

Medienmitteilung

Erfreuliches Geschäftsjahr 2016 für Luzern Tourismus

Die Luzern Tourismus AG (LTAG) hat heute anlässlich der 16. ordentlichen Generalversammlung im Marianischen Saal und eines Medien-Gesprächs im Hotel Wilden Mann auf das zweitbeste Geschäftsjahr bezüglich Logiernächten zurück geblickt und über die Chancen des Bürgenstock Resort als Leuchtturmprojekt informiert. Ein Fachreferat hat aufgezeigt, wie der Schweizer Tourismus von globalen Akteuren wie booking.com oder Airbnb lernen kann. Zudem wurden neue Mitglieder in den Verwaltungsrat der LTAG gewählt.

2016 mit zweitbestem Logiernächte-Ergebnis nach Rekordjahr 2015

Die LTAG hat heute anlässlich der diesjährigen GV über einen sehr erfreulichen Abschluss bezüglich Übernachtungszahlen berichtet. Im Geschäftsjahr 2016 wurden in der Stadt Luzern 1'269'774 Übernachtungen gezählt, was eine geringe Abnahme von 0.8%, resp. 10'000 Nächten im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Trotz der schwierigen Situation für den Tourismus mussten somit im Vergleich zum herausragenden Rekordjahr 2015 nur wenige Rückgänge verzeichnet werden. Die Tourismusregion Luzern-Vierwaldstättersee verzeichnete ein Minus von 2.4% Logiernächten. Aktuell (verfügbar sind die Zahlen bis Ende März 2017) zeigt sich in der Stadt Luzern mit +2.7% eine leicht positive Entwicklung und mit -1.5% ein leichter Rückgang in der Gesamtregion.

Märkte: Erholung in Europa, mehr Amerikaner, Rückgänge aus Asien

Erfreulich ist, dass sich die traditionell wichtigen Märkte in Europa nach Rückgängen in den letzten Jahren wieder positiv entwickeln. So verzeichnete Europa im Jahr 2016 ein Plus von 10.7% im Vergleich zum Vorjahr und im Vergleich der letzten fünf Jahre einen Rückgang von nur 3%. Einzig aus Russland wurde ein grösserer Rückgang von 18.8% verzeichnet, der auf die wirtschaftliche Situation im Land zurück zu führen ist. Amerika hat auf Vorjahresniveau abgeschlossen, resp. verzeichnet ein Plus von 0.9%: Die USA, der wichtigste Auslandmarkt für Luzern, haben um 3.9% zugelegt, wobei Kanada und auch Brasilien, ebenfalls durch das wirtschaftliche Umfeld bedingt, Rückgänge verzeichnen. Auch im Jahr 2016 konnte sich Luzern dank einer starken und bekannten Marke, einer aktiven Marktbearbeitung und des vielfältigen Gästeangebots und die ideale Positionierung für viele sehr unterschiedliche Märkte gut behaupten. Luzern verfügt über einen sehr

guten und ausgeglichenen Gäste-Mix mit Besuchern aus den weltweiten Reisemärkten: Rund 24% der Gäste in Luzern stammen aus der Schweiz. Die weiteren europäischen Märkte haben einen Anteil von 22%. 31% aller Logiernächte stammen von asiatischen Gästen. Aus Amerika reisen 19% aller Gäste an. 3% aller Gäste stammen aus Australien sowie Neuseeland und 1% aller Gäste in Luzern kommt aus Afrika.

Luzern zeigt als erfolgreichste Destination im Alpenraum eine Top-Performance

Die im Dezember 2016 publizierte Studie des Wirtschaftsforschungsinstituts BAKBasel zeigt, dass Luzern auch im internationalen Vergleich sehr erfolgreich ist und sich weiterentwickelt hat. 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 von Rang 2 auf die Spitzenposition hochgearbeitet und ist international im Sommer nach wie vor die erfolgreichste Destination.

Strategische Ausrichtung und Businessplan 2017-2020

Die strategische Ausrichtung der LTAG wird sich weiterhin auf die „Premium“-Qualitätsstrategie fokussieren. Die LTAG will mit ihren Partnern im jeweiligen Segment „Best in Class“ sein und sich qualitativ noch weiter entwickeln und „DIE erstklassige Erlebnisregion der Schweiz“ werden. Dabei soll für alle am Tourismus Beteiligten eine höhere Wertschöpfung erreicht werden. Die weiteren Ziele der aktuellen Businessplan-Periode: Vernetzung mit Partnern und Anspruchsgruppen noch breiter und nachhaltiger gestalten, Dachmarke Luzern stärken, Organisationsentwicklung weiterverfolgen, segmentspezifische Gästeansprache optimieren, den ländlichen Tourismus weiter entwickeln sowie eine nachhaltige Tourismusentwicklung fördern. Die LTAG zählt weiterhin auf den Erfolg eines breiten Markt-Portfolios und bearbeitet 2017 weltweit rund 20 Märkte. Betreffend Märkteentwicklung kann davon ausgegangen werden, dass der Heimmarkt weiter an Bedeutung gewinnt, in Europa erst ab 2018 ein moderates Wachstum zu erwarten ist und sich die USA weiterhin positiv entwickeln. Unter den asiatischen Märkten wird sich China auf etwas tieferem Niveau steigern, aus Südostasien, Indien und den Golfstaaten sind höchste Wachstumsraten zu erwarten. Das Marktumfeld wird in den kommenden Jahren von folgenden Faktoren geprägt sein: herausfordernde Rahmenbedingungen wie starker Schweizer Franken und Terrorgefahr, Änderungen in der Nachfrage (zunehmende Digitalisierung), Anpassungen im Buchungsverhalten und gesellschaftliche Veränderungen. Positiv stimmen grosse Investitionen zum Ausbau des touristischen Angebotes in der Region – z.B. die Hotelinfrastrukturen auf dem Bürgenstock oder in Andermatt sowie das neue MS Diamant der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees.

Veränderungen im Verwaltungsrat der LTAG

Aufgrund des Rücktrittes von Stefan Roth als ehemaliger Vertreter der Stadt Luzern im Verwaltungsrat der LTAG wurde Franziska Bitzi Staub, Mitglied Grosser Stadtrat Luzern, als neues Mitglied gewählt. Per 1. September 2016 trat Dr. Philipp Gmür aufgrund seiner neuen beruflichen Position aus dem VR der LTAG aus. Da sich im Verlauf des Findungsprozesses für die Ersatzwahl diverse Persönlichkeiten, die mit ihren Kompetenzen den VR fachlich bestens ergänzen und der LTAG in ihrem Entwicklungsprozess von Nutzen sind, herauskristallisiert haben, hat sich der VR für eine pragmatische Lösung entschieden, um so die sich anbietende Chance zu nutzen. Die Vakanz wird nun zeitlich befristet bis zur GV 2019 durch zwei ausgewiesene Fachpersonen besetzt, d.h. der VR wird in Absprache mit den Aktionären temporär um eine Person erweitert. Gewählt wurden Martin Bütikofer, Direktor Verkehrshaus der Schweiz, Luzern und Roland Zeller, Lindau (ZH), selbstständiger Unternehmer und Spezialist für Digitalisierung und Online-Marketing im Tourismus.

Diese Mitteilung, Details zu den Übernachtungszahlen, der Geschäftsbericht 2016 sowie Unterlagen zum Medien-Gespräch sind hier verfügbar: www.luzern.com/media

Auskünfte erteilt: Marcel Perren, Tourismusdirektor, Tel. 041 227 17 09, marcel.perren@luzern.com

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



www.facebook.com/ilovelucerne



www.twitter.com/i_love_lucerne



www.youtube.com



www.instagram.com/ilove_lucerne/

Instagram: @ilove_lucerne, Twitter: @I_love_Lucerne
#MeinLuzern, #WinterLuzern, #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.

Luzern, 12. Mai 2017, LTAG/sg