

**Zeitschrift:** Jahresbericht / Schweiz Tourismus  
**Herausgeber:** Schweiz Tourismus  
**Band:** - (2001)

**Artikel:** Die touristischen Zahlen 2001 : Höhen und Tiefen  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-630053>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 29.11.2024

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

# Die touristischen Zahlen 2001: Höhen und Tiefen.

## **Beste Winter aller Zeiten für die Schweizer Hotellerie**

Das Jahr 2001 hat der Hotellerie einen fulminanten Start beschert: Die Ergebnisse der Logiernächtestatistik für Januar und Februar waren ausgezeichnet, und das starke Wachstum, welches im Jahr 2000 eingesetzt hatte, hielt an. Obwohl sich im März erste Zeichen einer Abschwächung bemerkbar machten, konnte für das Winterhalbjahr November 2000 bis April 2001 das beste Winterergebnis aller Zeiten in der Schweizer Hotellerie verbucht werden: 15.03 Millionen Logiernächte wurden gezählt.

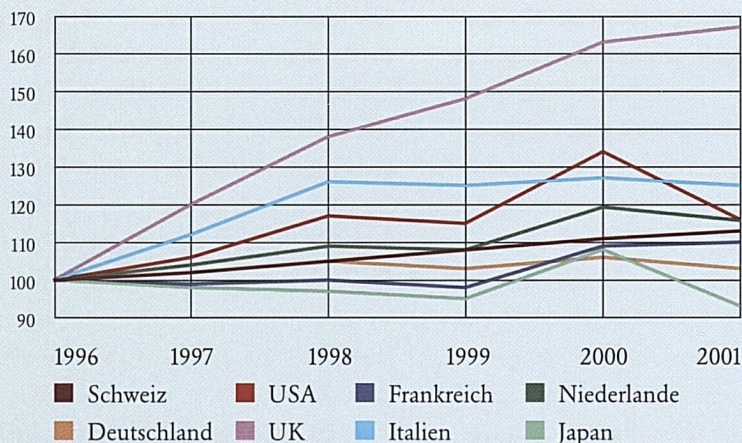
## **Durchzogener Sommer (Mai bis Oktober)**

Im Mai wurde die Trendwende eingeläutet, und sämtliche Monate des Sommerhalbjahres schlossen mit Rückgängen im Vergleich zu den entsprechenden Vorjahresmonaten ab. Die Inlandnachfrage – mit 42% Marktanteil mit Abstand das bedeutendste Gästesegment – schloss zwar mit einem Plus von 1.3% (das entspricht 8.3 Millionen Logiernächten in Hotel- und Kurbetrieben) ab. Diese erfreuliche Entwicklung der Binnen nachfrage vermochte den Rückgang der Nachfrage aus dem Ausland von insgesamt –5.8% nicht zu kompensieren. In Deutschland (–4%) begann die schleppende Konjunktur ihre Wirkung bei den Auslandsreisen zu zeigen. Dies galt ebenso für Japan (–14%) und die USA (–19%). Weitere wichtige Auslandsmärkte wie Frankreich (–1.7%), Italien (+0.4%) und UK (–0.1%) konnten ihr Vorjahresergebnis halten. Nach wie vor erfreulich verlief die Entwicklung in einigen Zukunftsmärkten. Russland wartete für das Sommerhalbjahr mit +12%, China mit +14%, die Golfstaaten mit +15% auf. Kanada zeigte eine von den USA abgekoppelte Entwicklung und schlug mit einem Wachstum von +8% zu Buche. Bei der Analyse all dieser Daten muss auch an nicht beeinflussbare Faktoren wie die Terroranschläge oder das schlechte Wetter des Septembers und das gute Wetter des Oktobers gedacht werden. Ebenso bewirkte die Aufwertung des Schweizer Frankens gegenüber den wichtigsten Währungen um bis zu 5% eine Verteuerung der Schweizer-Ferien für Ausländer, während Auslands-Ferien für Schweizer im Oktober wegen Preisaufschlägen um 4% teurer geworden sind.

## **Bewegter Herbst und erfolgreicher Start in den Winter**

Die tragischen Ereignisse des 11. Septembers in den USA liessen die Nachfrage aus den grossen Überseemärkten regelrecht einbrechen: Die USA und Japan verzeichnen für die Periode September bis Dezember 2001 Rückgänge von 36% respektive 31%. Die Reduktion von Flugbewegungen und die Flugunlust wirkte allerdings auch in umgekehrter Richtung: Trotz des wirtschaftlich rauen Klimas in Europa konnten die meisten Wintersportorte an die starken Vorjahresergebnisse anknüpfen. Die stark vom Geschäftstourismus abhängigen Städte hingegen spürten den Einbruch in diesem Segment nach dem 11. September auch Monate danach.

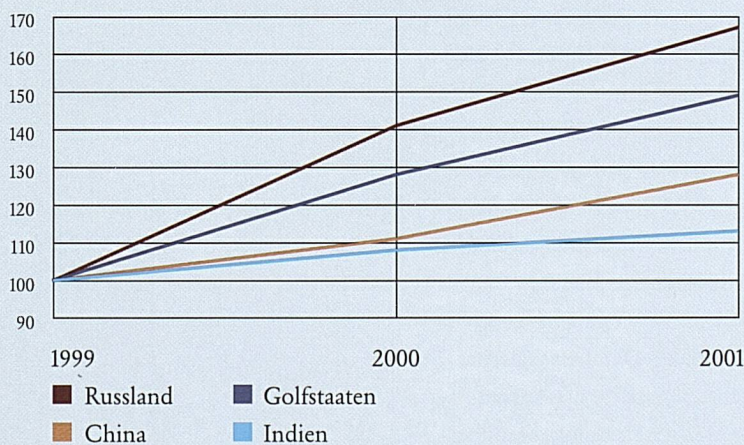
### Logiernächte-Entwicklung seit 1996 in Hotel- und Kurbetrieben; die wichtigsten Herkunftsmärkte 1996-2001 (Index-Basis: 1996 = 100)



Darstellung des Wachstums traditioneller Märkte nach Indexpunkten.

Quelle: BFS 2002, eigene Darstellung.

### Logiernächte-Entwicklung seit 1999 in Hotel- und Kurbetrieben; ausgewählte Zukunftsmärkte 1999-2001 (Index-Basis: 1999 = 100)



Darstellung des Wachstums von Zukunftsmärkten nach Indexpunkten.

Quelle: BFS 2002, eigene Darstellung.

### Bilanz 2001 leicht rückläufig

Nach dem Spitzenjahr 2000 wurden in den Schweizer Hotel- und Kurbetrieben 34.675 Millionen Logiernächte verzeichnet. Das entspricht im Vergleich zum Jahr 2000 einem Rückgang von 1.0% (Gäste aus dem Ausland: -3.3%, Gäste aus dem Inland +2.1%).

### Ein weiterer Horizont: die Zahlen der letzten fünf Jahre

Der Vergleich der Zahlen eines Jahres mit denen des Vorjahres gibt oft nur ein unvollständiges Bild. Im Folgenden sei versucht, die Entwicklung der Logiernächte im Allgemeinen und in Bezug auf ausgewählte Märkte über den Zeitraum von fünf Jahren darzustellen. Mit interessanten Einsichten.

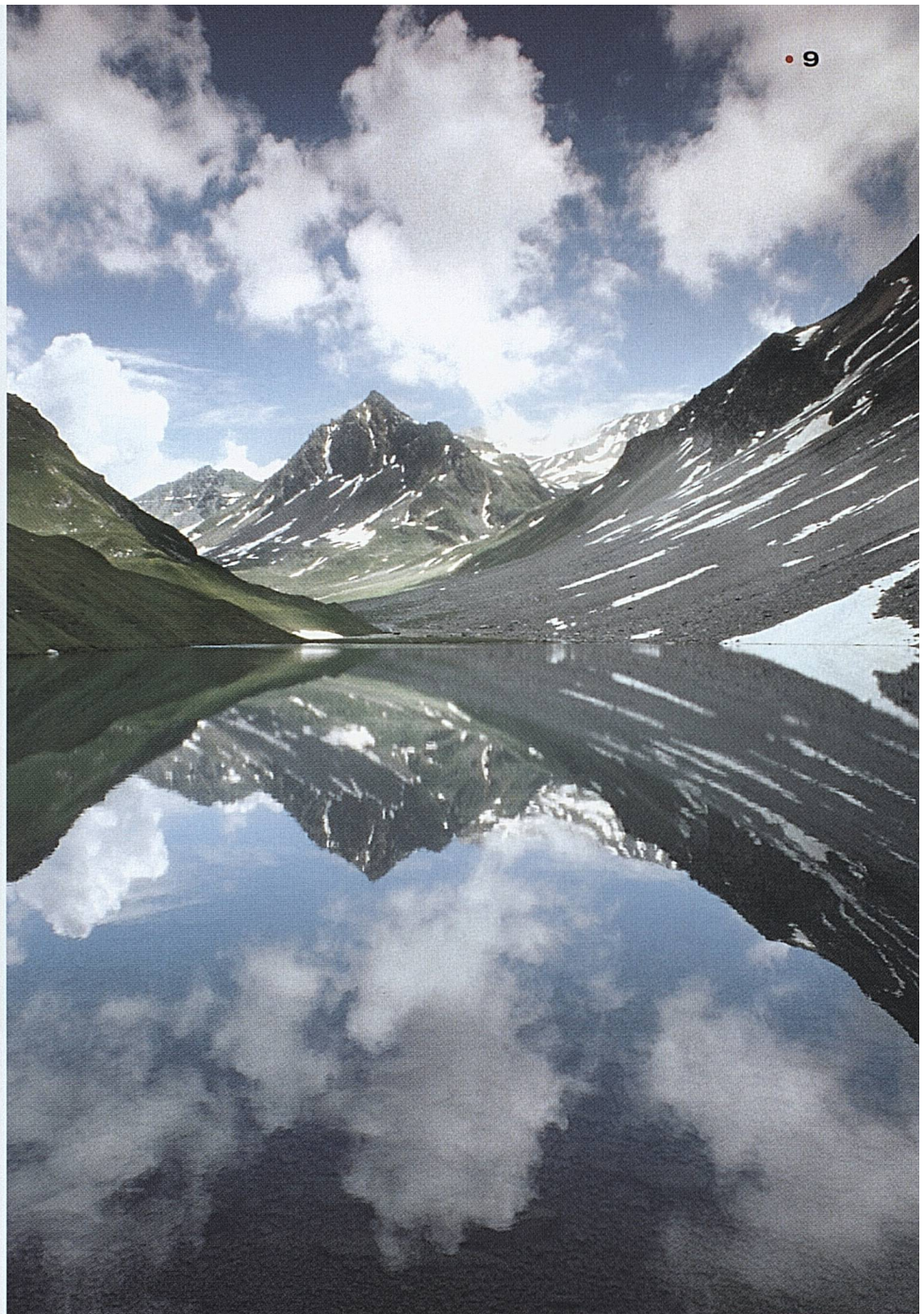
Die Entwicklung für Hotellerie und Parahotellerie verlief in den letzten fünf Jahren unterschiedlich: Von 1996 bis 2000 haben die Logiernächte in den Schweizer Hotel- und Kurbetrieben um 13% zugenommen, während sie in der Parahotellerie im gleichen Zeitraum um 6% abgenommen haben.

Für fast alle grossen Herkunftsmärkte verlief die Entwicklung in den letzten fünf Jahren positiv. Allen voran Grossbritannien: Von hier stammten per Ende 2001 67% mehr Logiernächte als 1996. Erfreulicherweise verzeichnen auch die Länder der Euro-Zonen Wachstum. Dies, obwohl der Euro seit seiner Einführung als Buchwährung gegenüber dem Schweizer Franken bis zu 9% an Wert verloren hat.

Aussergewöhnliche Zuwachsraten erfahren die Zukunftsmärkte: Russland, China, die Golfstaaten und Indien verzeichnen allesamt ein starkes Wachstum, das grösste Russland, das von 1999 bis 2001 63% mehr Logiernächte in Schweizer Hotel- und Kurbetrieben generierte.

**Der umfassendere Blick zeigt Positives**

Was volkswirtschaftlich hinter Zahlen stecken kann, versucht der Tourismus Performance Index des Forschungsinstitutes für Freizeit und Tourismus der Uni Bern (FIF) zu analysieren. Bei diesem Pilotprojekt zeichnen sich am Beispiel der Region Graubünden trotz Frequenzverlusten (weniger Logiernächten) positive Umsatzentwicklungen ab. Das heisst, die Region konnte ihre Wertschöpfung pro verkaufte Einheit steigern, ist also volkswirtschaftlich stärker geworden. Diese Erkenntnis ergibt sich daraus, dass das Tourismusbarometer sich nicht mehr nur auf die Logiernächtezahlen abstützt, sondern auch auf Verkehrszahlen, Tagestourismus und Umsatzzahlen.



**Projekt Wertschöpfungsanalyse Graubünden:  
Frequenz- und Umsatzentwicklung in touristischen Branchen,  
Veränderung vom Sommer 2000 zum Sommer 2001**

