

Medienmitteilung

Luzern Tourismus hat das Tourismusjahr 2015 sowohl in der Stadt wie auch in der Region Luzern-Vierwaldstättersee erfolgreich abgeschlossen und setzt auf die Entwicklung zur „Premium“- Qualitätsdestination

Die Luzern Tourismus AG (LTAG) hat das Jahr 2015 bezüglich Übernachtungszahlen sehr erfreulich abgeschlossen. Gemäss den Angaben des Bundesamtes für Statistik (BSF) wurden im vergangenen Jahr in der Stadt Luzern 1'279'825 Übernachtungen gezählt, was eine Zunahme von 5.1% gegenüber dem Vorjahr bedeutet, die vor allem dank Gästen aus dem amerikanischen und dem asiatischen Kontinent generiert wurde. Für eine weitere nachhaltige Entwicklung fokussiert sich die LTAG gemäss ihrer „Premium“- Qualitätsstrategie auf Faktoren wie optimalere Verteilung der Übernachtungen übers ganze Jahr, Erhöhung der Wertschöpfung, Tourismussensibilisierung und Gastfreundschaft.

Im Jahr 2015 wurden in der Stadt Luzern 1'279'825 Übernachtungen von Schweizer und ausländischen Gästen registriert, was eine Zunahme von 61'656 Logiernächten, resp. 5.1% im Vergleich zum Vorjahr und zum sechsten Mal in Folge eine neue Rekordmarke bedeutet. Auch die Region Luzern-Vierwaldstättersee hat mit einer Zunahme von 4.4% erfreulich gut abgeschnitten. Die heute vom BFS veröffentlichten Zahlen zeigen, dass Luzern auch im schweizweiten Vergleich sehr gut dasteht. So hat die Gesamtzahl der Logiernächte in der Schweiz im Jahr 2015 um 0.8% abgenommen, währenddem die Region Luzern-Vierwaldstättersee mit Plus 4.4% die prozentual stärkste Zunahme aller Regionen verzeichnet.

Stadt Luzern: Positive Zahlen aus Asien und Amerika kompensieren Rückgänge aus Europa

Für Luzerns gutes Abschneiden sind wie bereits im Jahr 2014 allen voran die Gäste aus Asien mit einem Plus von 19.3% an Logiernächten im Vergleich zum Vorjahr verantwortlich.

Auch die amerikanischen Gäste, die mit einer erfreulichen Zunahme von 10.5% abgeschnitten haben, tragen zum positiven Resultat bei. Die USA ist mit knapp 200'000 Logiernächten in der Stadt Luzern der stärkste Auslandmarkt. Die wirtschafts- und währungsbedingt schwierige Situation in den europäischen Märkten macht sich mit einem markanten Rückgang von -12.7% bemerkbar. Dieser ist insbesondere auf das Minus von 14.9% der deutschen Gäste, mit rund 80'000 Übernachtungen pro Jahr der wichtigste europäische Quellmarkt für die Stadt Luzern, zurückzuführen. Mit ganz wenigen Ausnahmen sind bei sämtlichen europäischen Märkten Rückgänge zu verzeichnen.

Der wichtige Heimmarkt Schweiz zeigt sich mit rund 322'000 Übernachtungen, resp. mit einem Plus von 3%, dagegen erfreulicherweise sehr stabil und ist mit einem Anteil von 26% nach wie vor der wichtigste Quellmarkt für die Stadt Luzern.

Region Luzern-Vierwaldstättersee: dank Gästen aus Asien und Amerika keine Rückgänge

Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee verzeichnete im vergangenen Jahr 3'606'647 Logiernächte, was ein Plus von 4.4% gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Dieses ist vor allem auf die Zunahme von 28.9% aus den asiatischen Märkten zurückzuführen. Auch die amerikanischen Gäste haben mit einem Plus von 5.9% vermehrt in der Region übernachtet. Die Gäste aus Europa haben die Region hingegen weniger oft besucht und verzeichnen einen Rückgang von 11.7%. Der Heimmarkt Schweiz hat mit einem Plus von 2.6% gut abgeschlossen – pro Jahr werden in der Region 1'484'000 Übernachtungen von Schweizer Gästen gezählt. Die Subregion Weggis Vitznau Rigi hat mit +10.9% erfreulich gut abgeschnitten.

Erfolg und weniger Risiko dank idealem Gäste-Mix

Auch im vor allem währungsbedingt herausfordernden Jahr 2015 konnte sich Luzern dank einer starken und bekannten Marke, einer aktiven Marktbearbeitung und einem vielfältigen Gästeangebot positiv entwickeln. Luzern verfügt über einen sehr guten und ausgeglichenen Gäste-Mix mit Besuchern aus den weltweiten Reisemärkten: Rund 26% der Gäste in Luzern stammen aus der Schweiz. Die weiteren europäischen Märkte haben einen Anteil von 19% (bis anhin 23%). 31% aller Logiernächte stammen von asiatischen Gästen. Aus Amerika reisen 19% aller Gäste an. 4% aller Gäste stammen aus Australien sowie Neuseeland und 1% aller Gäste in Luzern kommt aus Afrika.

Luzern zeigt als erfolgreichste Schweizer Destination im Alpenraum eine sehr gute Performance

Die im Januar 2016 publizierte Studie des Wirtschaftsforschungsinstituts BAKBasel zeigt, dass Luzern auch im internationalen Vergleich erfolgreich ist und noch besser abschneidet als vor einem Jahr. Die jährliche Studie untersucht die Performance in den Bereichen Nachfrageentwicklung, Auslastung und Ertragskraft von 150 internationalen Destinationen im Alpenraum und zeigt ein erfreuliches Resultat: Luzern konnte sich gegenüber dem Vorjahr noch besser positionieren und hat sich im Vergleich der Ganzjahresdestinationen um einen Rang von 3 auf 2 verbessert und ist international nach wie vor die erfolgreichste Sommerdestination.

Herausfordernde Währungssituation und Entwicklung Richtung „Premium“- Qualitätsdestination

Aufgrund der Situation um den starken Schweizer Franken wird auch das Jahr 2016 betreffend den europäischen Quellmärkten währungsbedingt zur Herausforderung. Die Region Luzern-Vierwaldstättersee sollte dank dem Potenzial in den asiatischen Wachstumsmärkten und den

stabilen amerikanischen Märkten sowie des Heimatmarktes Schweiz in den nächsten herausfordernden Jahren die Rückgänge aus Europa aber weiterhin abfedern können. Diverse Projekte zum Ausbau des touristischen Angebotes, z.B. die Hotelinfrastrukturen auf dem Bürgenstock oder in Andermatt, stimmen ebenfalls zuversichtlich. Auch die Zusammenarbeit innerhalb der Region und die Stärkung der Marke Luzern werden sich mittelfristig weiter positiv auf die Übernachtungszahlen auswirken. Die „Premium“- Qualitätsstrategie soll mittelfristig vor allem die Anzahl der wiederkehrenden Gäste steigern, die Aufenthaltsdauer verlängern sowie die Logiernächte noch idealer über das gesamte Jahr verteilen. Der Fokus im laufenden Jahr wird vor allem auch auf Massnahmen wie Gastfreundschaft, interkulturelle Kommunikation und Tourismussensibilisierung gesetzt. Die ersten Aktivitäten, wie beispielsweise eine Kampagne zur Bedeutung des Tourismus, starten in diesen Tagen.

Diese Mitteilung, Details zu den Übernachtungszahlen 2015 sowie Informationen des BFS sind hier verfügbar: www.luzern.com/media

Weitere Auskünfte:

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

Informationen und Bilder zur Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee: www.luzern.com/media

Die **Luzern Tourismus AG** (LTAG) ist das Kompetenzzentrum für Positionierung, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Gästebetreuung im Dienst von rund 100 Partnern, die für die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee qualitativ hochstehende Dienstleistungen erbringen und verkaufen. Die Aufgaben der LTAG gelten der Erstklassigkeit und der Authentizität des touristischen Angebotes der Region.

Luzern, 23. Februar 2016, LTAG/sg