

Die DNA des US-Gastes

Der US-Markt erlebte in den vergangenen Jahren in der Schweiz und im Wallis ein starkes Wachstum. Es handelt sich dabei um eine junge und kaufkräftige Kundschaft, die gerne wandert.

DANIEL STAMPELI

Die Besucher aus den Vereinigten Staaten repräsentieren 3% des touristischen Aufkommens in der Schweiz. Sie sind hinter Deutschland (12,5%) zusammen mit dem Vereinigten Königreich der zweitwichtigste ausländische Quellmarkt, wie das Walliser Tourismus Observatorium (Tourobs) aufgrund von Informationen von Schweiz Tourismus festhält. Im Verlauf der vergangenen drei Jahre wuchs die Anzahl der Hotelübernachtungen der Amerikaner in der Schweiz um 5,5%. Im Wallis hat ihre Übernachtungszahl zwischen November 2016 und November 2018 gar um 35% zugenommen. Aus Sicht der Hotelübernachtungen etablieren sich im Wallis die USA (3,2%) hinter Frankreich (4,1%) und Deutschland (3,7%) als drittstärkster ausländischer Quellmarkt.

Die touristische Nachfrage der Amerikaner scheint sich laut Tourobs tendenziell auf einige Schlüsselregionen zu konzentrieren. Der



Die US-Amerikaner reisen nicht nur weltweit, sie schätzen auch den Aufenthalt in der Schweiz. 123RF

Kanton Zürich (20%) ist dabei bei den Amerikanern am beliebtesten, knapp vor der Region Bern (19%). Mit 12% erreicht das Wallis den dritten Platz. Gut zwei Drittel der Amerikaner begeben sich für einen Wanderaufenthalt in die Schweiz. Für 14% ist die Schweiz eine Etappe auf ihrer Europareise. Die Amerikaner, die die Schweiz besuchen, kommen hauptsächlich aus dem Staat Kalifornien, von New York und aus Florida.

Die täglichen Ausgaben der Amerikaner sind höher als diejenigen der übrigen Touristen. Insgesamt bewegt sich der Anteil der

Touristen, die täglich höchstens 100 Franken während ihres Aufenthalts in der Schweiz ausgeben, bei 42%. Bei den Amerikanern liegt dieser Anteil lediglich bei 22%. Ein Drittel gibt an, dass sich die Ausgaben zwischen 100 und 199 Franken befinden, während 11% von ihnen mindestens 500 Franken täglich ausgeben.

Vor allem 4- und 5-Sterne-Hotels sind sehr beliebt

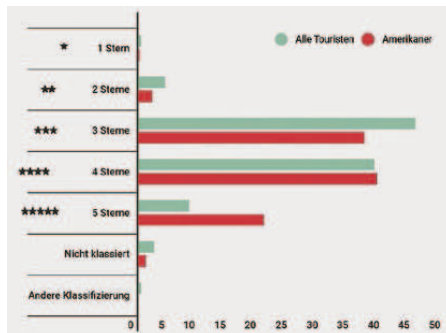
Das Hotel ist gemäss Tourobs die am meisten benutzte Unterkunftsart (54%) vor den nichtkommerziellen Ferienwohnungen (17%). Die Amerikaner bevorzugen Plattformen wie etwa Airbnb gegenüber Reisebüros. Die Kategorie von Amerikanern, die das Hotel bevorzugt, entscheidet sich für Hotels der Luxusklasse. Dabei übernachteten knapp zwei Drittel in 4- oder 5-Sterne-Unterkünften. Mehr als 20% der Amerikaner haben ihre Unterkunft in einem 5-Sterne Hotel reserviert. Dieser Anteil ist fast 2,5 Mal höher als derjenige bei den übrigen Märkten.

Eine Mehrheit stützt sich auf die Empfehlungen ihrer Familie und ihrer Freunde (57%). Entgegen dem Verhalten anderer Reisenden vertrauen die amerikanischen Gäste vorzugsweise Online-Kommentaren und Diskussionsforen. Zur Vorbereitung ihrer Schweiz-Reise ist bei den Amerikanern die Konsultation von Reiseführern weit verbreitet.

Wie zahlreiche andere Touristen, wollen die Amerikaner von den Naturbesonderheiten der Schweiz, das heisst in erster Linie von den Bergen und der Natur profitieren. Sie suchen auch Hochgebirgsfernerfahrten und Zugang zu Flüssen und Seen. Das Bedürfnis nach «Entspannung» und «Ruhe» wird weniger häufig erwähnt als von Gästen anderer Märkte. Zur Entspannung bevorzugten die Amerikaner Erlebnisse in der Stadt und an historischen Stätten. Wandern (48%) ist die beliebteste sportliche Aktivität während ihres Aufenthalts in der Schweiz. Dahinter folgen Schwimmen und Alpinismus/Klettern.

Interesse an Kultur und Geschichte

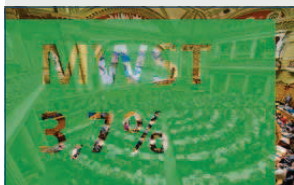
Die US-Amerikaner sind sehr daran interessiert, die kulturellen Komponenten eines Gebietes zu entdecken. Während bei der Gesamtheit der Touristen an erster Stelle der nichtsportlichen Tätigkeiten Seilbahnausflüge stehen, bevorzugen die Amerikaner den Besuch historischer Attraktionen (44%). Danach kommen das Shopping (42%) und der Besuch von Naturschutzgebieten (41%). Kulturelle Aktivitäten (historische, religiöse und militärische Stätten und Museen usw.), geführte Besichtigungen oder auch gastronomische Erlebnisse werden von den Amerikanern häufiger erwähnt als von den übrigen Touristen.



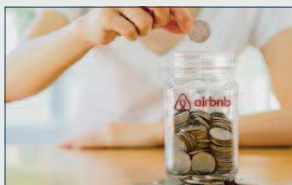
5-Sterne-Hotels sind bei US-Amerikanern deutlich beliebter als beim Durchschnitt aller Gäste. Quelle: Tourobs

14 Tage Das Wichtigste aus der Branche

alle News auf htr.ch



Parlamentsdienste 3003 Bern/Montage htr



123RF/Montage htr



ZVG

mehrwertsteuer

Auch der Nationalrat will Packages vereinfachen

Der Nationalrat hat nach dem Ständerat die Motion von Ständerat Stefan Engler angenommen. Diese verlangt, dass Packages einheitlich nach der überwiegenden Leistung besteuert werden können, wenn diese wertmässig mindestens 55 Prozent des Gesamtentgelts ausmacht. In der Hotellerie käme der Mehrwertsteuer-Sondersatz von 3,7 Prozent zum Einsatz. Der Nationalrat verlangt aber, dass es sich um inländische Angebote handelt. Dem geänderten Text muss noch der Ständerat zustimmen.

tourismusabgabe

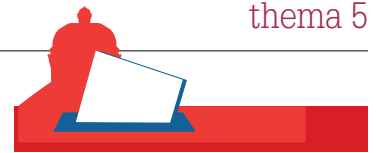
Airbnb zieht immer mehr Tourismusabgaben automatisiert ein

Airbnb hat allein im letzten Jahr in der Schweiz mehr als 640 000 Franken an Tourismusabgaben automatisiert durch die Buchung der Gäste eingezogen und an die Kantone oder Tourismusorganisationen weitergereicht. Mit den Kantonen Zug, Basel-Landschaft und -Stadt, sowie Zürich und seit 1. Januar 2019 auch Schaffhausen sind innerhalb von einundzwanzig Jahren fünf Vereinbarungen zur automatisierten Einziehung der Tourismusabgaben geschlossen worden. Weitere Kantone sollen dazukommen.

bildung

Parlament will Höhere Fachschulen klarer positionieren

National- und Ständerat haben zwei Motionen zur Stärkung der Höheren Fachschulen (HF) angenommen. Der Bundesrat muss nun die rechtlichen Grundlagen so anpassen, dass die Höheren Fachschulen mit eidgenössisch anerkannten Bildungsgängen und ihre Abschlüsse national und international klar als Teil der schweizerischen Berufsbildung positioniert sind. Zu den HF-Abschlüssen gehören auch diplomierte Hoteliere/Restaurateurs/Hotelières-Restauratrices HF und dipl. Hotelmanager/-innen NDS. og/npa



Wahlen 2019 Tourismus stärken



Parlamentsdienste 3003 Bern

Hotellerie als Akteur auf Augenhöhe

Nicht nur die morgen endende Frühjahrsession ist bald Geschichte. Auch die 50. Legislaturperiode der eidgenössischen Räte neigt sich dem Ende zu, während die heisse Phase des nationalen Wahljahres näher rückt. Wenn sich das neu zusammengesetzte Parlament am 2. Dezember 2019 für den Anfang der neuen Legislatur zur Winter session trifft, wird circa ein Drittel der Sitze unter der «Couple» neu besetzt sein. Die Hotellerie, welche seit über 30 Jahren über keinen Vertreter mehr aus ihren Reihen im Bundeshaus verfügt, strebt als «Wahlziel» die direkte Einsitznahme im Parlament an. Warum ist dies mit Blick auf die Vertretung der Mitgliederinteressen so wichtig?

Die Politik- und Legislativprozesse sind in den vergangenen Legislaturperioden stets intensiver, komplexer, schneller und vernetzter geworden. Mehr und mehr Politikbereiche werden unter sich, mit Blick auf supranationale Rechtsetzung aber auch international, verlinkt und beeinflusst. Was in der EU geschieht, geht an der Schweiz und ihrem Markt nicht spurlos vorbei. Die Digitalisierung stellt etablierte Marktmodelle vor Herausforderungen, das Klima – als weiteres Beispiel eines zunehmenden Komplexitäts- und Vernetzungsgrads – macht vor Landesgrenzen nicht Halt. Die Politik will und muss auf externe Trends reagieren, rechtliche Rahmenbedingungen anpassen sowie wegweisende Entscheide fällen. Wie ist mit disruptiven Akteuren umzugehen? Wie sollen den einzelnen Branchen in einer sich wandelnden – und alternden – Gesellschaft genügend Fachkräfte zur Verfügung stehen? Wie kann die Altersvorsorge nachhaltig finanziert werden, ohne die Lohnkosten massiv zu verteuern? Welche Exit- oder Ergänzungsstrategien haben unrentable Hotels, wenn sie nicht in Zweitwohnungen umgebaut werden können? Wie stark ist der Tourismus als wichtiger Lebenszweig in alpinen und ländlichen Regionen unterstützungsabhängig? Welches sind die Auswirkungen eines Rahmenvertrages mit der EU auf alle diese Themen?

Diese und viele weitere Fragen lassen die Komplexität der heutigen Politik erahnen. Damit einher geht eine Steigerung der politischen Intensität und Geschwindigkeit der Entscheidungsprozesse. Auch angesichts der stetigen Professionalisierung anderer Akteure im Lobbying-Bereich wäre es für die Hotelbranche wichtig, wieder direkt an den Entscheidungstischen in Bundesbern Einsitz zu nehmen. Eine effiziente Interessensvertretung verfügt über Insiderwissen und besitzt frühzeitig die nötigen Informationen, bringt ihre Ansicht direkt ein und kann sich unmittelbar an der Meinungsbildung und Entscheidungsfindung im Parlament beteiligen. Sie hat eines – oder mehrere – Sprachrohre in der politischen nationalen Arena und findet Widerhall in der politisch-medialen Berichterstattung. Sie ist ein etablierter und engagierter Akteur, der sich auf Augenhöhe mit anderen Stakeholdern, Behörden und Politik austauscht.

hotelleriesuisse setzt sich bereits heute – auch ohne direkte Parlamentsvertretung aus der Hotellerie – mit Engagement und Erfolg für die Hotel- und Tourismusbranche ein. Diesem Credo werden wir selbstverständlich mit viel Einsatz auch weiterhin folgen. In einer stets komplexeren Politwelt wird eine Vertretung aus eigenen Reihen jedoch immer wichtiger. Deshalb freuen wir uns über Ihre Unterstützung im Wahljahr.

Christophe Hans, Leiter
Wirtschaftspolitik hotelleriesuisse

