

09.08. 2012

Weniger Gäste durch den starken Schweizer Franken? - Eine statistische Untersuchung des größten deutschen Wintertourismusportals

Von Tourispo

(Passau, Deutschland) **Schon über Monate beschäftigt vor allem eine Nachricht die Schweizer Tourismusbranche: Die Zahl der Besucher in den Schweizer Skigebieten war in der Wintersaison 2011/12 auf den zweitschlechtesten Wert seit 10 Jahren gesunken. Vor allem der starke Kurs des Franken wurde für die Umsatzeinbußen der vergangenen Saison verantwortlich gemacht. Das größte deutsche Wintertourismusportal Skigebiete-Test.de hat seine Statistiken für die Saison 2011/12 ausgewertet und mit den Zahlen der vergangenen Jahre verglichen. Die Auswertung zeigt: Wer die Ursache für den Besucherrückgang alleine beim Kurs des Franken sucht, denkt zu kurz.**

Der starke Franken ist ein Wettbewerbsnachteil

Laut der Neuen Züricher Zeitung sind die Ersteintritte in die Schweizer Skigebiete in der Wintersaison 2011/12 im Vergleich zur Vorjahresperiode um 3,3% gesunken. Neben schlechten Wetterbedingungen zu Neujahr und Ostern wird der starke Franken als Hauptgrund für den starken Rückgang der Besucherzahlen genannt. Vor allem die Zahl der Urlauber aus dem Euro-Raum sei rückläufig. Auch vom schweizerischen Bundesamt für Statistik wird diese Aussage gestützt. Demnach blieben vor allem im April 2012 viele Urlauber der Schweiz fern. Insbesondere Gäste aus Deutschland entschieden sich gegen einen Aufenthalt in der Schweiz. Ein Minus von ganzen 8,8% verzeichnete die Behörde bei den Zahlen der deutschen Besucher im Vergleich zum

Vorjahr. Auf den ersten Blick scheinen die Statistiken des Wintersportportals Skigebiete-Test.de diesen Negativtrend ebenfalls zu bestätigen.

Österreich lässt die Schweiz hinter sich

Vor allem im Vergleich zum Hauptkonkurrenten Österreich wird die schlechtere Ausgangslage der Eidgenossen deutlich. Zwar ist im Betrachtungszeitraum auch bei den Besucherzahlen der Schweizer Skigebiete auf Skigebiete-Test.de ein leichter Anstieg zu verzeichnen. Allerdings konnten sich die Österreicher in den vergangenen Jahren über deutlich größere Zuwächse freuen. So wurden die Präsentationen der Schweizer Skigebiete in der Saison 2011/2012 zwar fast doppelt so oft aufgerufen wie noch ein Jahr zuvor. Rechnet man allerdings die allgemeine Besuchersteigerung von Skigebiete-Test.de heraus, so fällt die Steigerung moderat aus. Der direkte Konkurrent Österreich konnte im selben Betrachtungszeitraum hingegen mit einer Besuchersteigerung von 266% überproportional zulegen. Noch größer ist der Vorsprung der Österreicher bei den Unterkunftsanfragen auf dem Portal. Vor allem im Vergleich zur Saison 2010/2011 stiegen in 2011/2012 die Anfragen für österreichische Hotels, Ferienwohnungen und Pensionen rasant an und übertrafen die Schweizer Unterkünfte um 92.430 Anfragen.

Schweizer Destinationen sind in Deutschland weiterhin sehr beliebt

Obwohl Österreich die stärkeren Zuwachsraten vorweisen kann, sind Schweizer Skigebiete bei den deutschen Gästen weiterhin sehr beliebt. Das zeigt auch eine Nutzerbefragung von Skigebiete-Test.de aus dem Jahr 2011, bei über 5000 User nach ihren Lieblingsskigebieten befragt wurden. Hier errang mit Zermatt ein Schweizer Skigebiet den ersten Platz.

Woran es liegt, dass die Schweizer Destinationen trotz Beliebtheit bei den Deutschen häufig das Nachsehen gegenüber der österreichischen Konkurrenz haben, weiß Sonja Kämmler, die das Marketing bei Skigebiete-Test.de leitet: „Der starke Kurs des Schweizer Franken ist auch in deutschen Medien ein Thema. Das lässt mit Sicherheit viele Urlauber zögern, sich für einen Schweiz-Urlaub zu entscheiden. Wir merken aber immer wieder, dass viele unserer User echte Fans der einzigartigen Schweizer Bergwelt sind.

Tatsächlich gibt es eine ganze Reihe an Positivbeispielen für erfolgreiche Schweizer Marketing-Kampagnen, die teilweise sogar bessere Ergebnisse erzielen als die der österreichische Konkurrenz. „Die Schweiz kann es mit kreativen Kampagnen schaffen, den starken Franken aus den Köpfen der Gäste zu bringen. Mit originellen

Themen wie zum Beispiel einem Wettbewerb, bei dem es einen Traumjob in Graubünden zu gewinnen gab und einer Kampagne bei der verschiedene Package-Angebote beworben wurden, konnte die Region Graubünden alleine über Skigebiete-Test.de rund 9.000 Besucher und damit potentielle Urlaubsgäste auf die eigene Homepage leiten“, erinnert sich Kämmler. Auch die Jungfrau Region macht vor wie es geht. Mit ihrer Online-Werbekampagne erreichte sie mehr als 6.000 Besucher, die sich im Anschluss auf der Homepage der Region näher über Urlaubsmöglichkeiten informierten.

„Die Österreicher leiten die User mit breit angelegten Kampagnen auf ihre Websites und promoten ihre Angebote. Dadurch gewinnen sie viele Besucher für ihre Regionen. Die Beispiele zeigen aber, dass die Schweizer das Potenzial haben, mit originellen Ideen, attraktiven Urlaubsangeboten und geschickter Kommunikation in Zukunft wieder mehr Besucher in der Schweiz willkommen heißen zu können“, lautet das Fazit von Sonja Kämmler.

Über die Organisation:

Skigebiete-Test.de bildet gemeinsam mit Snow-Online.de den größten Online-Wintersportverbund. Die Portale bieten Informationen rund um den alpinen Skisport wie Schneehöhen, Unterkünfte, Wetterdaten, Webcams, Events, usw. aus den Skiregionen. Ein weiterer Eckpfeiler von Snow-Online sind Skitests und Skiinformationen. Mit über 7000 verschiedenen Skimodellen und über 250 verschiedenen Skitests ist Snow-online.de in diesem Bereich Marktführer.

Pressekontakt:

Tourispo GmbH & Co. KG
Rebekka Brox
Große Klingergasse 5
94032 Passau

presse@skigebiete-test.de

Kategorie

Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/weniger-gaeste-den-starken-schweizer-franken-eine-statistische-untersuchung-des>