

Medienmitteilung

Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee war im Jahr 2019 vor allem bei Gästen aus der Schweiz und Amerika beliebt

Die Luzern Tourismus AG (LTAG) hat das Tourismusjahr 2019 mit einem erfreulichen Logiernächte-Resultat abgeschlossen. Dies zeigen die heute vom Bundesamt für Statistik (BFS) kommunizierten Übernachtungszahlen: Die Stadt Luzern verzeichnete trotz leichtem Rückgang von 1.2% das zweitbeste Ergebnis und in der gesamten Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee resultierte ein Plus von 1.3% gegenüber dem Vorjahr. Die breite Marktdiversifikation mit Gästen aus den unterschiedlichsten Quellmärkten, die hohe Angebotsdichte und innovative Leistungspartner waren auch im Jahr 2019 ausschlaggebend für ein erfolgreiches Abschneiden.

Gemäss BFS wurden im vergangenen Jahr in der Stadt Luzern 1'382'980 Übernachtungen gezählt, was eine leichte Abnahme von 1.2% gegen dem Jahr 2018 bedeutet. Die Gesamtregion Luzern-Vierwaldstättersee (die Kantone Luzern, Schwyz, Uri, Obwalden und Nidwalden) verzeichnet 3'912'377 Logiernächte. Dies sind 1.3% mehr als im Vorjahr.

Stadt Luzern: Mehr Gäste aus der Schweiz und Amerika, Europa und Asien mit Rückgängen

Die meisten Gäste, die in Stadtluzerner Unterkünften übernachtet haben, kommen aus dem Heimatmarkt Schweiz: rund 316'600 Nächte mit einem Anteil von 23% an allen Übernachtungen. Die USA, das bedeutendste ausländische Herkunftsland, haben mit +5.2% gegenüber dem Jahr 2018 zugenommen. Auch die restlichen Quellmärkte des amerikanischen Kontinents haben zugelegt: Brasilien mit +9.8% und Kanada mit +14.8%. Somit war auch im Jahr 2019 die USA der wichtigste ausländische Markt mit rund 266'000 Übernachtungen und einem Marktanteil von rund 19%. Insgesamt nahm Amerika um 5.6% zu, über die letzten fünf Jahre gar um 25.9%. Die Zahlen aus den asiatischen Märkten haben um -5.5% abgenommen. Häufiger als im Vorjahr übernachtet haben Gäste aus Hongkong (+18.8%), Japan (+7.1%) und Taiwan (+6.9%). Alle anderen asiatischen Märkte verzeichnen Rückgänge – angeführt von Indien (-19.9%), den Golf-Staaten (-16.7%), Thailand (-14.4%), Korea (-10.1%) und China (-5.6%). Über die letzten fünf Jahre gesehen, verzeichnet Asien eine Zunahme von 4.1%.

Aus Europa haben total 3.5% weniger Gäste in Luzern übernachtet: Deutschland, der wichtigste europäische Markt, verzeichnet erstmals seit 2015 wieder einen Rückgang (-8.4%). Auch die Nummer 2, Grossbritannien musste mit -10.5% Rückgänge verzeichnen. Auch über die letzten fünf Jahre gesehen, nahmen die Übernachtungen aus Europa mit -1.8% leicht ab. Aus Australien und Neuseeland haben 9.8% weniger Besucher übernachtet.

Region Luzern-Vierwaldstättersee: Zunahmen aus der Schweiz und Amerika, stabil in Europa, leichter Rückgang aus Asien

In der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee wurden im Jahr 3'912'377 Nächte gezählt. Dies sind 1.3% mehr als im Vorjahr und entspricht einer Zunahme von etwas über 8% im Schnitt der letzten fünf Jahre. Auch hier ist die Schweiz mit einem Anteil von über 40% der weitaus wichtigste Herkunftsmarkt der Gäste. Am stärksten zugelegt hat auch hier der amerikanische Kontinent (+7.1%) mit den USA (+6%) – die Nummer drei der Auslandmärkte – Kanada (+19.6%) sowie Brasilien (+10.7%). Die Logiernächte aus den asiatischen Ländern haben um 1.1% abgenommen, verzeichnen im 5-Jahres Durchschnitt aber ein Plus von 9%. China als wichtigster Auslandmarkt verzeichnet ein Minus von 4.9%. Auch Indien (- 7.3%) und die Golf-Staaten (-6.9%) verzeichnen Minuszahlen. Beliebter als im Vorjahr war die Region bei Gästen aus Japan mit plus 31.3%, Hongkong (+26.8%), Taiwan (+12%) und Korea (+1.8%). Die Europa-Märkte (Anteil von 22%) haben in etwa auf Vorjahrsniveau mit minus 0.2% abgeschlossen. Die deutschen Gäste, die Nummer 1 der Europa-Länder, haben 2.2% mehr Nächte verbracht. Auch aus Russland (+19%), Spanien (+15.5%) und Italien (+0.5%) gab es Zunahmen. Aus allen anderen Ländern haben weniger Gäste in der Region übernachtet. Ozeanien mit Australien und Neuseeland verzeichnet einen Rückgang von -6.4 %.

Erfolg dank idealem Gäste-Mix und überdurchschnittlicher Performance

Das gute Abschneiden Luzerns ist auf die bekannte Marke, eine aktive Marktbearbeitung, gut funktionierende Kooperationsmodelle innerhalb der Region und auf das vielfältige Angebot zurück zu führen. Luzern verfügt zudem über einen sehr ausgewogenen Gäste-Mix mit Besuchern aus den weltweiten Reisemärkten: 23% der Übernachtungsgäste in der Stadt Luzern stammen aus der Schweiz. Die weiteren europäischen Märkte haben einen Anteil von 20%. 30% aller Logiernächte stammen von asiatischen Gästen. Aus Amerika reisen rund 23% aller Gäste an, 3.5% aller Gäste stammen aus Ozeanien und 0.5% aus Afrika. Nach den Gästen aus der Schweiz sind in der Stadt Luzern die US-Amerikaner mit einem Anteil von 19% die Nummer 1 vor China, das mit einem Anteil von 9% etwa halb so viele Gäste zählt wie die USA. In der Gesamtregion ist nach der Schweiz (Anteil von 41%), das stärkste Land China (9.2%), knapp vor den USA (8.9%) und Deutschland (8.8%). Dieser Gästemix und die breite Positionierung auf die Quellmärkte bezogen zeigen sich gerade auch in Zeiten mit nur schwierig beeinflussbaren Faktoren, wie momentan die Auswirkungen des Coronavirus insbesondere auf den Markt China, als sehr wertvoll.

BAK Economics hat am 6. Februar 2020 die aktuelle Studie zur Performance von 150 internationalen Destinationen im Alpenraum veröffentlicht. Luzern belegt im Ranking der Sommerdestinationen erfreulicherweise wiederum die Spitzenposition und Weggis hat sich auf Rang 9 platziert. Über das ganze Jahr gesehen ist Luzern die Nummer 2. Mit Engelberg auf Rang 13 ist eine weitere Destination aus der Region Luzern-Vierwaldstättersee in den Top 15 zu finden - weitere Informationen: [Mitteilung vom 6.2.20.](#)

Ausblick: Businessplan 2021-2024

Neben der weiteren Verfolgung der «Premium»-Qualitätsstrategie, bei der die qualitative Entwicklung im Fokus ist, steht im laufenden Geschäftsjahr 2020 unter anderem die Erarbeitung des Businessplans 2021-2024 an. Kernprojekte sind die Destinationsentwicklung (hoher Qualitätsstandard, Vernetzung in der Region), Digital Leadership (z.B. digitaler Marktplatz für die Region), Angebots- und Produktentwicklung, Erhöhung der touristischen Wertschöpfung für möglichst viele Stakeholder, die nachhaltige touristische Weiterentwicklung sowie Massnahmen im Bereich der Tourismussensibilisierung, der Miteinbezug der Bevölkerung, die Nachwuchsförderung sowie die Optimierung der Lenkungsmassnahmen der Besucherströme.

Diese Mitteilung sowie die Logiernächtestatistiken sind hier verfügbar: www.luzern.com/medien

Auskünfte erteilt:

Marcel Perren, Direktor Luzern Tourismus, Tel. 041 227 17 09, marcel.perren@luzern.com

Informationen zur Region Luzern-Vierwaldstättersee für Medien: www.luzern.com/medien

Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee online: www.luzern.com



@ilovelucerne



@ilove_lucerne



@ilovelucerne



@luzerntourismus

#MyLucerne #LakeLucerneRegion #VERLIEBTindieSCHWEIZ

Die Luzern Tourismus AG (LTAG) ist das Kompetenzzentrum für Positionierung, Marktbearbeitung, Öffentlichkeitsarbeit und Gästebetreuung im Interesse von zahlreichen Partnern, die für die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee erstklassige Dienstleistungen erbringen. Die Aufgaben der LTAG gelten der Erstklassigkeit, der Authentizität und der Nachhaltigkeit des touristischen Angebots der Region.