

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2007)

Rubrik: Resultate = Résultats

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

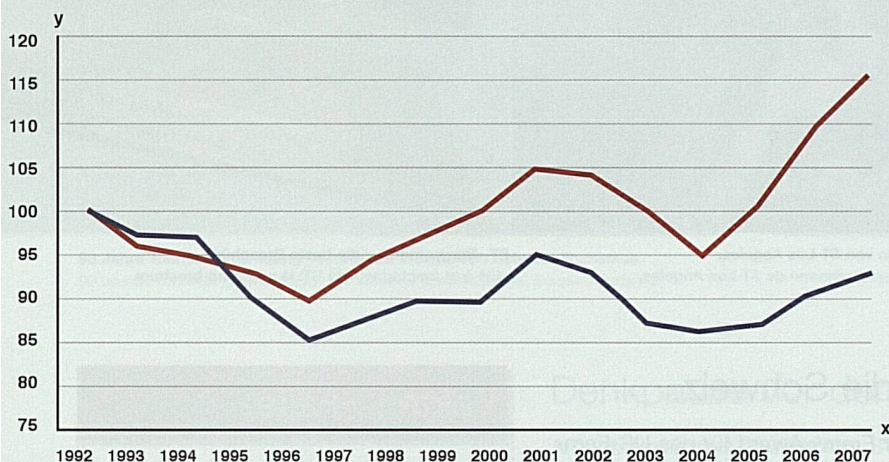
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 26.11.2024

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

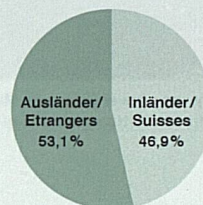
Entwicklung der Hotelübernachtungen. Evolution des nuitées hôtelières.

y-Achse: Index, Jahr 1992 = 100 / Axe y: Indice, année 1992 = 100
x-Achse: 1992 bis 2007 / Axe x: 1992 jusqu'à 2007

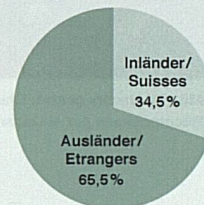


— Alpine Regionen
Régions alpines
— Städte (Metropolen)
Villes (métropoles)

Alpine Regionen
Régions alpines



Städte (Metropolen)
Villes (métropoles)



Quellen: BFS, Beherbergungsstatistik / Sources: OFS, stat. d'hébergement

Entwicklung der Hotelübernachtungen von 1992 bis 2007.
Evolution des nuitées hôtelières des années 1992 à 2007.

Städte kurbeln Wachstum an.

In den vergangenen 15 Jahren haben die Städte 1% mehr Logiernächte verzeichnet: Mit 14,7 Mio. Logiernächten im Jahr 2007 (+5,6%) profitierte die urbane Schweiz ganz besonders von der jüngsten Wachstumsdynamik. Der Erfolg der Städte ist dem blühenden Geschäftstourismus ebenso zu verdanken wie dem aufstrebenden Freizeit- und Shoppingtourismus und der positiven Konsumentenstimmung. Hinzu kommen die kürzeren Reisezeiten bei Flügen und Zügen sowie das konkurrenzfähige Preis-/Leistungsverhältnis. Die erhöhte Nachfrage traf sowohl auf Schweizer (+3,3%) wie ausländische Gäste (+6,8%) zu.

Den Löwenanteil an Logiernächten registrierten aber nach wie vor die alpinen Regionen. 2007 verzeichneten sie rund doppelt so viele Übernachtungen wie die Städte. Das solide Wachstum von 3,1% ist besonders auf die Gunst ausländischer Gäste (+5,6%) zurückzuführen.

Les villes, moteur de la croissance.

Ces 15 dernières années, les villes ont enregistré une augmentation de 1% des nuitées. Avec 14,7 millions de nuitées en 2007 (+5,6%), la Suisse urbaine a profité tout particulièrement de la récente dynamique de croissance. Le succès des villes est dû au tourisme d'affaires florissant, à l'essor du tourisme de loisirs et de shopping, ainsi qu'à l'évolution positive du climat de consommation. A ces facteurs s'ajoutent le raccourcissement des temps de voyage aérien et ferroviaire, ainsi qu'un rapport qualité/prix compétitif. Cette croissance de la demande émane aussi bien des touristes suisses (+3,3%) que des touristes étrangers (+6,8%).

Cependant, en termes de volume, les régions alpines ont enregistré, comme par le passé, la part du lion des nuitées. En 2007, elles ont totalisé près de deux fois plus de nuitées que les villes. La croissance solide de 3,1% des nuitées dans les régions alpines s'explique surtout par la faveur dont elles jouissent auprès des touristes étrangers (+5,6%).

Marketing-Resultate (Messung «Vierradantrieb»)				
Résultats en termes de marketing (selon le principe des «4 roues motrices» de l'activité)			2006	2007
Reiseveranstalter (KAM)	Beeinflusste LN durch KAM	Nuitées générées (KAM)	4,2 Mio.	4,5 Mio.
Tour-opérateurs (KAM)	Touristischer Umsatz	Chiffre d'affaires touristique	CHF 1,26 Mia.	CHF 1,18 Mia.*
Key Media Management	Total Medienkontakte	Nombre total de contacts médias	9,2 Mia.	13,56 Mia.**
	Beeinflusste Medienartikel	Articles générés par ST	8500	8700
	Teilnehmer an ST-Medienreisen	Participants aux voyages de presse ST	1711	1880
	TV-Teams	Equipes de télévision	107	102
E-Marketing	Anzahl Webbesucher	Nombre de visiteurs sur Internet	11,4 Mio.	13,6 Mio.
Promotion	Werbe- & Marketing-Kontakte	Contacts marketing et publicité	2,8 Mia.	2,9 Mia.
	Distribuierte Broschüren	Brochures distribuées	32,8 Mio.***	33,1 Mio.***
	Hochwertige Kundenkontakte	Contacts clients de grande qualité	1,5 Mio.	1,2 Mio.

Marketing- und Mitteleinsatz-Effizienz				
Efficacité en termes de marketing et d'emploi des ressources			2006	2007
Marketing-Budget/Marketing-Mitarbeiter	Budget marketing/collaborateur marketing	CHF 274 000	CHF 284 000	
Eigenfinanzierungsgrad	Degré d'autofinancement	38,2 %	41,4 %	
Einnahmen strategische/offizielle Partner	Recettes issues parten. strat./off.	CHF 8,23 Mio.	CHF 8,9 Mio.	

Branchen-Zusammenarbeit und Organisations-Akzeptanz				
Collaborations sectorielles et représentativité			2006	2007
Partizipierende Partner	Nombre de partenaires actifs	460	480	
Web-Kooperationen	Nombre de coopérations Internet	36	51	
Marketing-Ertrag Partner	Participations de partenaires au marketing	CHF 23,92 Mio.	CHF 26,62 Mio.	

* Neu erhobene Tagesausgaben pro Land

** Inkl. 5,7 Mia. TV-Kontakte in China, generiert durch national ausgestrahlte Sendungen, unter anderem über Wang Shi (siehe Seite 33)

*** Proaktive Distribution neuer Werbemittel (Beilagen, Flyer etc.)

* Dépenses quotidiennes moyennes par pays, nouveau calcul

** Inclus 5,7 Mia. de contacts TV en Chine générés par des émissions nationales, entre autre sur M. Wang Shi (voir page 33)

*** Distribution proactive de nouveaux documents publicitaires (suppléments, flyers, etc.)

Mehr Medien- und Webbesuche.

Als Marketing-Organisation der touristischen Schweiz ist ST in vier Bereichen tätig: bei Reisevermittlern, bei Medienschaffenden, im E-Marketing und in der Promotion. Die Kontrolle der Tätigkeit von ST erfolgt mittels Zahlenerhebung (siehe Liste).

Im Vergleich zum Vorjahr nahmen vor allem zwei Werte deutlich zu: Bei den Medienreisen (+169 Teilnehmer) war das neue Unesco-Weltnaturerbe Lavaux Hauptgrund für das überdurchschnittliche Interesse (S. 21). Und der immer bekannteren Plattform MySwitzerland.com gelang mit 13,6 Millionen Besuchern (S. 14) die beeindruckende Steigerung von zwei Millionen.

Médias et communication électronique: intérêt grandissant.

En tant qu'organisation de marketing pour la Suisse touristique, ST est active dans quatre domaines: auprès des voyageurs, auprès des journalistes, dans le marketing en ligne et dans la promotion. Le contrôle de l'impact des activités de ST se fait par le biais d'analyses chiffrées (voir liste).

En comparaison de l'année passée, deux chiffres ont fortement augmenté: lors des voyages de presse (+169 participants), l'intérêt le plus marqué a porté sur le Lavaux, site récemment inscrit au Patrimoine mondial de l'UNESCO (p. 21). La plate-forme MySwitzerland.com, de plus en plus plébiscitée, a attiré 13,6 millions de visiteurs (p. 14), soit une hausse impressionnante de deux millions de visiteurs.

Land / Pays	Logiernächte 2006	Logiernächte 2007	Veränderung absolut	Veränderung in %
Prioritätsmärkte / Marchés prioritaires	Nuitées	Nuitées	Variation chiffres absolus	Variation en %
Schweiz / Suisse	15 203 977	15 447 065	243 088	1,6 %
Deutschland / Allemagne	5 757 096	6 081 920	324 824	5,6 %
Grossbritannien und Irland / R.-U. & Irlande	2 288 225	2 376 530	88 305	3,9 %
Frankreich / France	1 269 871	1 367 457	97 586	7,7 %
Italien / Italie	1 057 218	1 133 626	76 408	7,2 %
Niederlande / Pays-Bas	871 272	948 011	76 739	8,8 %
USA / Etats-Unis	1 659 064	1 664 929	5 865	0,4 %
Japan / Japon	594 951	554 861	-40 090	-6,7 %
Aktiv-Märkte / Marchés actifs				
Österreich / Autriche	355 855	386 824	30 969	8,7 %
Belgien / Belgique	767 640	798 808	31 168	4,1 %
Kanada / Canada	205 120	215 064	9 944	4,8 %
Nord. Staaten (Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark) / Pays nordiques (Suède, Norvège, Finlande, Danemark)				
Polen / Pologne	100 351	120 286	19 935	19,9 %
Tschechische Republik / République tchèque	74 595	85 885	11 290	15,1 %
Spanien / Espagne	403 460	448 248	44 788	11,1 %
Strategische Wachstumsmärkte / Marchés de croissance prioritaires				
Russland / Russie	327 918	399 504	71 586	21,8 %
Golfstaaten / Pays du Golfe	291 428	350 085	58 657	20,1 %
Indien / Inde	284 390	336 966	52 576	18,5 %
China, inkl. Hong Kong / Chine, incl. Hong Kong	258 476	284 950	26 474	10,2 %
Korea (Rep.) / Corée (Rép.)	136 289	160 916	24 627	18,1 %
Reaktiv-Märkte / Marchés réactifs				
Australien, Neuseeland & Ozeanien / Australie, Nouvelle-Zélande & Océanie				
Australien, Neuseeland & Ozeanien	206 188	252 885	46 697	22,6 %
Brasilien / Brésil	127 780	142 821	15 041	11,8 %
Israel / Israël	165 984	167 890	1 906	1,1 %
Malaysia / Malaisie	35 633	39 719	4 086	11,5 %
Südafrika / Afrique du Sud	78 864	78 020	-844	-1,1 %
Singapur / Singapour	51 735	62 223	10 488	20,3 %
Thailand / Thaïlande	67 169	71 954	4 785	7,1 %
Taiwan / Taïwan	59 234	55 940	-3 294	-5,6 %

Logiernächte in Schweizer Hotels und Kurbetrieben (nach ausgesuchten Herkunftsländern, teilweise kumuliert).

Nuitées dans les hôtels et établissements de cure suisses (par pays d'origine sélectionnés, en partie cumulées).

Quelle: BFS 2008 (Januar–Dezember 2007), Source: OFS 2008 (janvier–décembre 2007).

Fakten. Faits.

Märkte-Entwicklung 2007

Ankünfte / Logiernächte in %:

Markt Schweiz	3,4 / 1,6
Prioritätsmärkte	4,4 / 3,0
Aktiv-Märkte	8,7 / 7,5
Strategische Wachstumsmärkte	17,1 / 18,0
Reaktiv-Märkte	10,5 / 10,0

Evolution des marchés 2007

Arrivées / nuitées en %:

Marché suisse	3,4 / 1,6
Marchés prioritaires	4,4 / 3,0
Marchés actifs	8,7 / 7,5
Marchés de croissance prioritaires	17,1 / 18,0
Marchés réactifs	10,5 / 10,0

Rekordjahre in Reichweite.

36,4 Millionen Übernachtungen verzeichneten die Schweizer Hotel- und Kurbetriebe 2007. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Steigerung von 4,4%. Zu diesem Plus trugen hauptsächlich die ausländischen Gäste bei (+6,5%). Erfreulich ist aber auch das Ergebnis der Schweizer (+1,6%). Mit 15,4 Millionen Logiernächten generierten sie den höchsten Wert seit 15 Jahren. Ihr Marktanteil an Logiernächten betrug 42,5%. Der Trend zu häufigeren Aufenthalten von kürzerer Dauer hielt sowohl bei den ausländischen wie bei den Schweizer Gästen an. Davon profitierten die Städte mehr als der alpine Raum. Das Jahr 2007 wird als ein bedeutendes in die Schweizer Tourismusgeschichte eingehen: Es schliesst mit dem siebtbesten Logiernächteergebnis aller Zeiten ab und knüpft an die Rekorde der 1970er und frühen 1990er Jahre an.

Une année proche du record.

36,4 millions de nuitées ont été enregistrées par les hôtels et établissements de cure suisses en 2007. Ceci représente une augmentation de 4,4% par rapport à l'année précédente. Cette hausse a été particulièrement marquée chez les touristes étrangers (+6,5%). Mais le résultat des touristes suisses (+1,6%) est aussi réjouissant. Avec 15,4 millions de nuitées, les touristes suisses ont généré la valeur ajoutée la plus élevée depuis 15 ans. La part de marché totale du tourisme indigène en Suisse s'élève à 42,5%. La tendance à des séjours plus fréquents, mais plus courts, s'est maintenue tant pour les Suisses que pour les étrangers. Les villes profitent de cette tendance davantage que les régions alpines. L'année 2007 est à marquer d'une pierre blanche dans les annales du tourisme suisse: elle se clôt avec le septième meilleur résultat de tous les temps en termes de nuitées et renoue avec les records des années 1970 et du début des années 1990.