

Asiatische Reisende – Fluch oder Segen?

Gesellschaft Schweiz China (GSC), Bern, 20. Januar 2020

Institut für Tourismuswirtschaft ITW

Prof. Dr. Jürg Stettler

Institutsleiter ITW

T direkt +41 41 228 41 46

juerg.stettler@hslu.ch

Luzern, 24.06.2019

Inhaltsübersicht

- Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Schweiz
- Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?
- Fluch oder Segen?
- Ausblick und Lösungsansätze

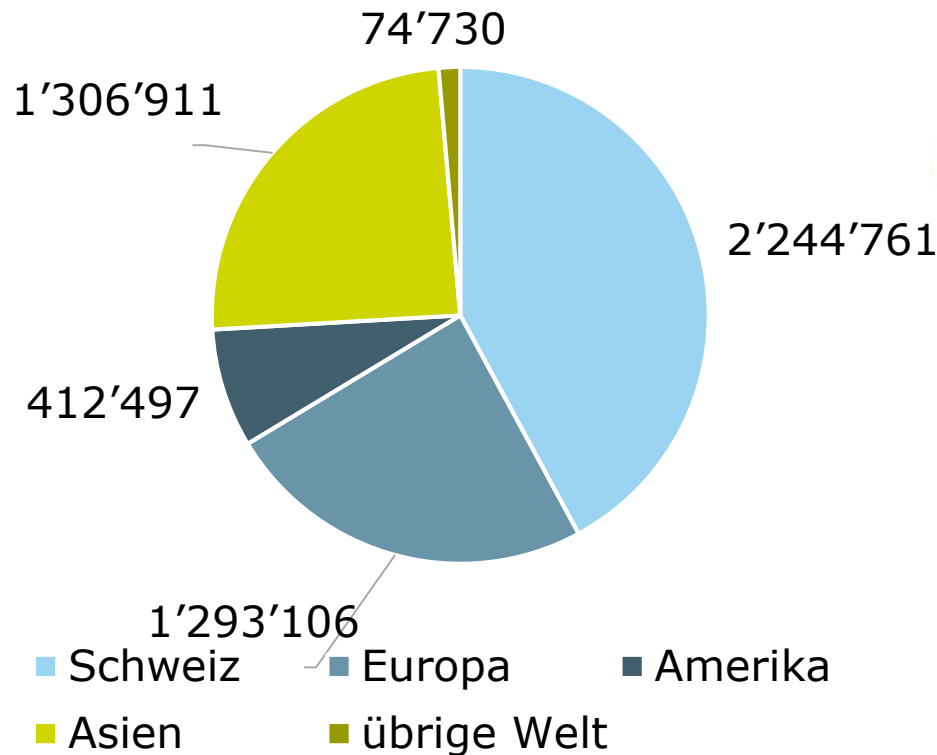
Inhaltsübersicht

- **Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Schweiz**
- Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?
- Fluch oder Segen?
- Ausblick und Lösungsansätze

Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Region Bern

Die Gästestruktur in der Region Bern 2018

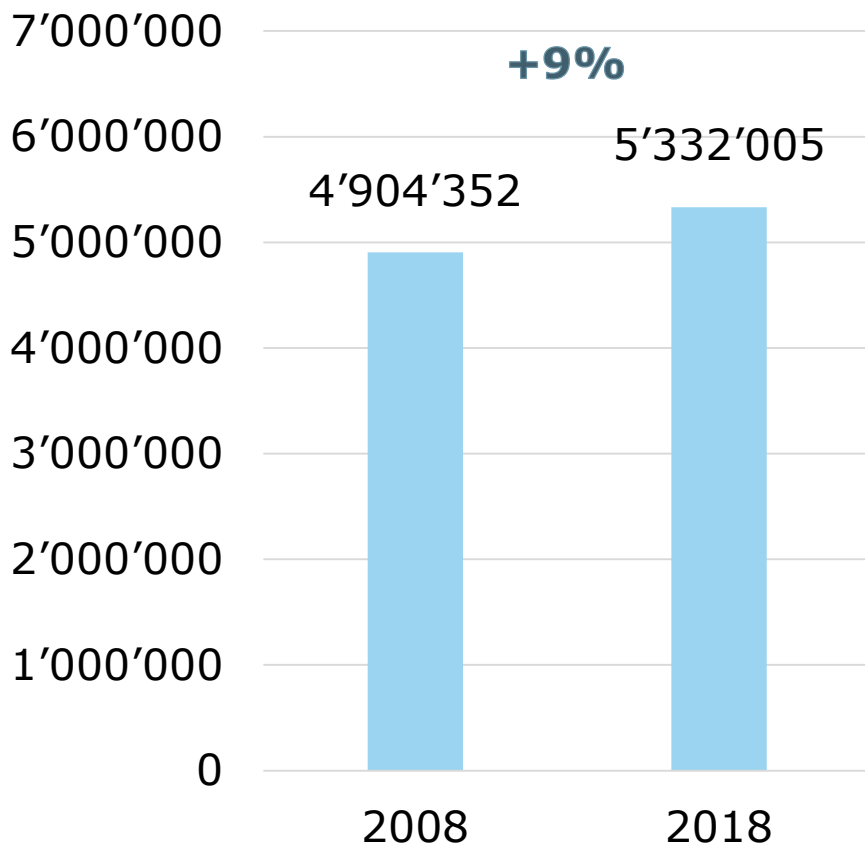
Logiernächte nach Herkunft 2018: total 5'332'005



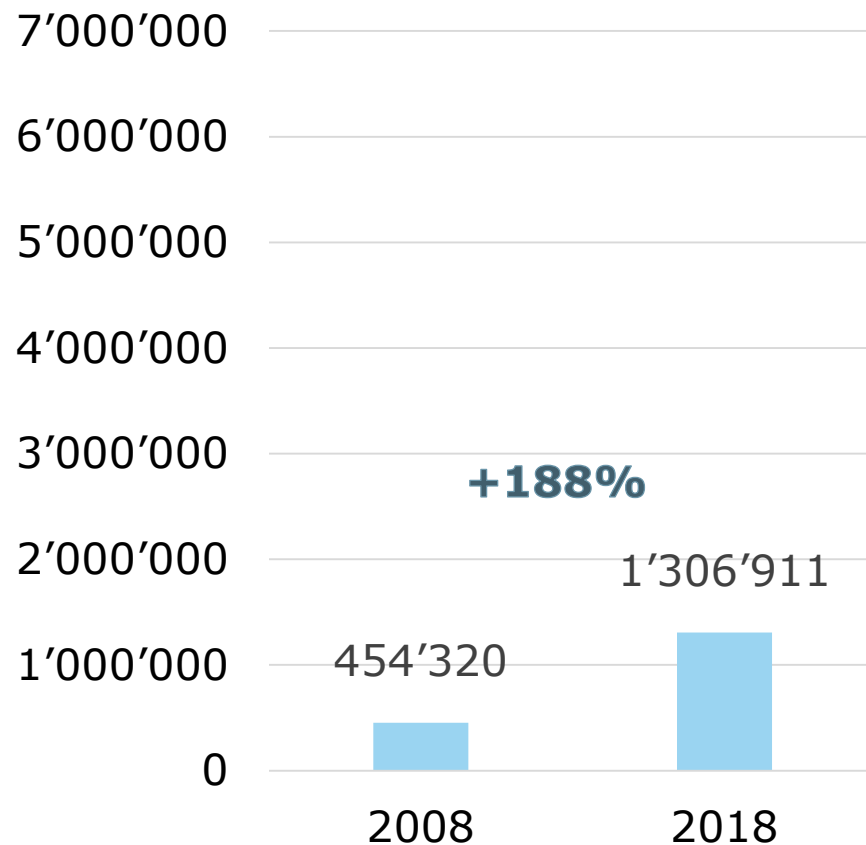
Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Region Bern

Die Entwicklung der Logiernächte 2008 – 2018

Logiernächte Total



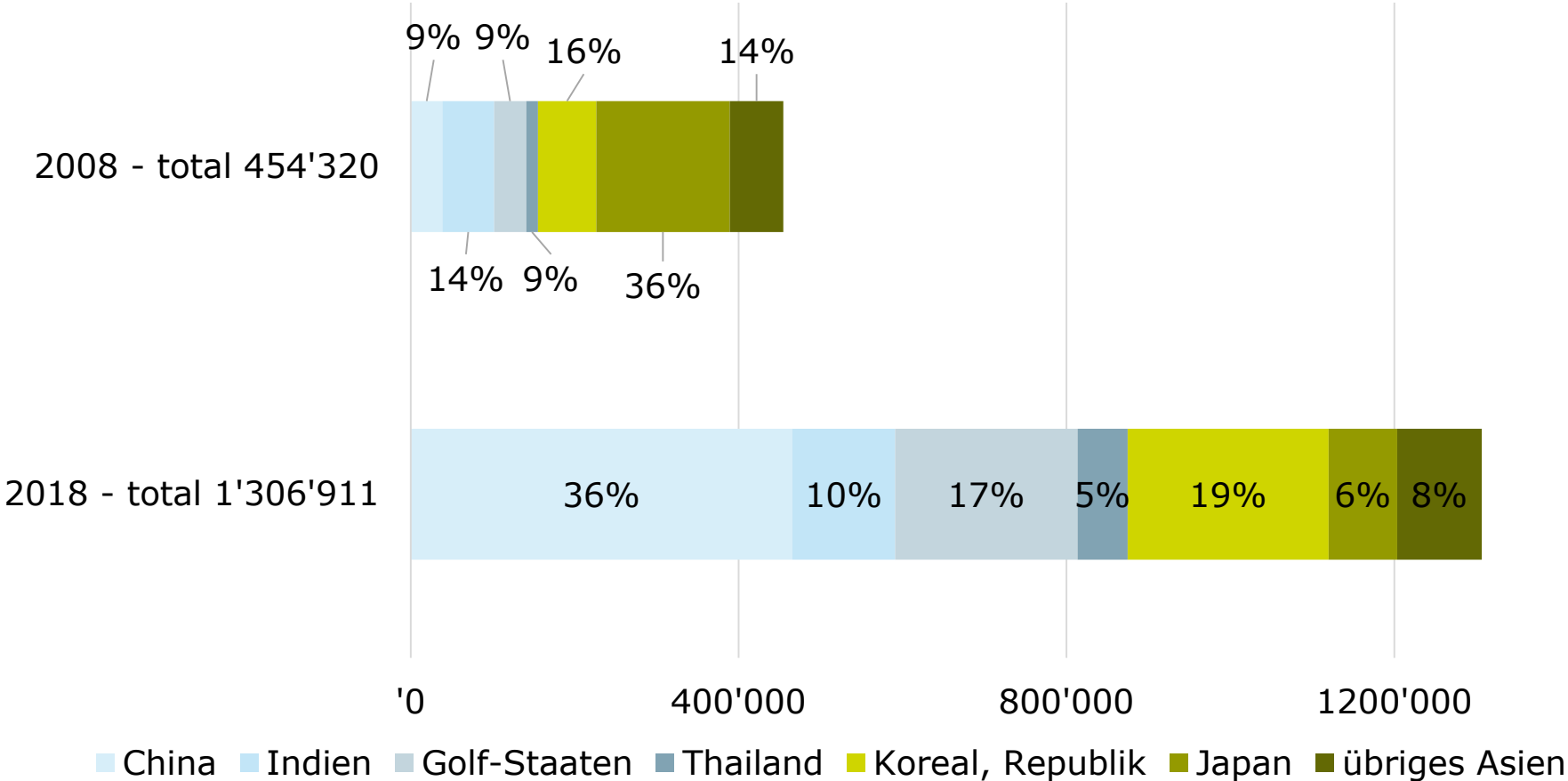
Logiernächte Asien



Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Region Bern

Herkunft der Gäste aus Asien 2008 und 2018

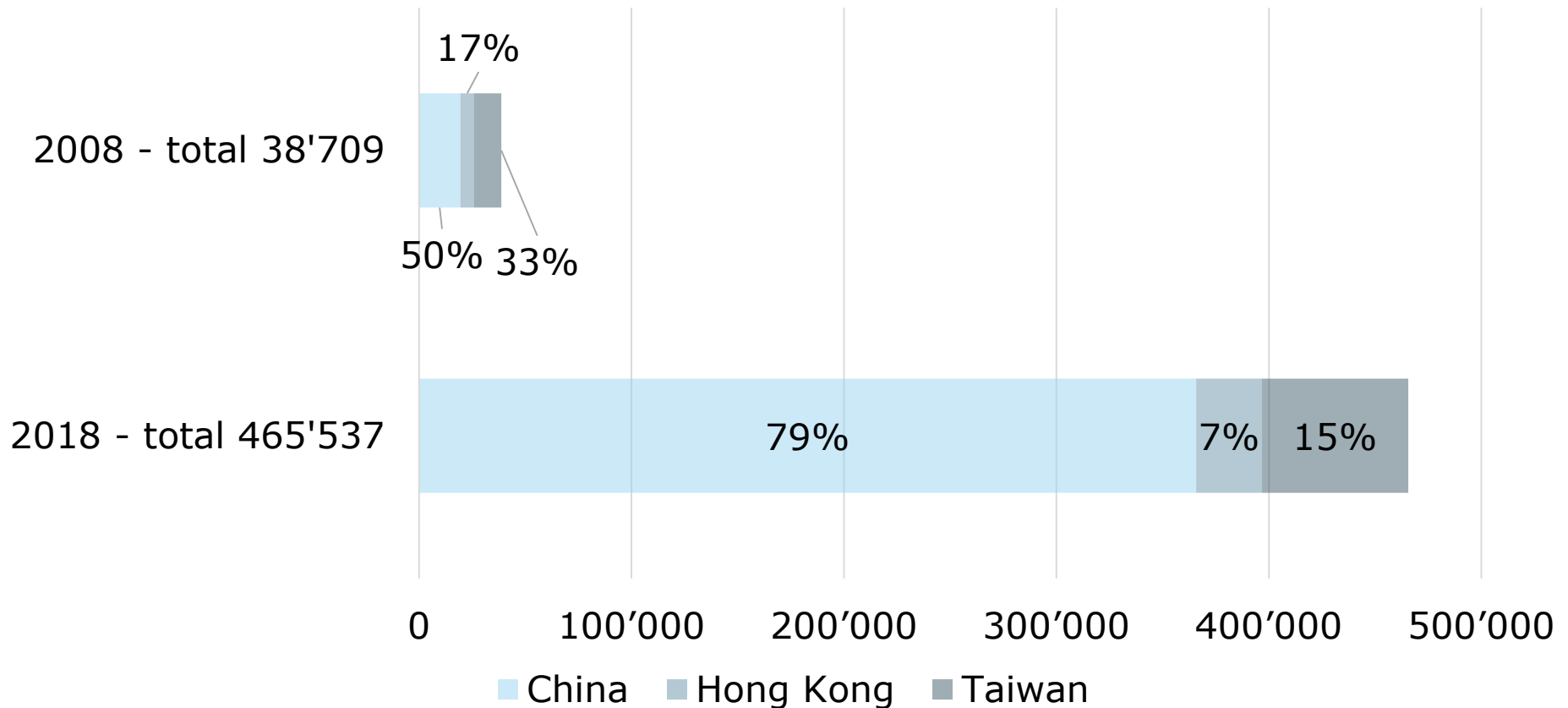
Übernachtungen der Gäste aus Asien



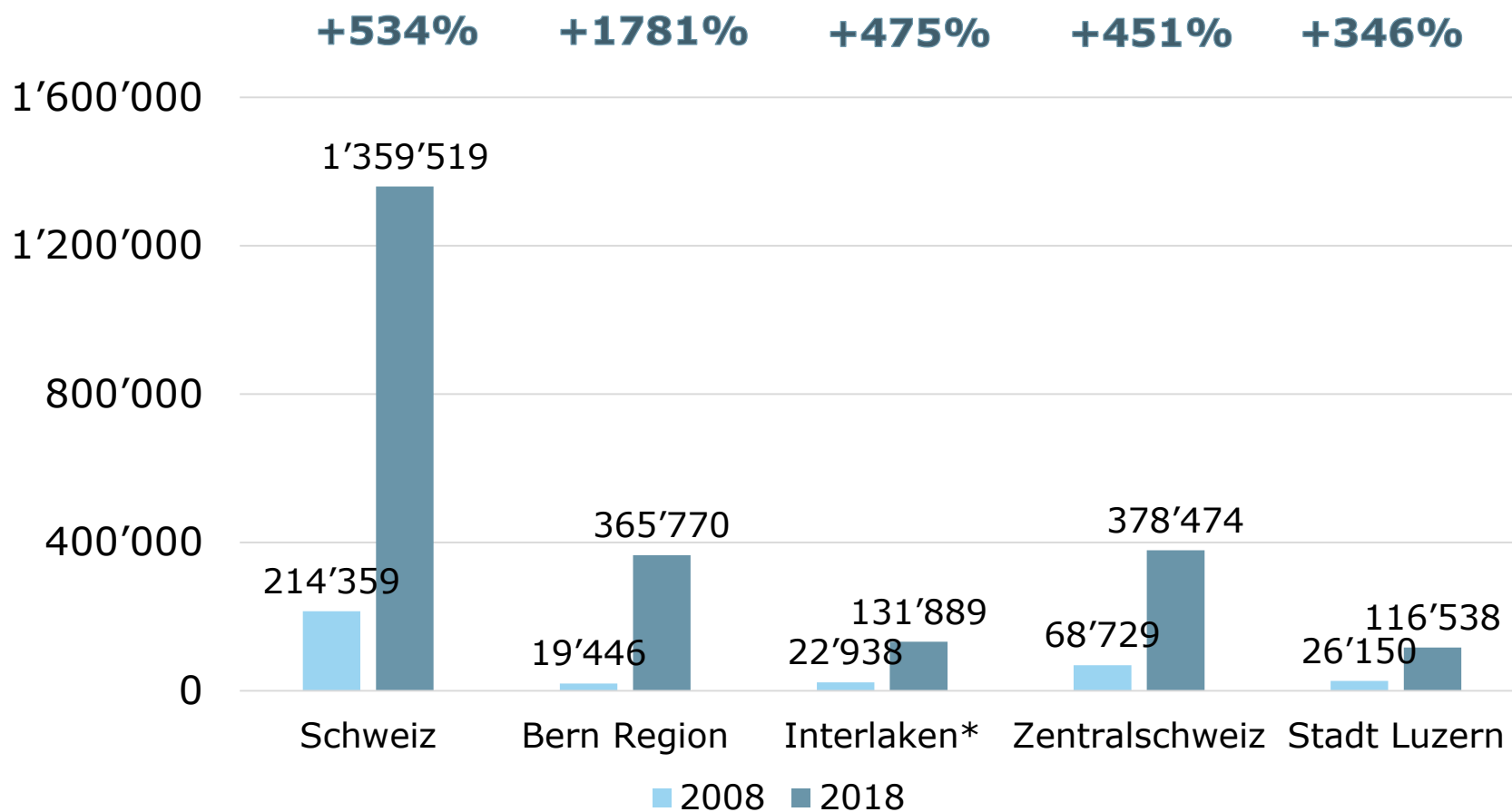
Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Region Bern

Die Gäste aus China in der Region Bern 2008 und 2018

Herkunft von chinesischen Übernachtungsgästen



Entwicklung und Bedeutung der chinesischen Reisenden 2008 bis 2018



Inhaltsübersicht

- Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Schweiz
- **Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?**
- Fluch oder Segen?
- Ausblick und Lösungsansätze

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Die Treiber des Nachfragewachstums in China

Ökonomische Rahmenbedingungen



- Starkes Wirtschaftswachstum: $\approx 6.5\%$ in 2016
 - Sinkende Armut: 2005: 30%, 2015: 5,7%
 - Steigende Kaufkraft der Bevölkerung
 - Überdurchschnittlich wachsende Mittelklasse



- Geringes Ferienguthaben: 0 – 15 Tage pro Jahr
 - Jedoch viele gesetzliche Feiertage: Chinese New Year, Spring Festival, Mid-Autumn Festival



- Seit 2010 stieg die Anzahl an Auslandsreisen der chinesischen Bevölkerung jährlich um 15.3%
 - 64% reisten nach Hongkong oder Taiwan
 - Nur rund 12% besuchten Europa

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Die Treiber des Nachfragewachstums in China

Politische Rahmenbedingungen



- Die Zentralregierung hat einen starken Einfluss auf das Reiseverhalten (Visabestimmungen)
 - Nur 6% der Chinesen reisen ins Ausland



- 10% der Chinesen (136 Mio.) besitzen einen gültigen Reisepass



- Luxussteuer in China verteuert Güter im heimischen Markt um bis zu 50%

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Die Treiber des Nachfragewachstums in China

Gesellschaftliche Rahmenbedingungen



- Starker Gruppenzusammenhalt (Kollektivismus)



- Hang zu Statussymbolen (Prestige)
 - 62% aller in Europa verkauften Luxusartikel wurden von Chinesen gekauft



- Vermeiden von Unsicherheiten (Risiko-Aversion)



- Aufstieg zur führenden Wirtschaftsnation führt zur Erwartungshaltung, dass chinesische Eigenschaften respektiert werden («guoqing»)

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Der chinesische Gruppengast in der Zentralschweiz.

Merkmale der chinesischen Gruppengäste in Luzern



Dichtes Reiseprogramm und kurze Aufenthaltsdauer am gleichen Ort



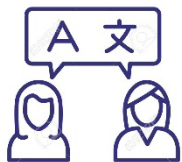
Hohe Shoppingausgaben



Besuch der bekannten Attraktionen und Sehenswürdigkeiten



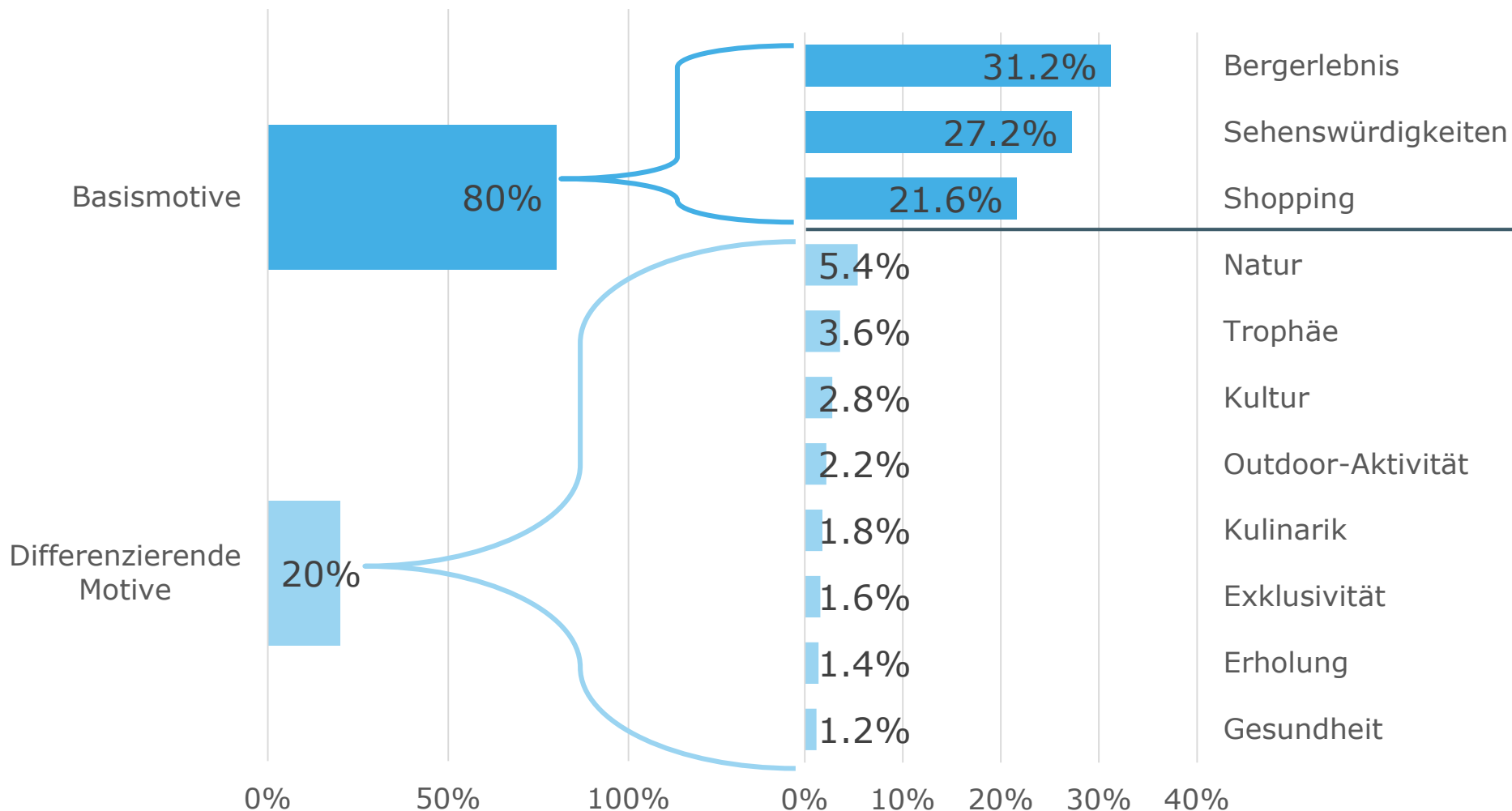
Wenig Reiseerfahrung



Geringe/fehlende Fremdsprachenkenntnisse

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

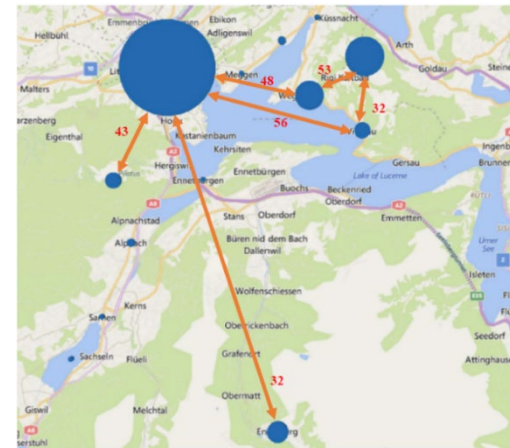
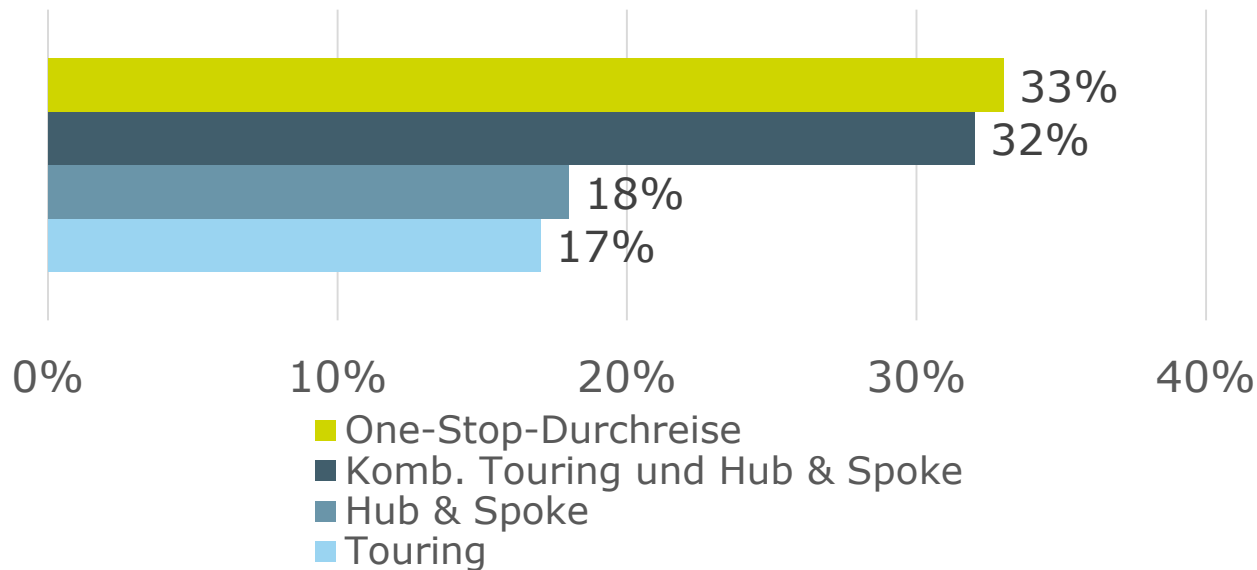
Motive der chinesischen Individualreisenden in der Zentralschweiz



Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Reiseverhalten der chinesischen Individualreisenden in der Zentralschweiz

Reiseform



- **One-Stop-Durchreise:** Durchreise mit nur einem kurzen Zwischenstopp
- **Kombination Touring und Hub & Spoke:** längere Aufenthaltsdauer auf Rundreise
- **Hub & Spoke:** längere Aufenthaltsdauer an einem Ort, Ausflüge ausserhalb
- **Touring:** täglich unterwegs mit Übernachtungen in verschiedenen Orten

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Reiseverhalten der chinesischen Individualreisenden in der Zentralschweiz



Beliebter Swiss Travel Pass:

- Freie Fahrt mit Bahn, Bus und Schiff
- Freie Fahrt auf Premium Panoramazügen
- Freier Eintritt in über 500 Museen
- Inkludierte Bergausflüge: Rigi, Schilthorn, Stanserhorn und Stoos
- Zusätzliche Ermässigungen

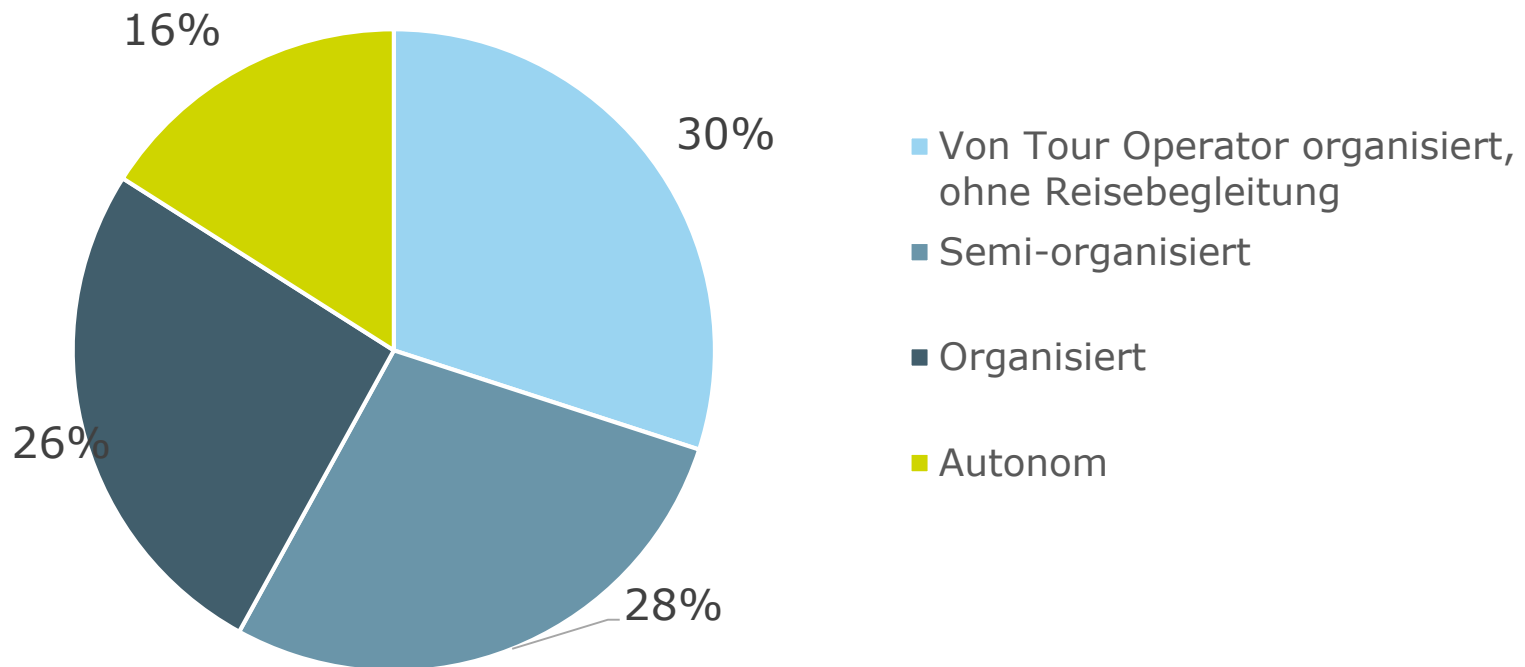
Zahlen:

- 2017: China zweitgrösster Umsatzmarkt: 17,7 Mio. CHF
- 2017: Zuwachs +17,1%

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Reiseverhalten der chinesischen Individualreisenden in der Zentralschweiz

Reiseorganisationsgrad

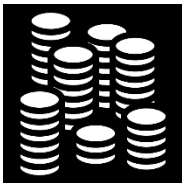


- Die Mehrheit der chinesischen Individualtouristen (84%) reist organisiert.
- Knapp die Hälfte (46%) reist ohne Reisebegleitung.

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Reiseverhalten der chinesischen Individualreisenden in der Zentralschweiz

Weitere Besonderheiten



Preissensibel &
budgetorientiert



Hohes Informationsbedürfnis



Hohe Affinität zu
digitalen Medien:
Mobiltelefon & Tablet;
Social Media (WeChat)

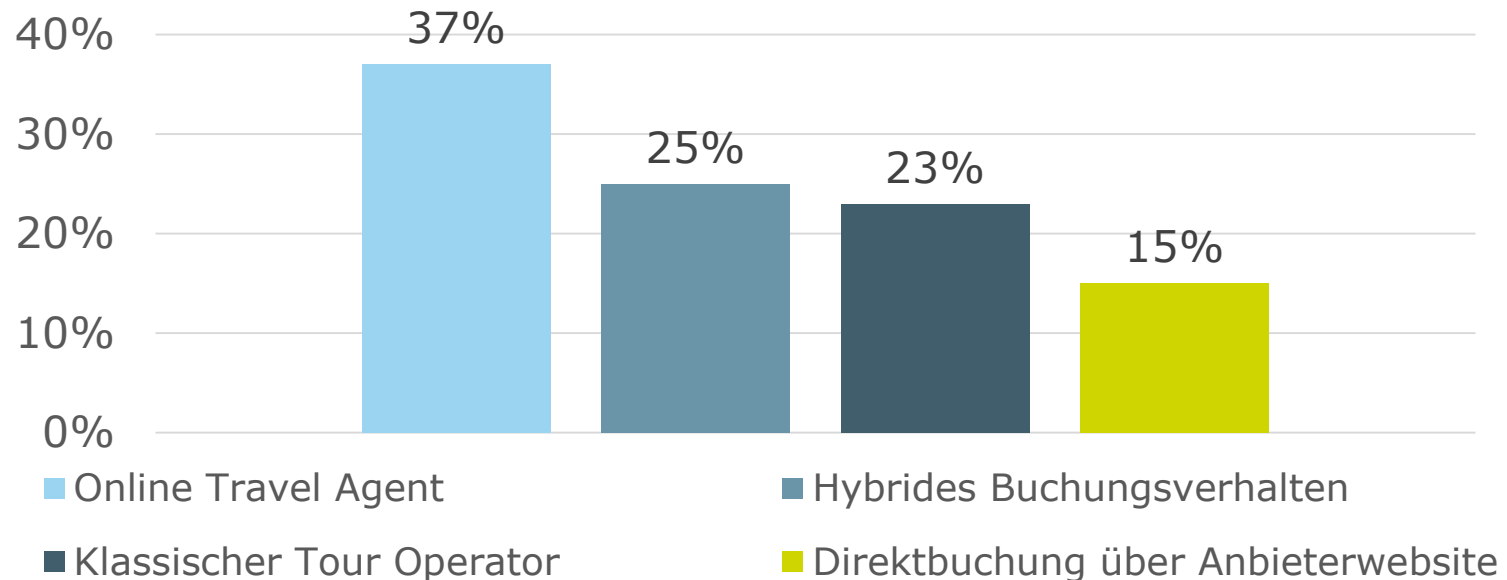


Mobilitätsorientiert:
Swiss Travel Pass,
Mietauto & Kombination

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Buchungsverhalten der chinesische Individualreisenden in der Zentralschweiz

Buchungsverhalten



Unklares Buchungsverhalten in Bezug auf:

- Produktbuchung
 - Einzelne Produkte
 - Integrierte Produkte (Packages)
- Buchungszeitpunkt
 - Vor der Reise
 - Während der Reise

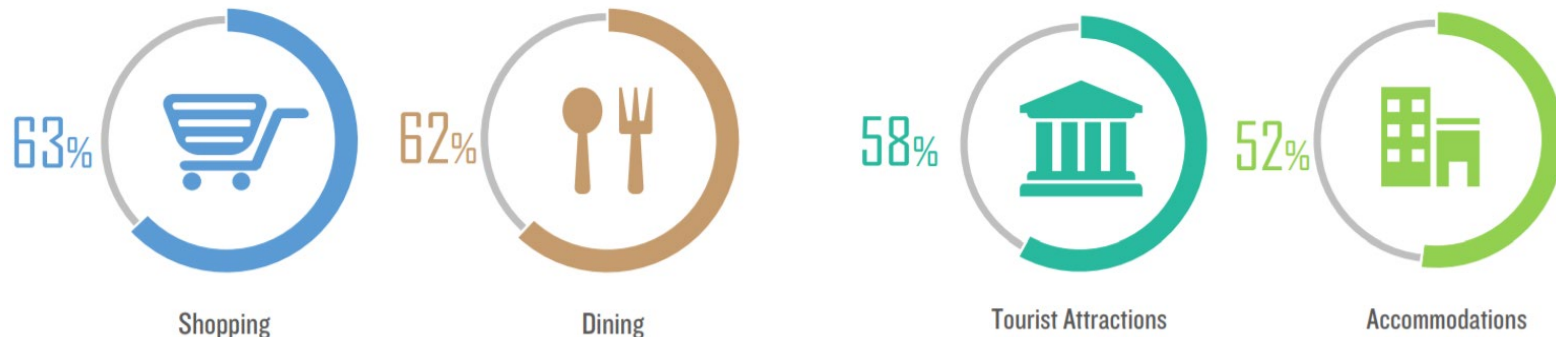
Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Vermarktung der Angebote für chinesische Individualreisende in der Zentralschweiz



Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Die Herausforderungen vor Ort

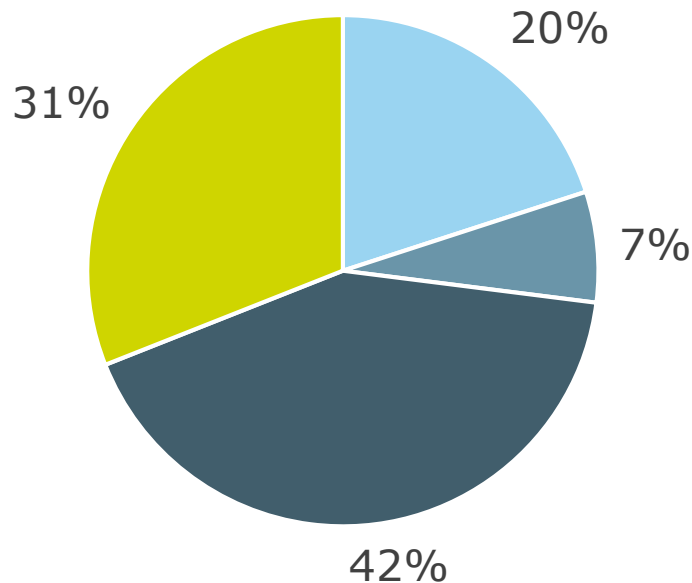


- Mobile Payment hat kontinuierlich zugenommen.
- In China wird zunehmend nur noch mobil bezahlt.
- Auch in der Schweiz gewinnen mobile Zahlungsmethoden zunehmend an Bedeutung, was eine erhöhte Mobilefähigkeit erfordert.
- 65% der chinesischen Befragten benutzten während ihrer letzten Auslandsreise mobile Zahlungsmethoden.
- Die Nutzung von Mobile Payment ist insbesondere bei der jüngeren Generation (Jahrgang 1990 und jünger) auf Auslandsreisen sehr beliebt (71%).

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Die Herausforderungen vor Ort

Sprachkompetenz



- Fliessende Englischkenntnisse
- Andere Fremdsprachenkenntnisse
- Basis-Englischkenntnisse
- Ausschliesslich Chinesisch

- Fast drei Viertel (73%) der chinesischen Reisenden sprechen kaum Englisch oder andere Fremdsprachen.
- Dieser Umstand stellt hohe Anforderungen an die Informationsbereitstellung sowohl online als auch vor Ort.
- Sprache der bereitgestellten Informationen kann als Instrument zur Nachfragesteuerung betrachtet werden.

Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

Die Herausforderungen vor Ort

Weitere Herausforderungen:

- Bereitschaft der Leistungsträger den chinesischen Markt aktiv zu bearbeiten und das Angebot entsprechend auszurichten
- Ungenügende Kooperationsbereitschaft unter den Leistungsträgern (Zentralisierung der Ressourcen, bspw. gemeinsame Distributionsstrategie)
- Sprachkompetenz der Leistungsträger
- Verkauf über den Preis: Gewährung von Rabatten (weil Chinesen sehr preissensibel sind), was nicht mit der Premiumstrategie von Luzern auf dem chinesischen Markt übereinstimmt

Inhaltsübersicht

- Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Schweiz

- Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?

- Fluch oder Segen?

- Ausblick und Lösungsansätze

Fluch oder Segen

Segen: Attraktive Angebote und Finanzierung der Infrastruktur

- **Tourismusinfrastruktur** und **Tourismusangebot**, wie z.B.
 - Bergbahnangebot
 - Ganzjährige Schifffahrt
 - Asiatische/chinesische Gastronomie
- **Steuereinnahmen** durch Touristen finanzieren Infrastrukturerhalt und -entwicklung
 - Jedoch ist der Beitrag durch die chinesischen Gäste im Vergleich zu anderen Gästegruppen eher klein (kurze Aufenthaltsdauer, 44% der Wertschöpfung beschränkt sich auf Detailhandel, etc.)

Fluch oder Segen

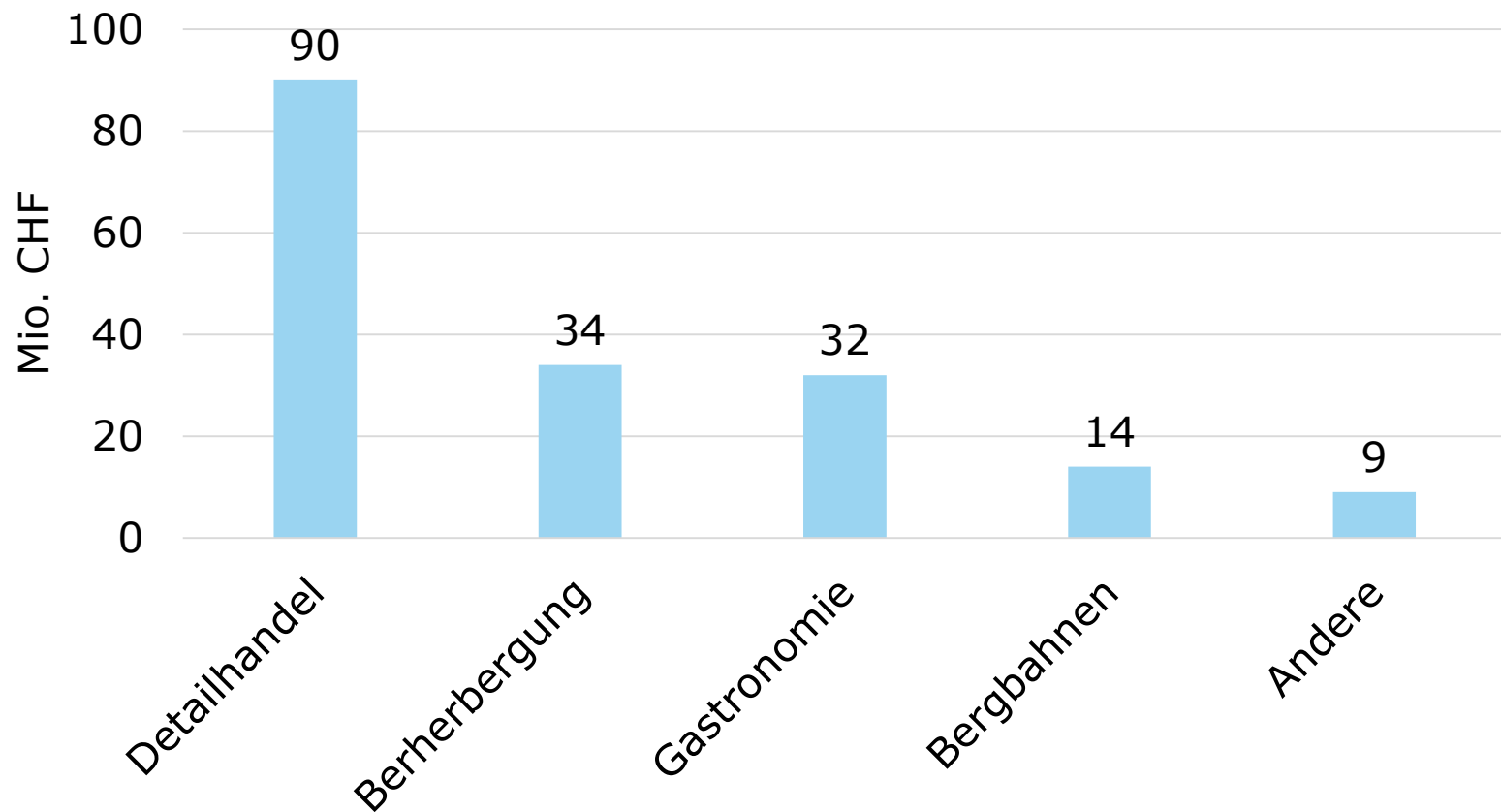
Segen:

- Starkes **Wachstum** bei den **Ankünften** und **Logiernächten** der chinesischen Gäste kompensiert den Rückgang der europäischen Gäste.
- Asiatische Gruppen lösen hohe **Wertschöpfung** und **Beschäftigung** aus.
- **Tourismusinfrastruktur** und **Tourismusangebot**, wie z.B.
 - Bergbahnangebot
 - Ganzjährige Schifffahrt
 - Asiatische/chinesische Gastronomie
- **Steuereinnahmen** durch Touristen finanzieren **Infrastrukturerhalt** und **-entwicklung**
 - Jedoch ist der Beitrag durch die chinesischen Gäste im Vergleich zu anderen Gästegruppen eher klein (kurze Aufenthaltsdauer, 44% der Wertschöpfung beschränkt sich auf Detailhandel, etc.)

Fluch oder Segen

Fluch: Der Detailhandel profitiert am stärksten vom Gruppentourismus

Verteilung der Wertschöpfung durch Gruppentourismus in der Region Luzern, 2017



Fluch oder Segen

Fluch

- Vielfalt der Individualtouristen wird durch die zunehmende Zahl an Gruppentouristen verdrängt.
- Der Detailhandel profitiert am stärksten vom Gruppentourismus.
- **Verlust der Diversität** führt zu Monokultur und zeitlich/örtlicher Konzentration (z.B. Schwanenplatz).
- Problematik der **Verteilung der Wertschöpfung** → Grossteil der Wertschöpfung findet im Perimeter des Schwanenplatz statt.
- **Verdrängungseffekte:**
 - Nachfrageseite: Individualreisende, übrige Gäste und Premiumgäste
 - Angebotsseite: Souvenirshops und Detailhandel mit Uhren und Schmuck verdrängen andere Einzelhandelsgeschäfte
- **Akzeptanzprobleme** der Einheimischen

Fluch oder Segen

Fluch: Overtourism-Probleme

Studie des World Travel and Tourism Councils (mit McKinsey&Company)

Fünf Problembereiche / Auswirkungen von 'Overtourism' auf die Destination:

- Entfremdung der lokalen Bevölkerung
- Entwertung des touristischen Erlebnisses
- Überbelastung der Infrastruktur
- Beschädigung von Umwelt und Natur
- Bedrohung von Kultur und kulturellem Erbe



COPING WITH SUCCESS

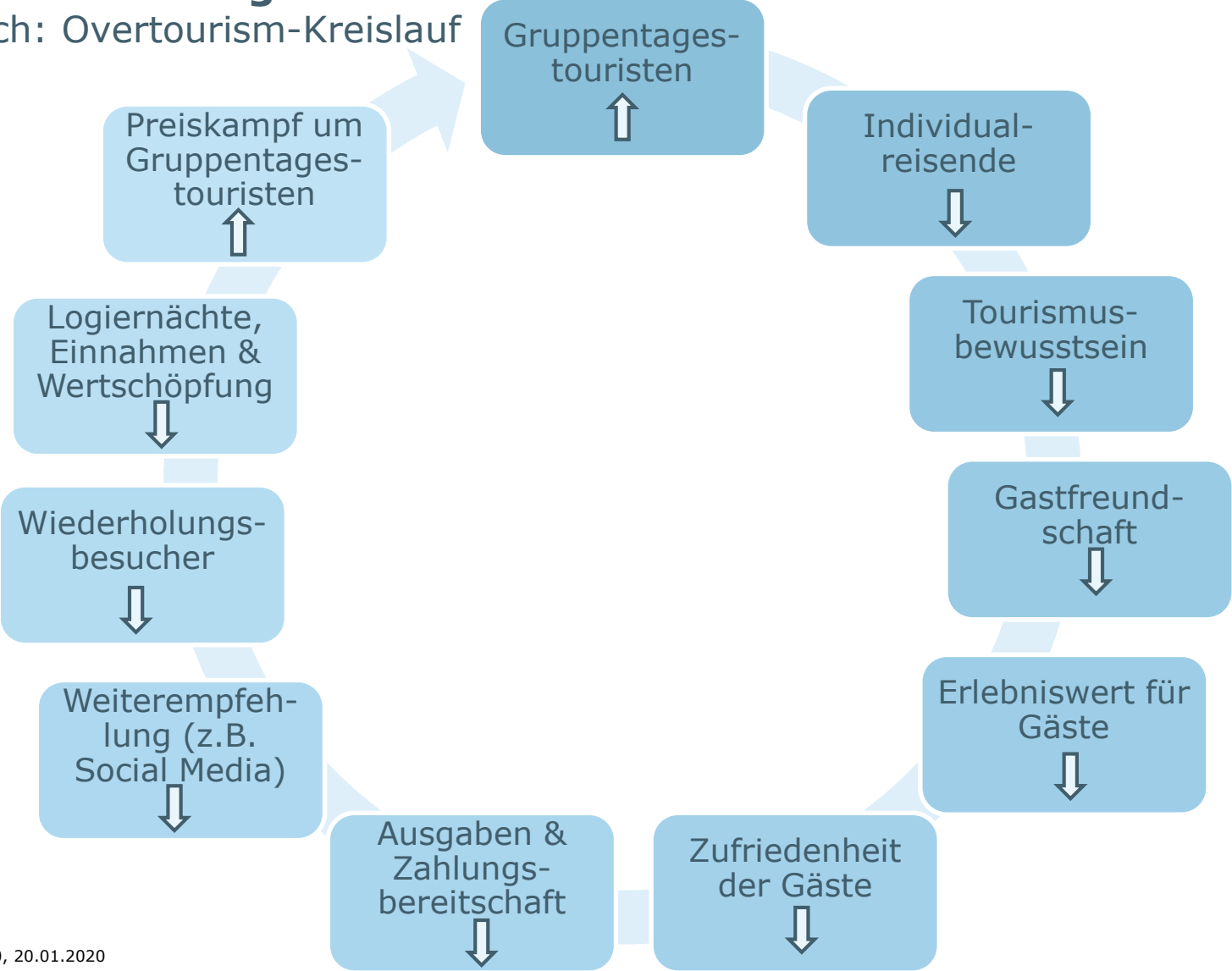
MANAGING OVERCROWDING IN TOURISM DESTINATIONS



McKinsey&Company

Fluch oder Segen

Fluch: Overtourism-Kreislauf



Fluch oder Segen

Fluch: Rückgang der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der historischen Städte

Historische Stadt



Dient hauptsächlich den Einheimischen

Touristifizierung

Tourismus-Stadt



Dient hauptsächlich den Touristen

- Fokusverlagerung von den Interessen der Einheimischen auf die Interessen der Touristen
- Abnehmende Diversität von Detailhandel und Gastronomie
- Abnehmende Attraktivität und Aufenthaltsqualität

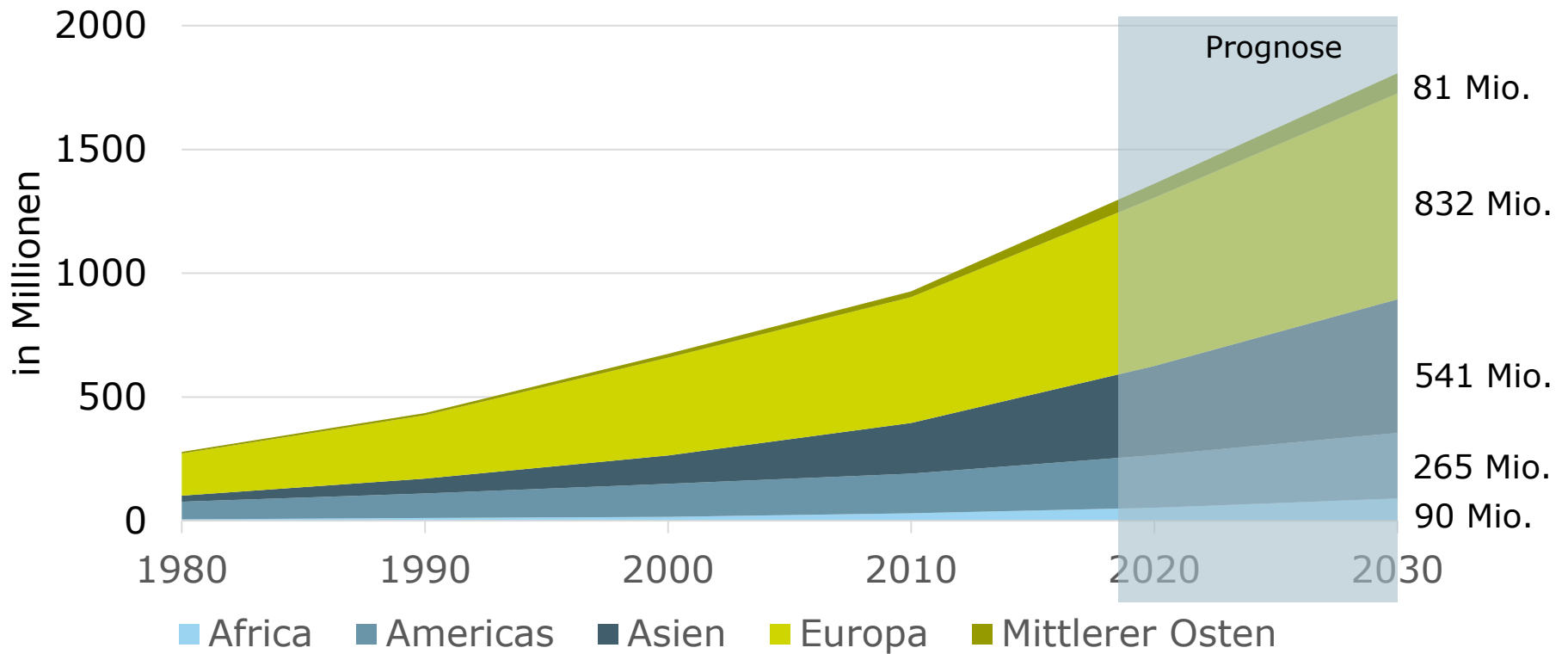
Inhaltsübersicht

- Entwicklung und Bedeutung der asiatischen Reisenden in der Schweiz
- Fokus China: Was wissen wir von den chinesischen Reisenden?
- Fluch oder Segen?
- **Ausblick und Lösungsansätze**

Ausblick

Die prognostizierte Entwicklung der internationalen Tourismusnachfrage bis 2030

Anzahl generierte Auslandsreisen nach Herkunft, 1980 - 2030



Lösungsansätze

10 Instrumente zur Steuerung des Tourismuswachstums

1. Strategiebildung, Stadtplanung, Zoneneinteilung

2. Bildung von Partnerschaften

3. Intelligente Vermarktung

4. Besuchermanagement (Lenkung vor Ort)

5. Technologische Lösungen

6. Öffentlichkeitsarbeit (Aufklärung, Erziehung)

7. Sharing Economy (z.B. Airbnb)

8. Steuern (Gebühren), Obergrenzen, Beschränkungen

9. Messungen und Überwachung (Monitoring)

10. Dialog und Vernehmlassungen / Absprachen

Fazit: Massnahmen / Instrumente sind bekannt. Es geht darum, die passenden Instrumente richtig einzusetzen.

Empfehlungen zur Steuerung des Tourismus

- Es braucht ...
 - ... eine langfristige und vorausschauende Planung
 - ... eine umfassende und ganzheitliche Betrachtung
 - ... eine gemeinsam entwickelte Vision und Strategie zur zukünftigen Entwicklung des Ortes oder der Region/Destination als Tourismus-, Wirtschafts- und Lebensraum
 - ... umfassende Datengrundlagen und ein laufendes Monitoring der Entwicklung
 - ... gezielte Massnahmen, abgeleitet aus der übergeordneten Vision und Strategie
 - ... eine partizipative Entwicklung mit Einbezug der Bevölkerung und der wichtigsten Anspruchsgruppen

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

