen
- Gesetzliche Grundlagen für zukunftsgerichtete Tourismusfinanzierung
- Tourismusfreundliche Rahmenbedingungen

WAS HEISST DAS FÜR DIE ERLEBNISREGION?





VIELEN DANK!

LUZERN+
LUCERNE
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

