

## Medienmitteilung

**Die Luzern Tourismus AG (LTAG) verzeichnet betreffend Logiernächten in der Stadt Luzern im Jahr 2016 nach dem Rekordjahr 2015 das zweitbeste Ergebnis. Die LTAG setzt weiterhin auf die Entwicklung zur „Premium“-Qualitätsdestination.**

Die LTAG hat das Jahr 2016 bezüglich Übernachtungszahlen hinsichtlich der herausfordernden Rahmenbedingungen erfreulich abgeschlossen. Gemäss den Angaben des Bundesamtes für Statistik (BSF) wurden im vergangenen Jahr in der Stadt Luzern 1'269'774 Übernachtungen gezählt, was einen kleinen Rückgang von 0.8% gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Nach dem herausragenden Rekordjahr 2015 verzeichnete Luzern betreffend Übernachtungszahlen somit das zweitbeste Ergebnis. Insbesondere aus Asien (China, Hongkong), Russland, Brasilien und aus dem Heimatmarkt Schweiz gab es etwas weniger Besucher. Auch im Fünf-Jahres Vergleich schneidet Luzern mit +6.8% besser als der Durchschnitt der Schweizer Städte (+5.2%) ab. Für eine weitere nachhaltige Entwicklung fokussiert sich die LTAG mittelfristig gemäss ihrer „Premium“-Qualitätsstrategie auf Faktoren wie optimalere Verteilung der Übernachtungen über das ganze Jahr, Erhöhung der Wertschöpfung, Tourismus-sensibilisierung und Gastfreundschaft.

Im Jahr 2016 wurden in der Stadt Luzern 1'269'774 Übernachtungen von Schweizer und ausländischen Gästen registriert, was eine kleine Abnahme von rund 10'000 Logiernächten, resp. 0.8% im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Die Region Luzern-Vierwaldstättersee weist eine Abnahme von 2.4% auf, was ebenfalls auf Rückgänge aus den Quellmärkten China und Hongkong, Brasilien und Russland zurück zu führen ist. Auch die Schweizer Übernachtungsgäste zeigen mit -2.2% einen kleinen Rückgang.

### **Stadt Luzern: Positive Zahlen aus Europa und den USA, einzelne Rückgänge aus Asien**

Erfreulich ist, dass sich die traditionell wichtigen Märkte in Europa nach Rückgängen in den letzten Jahren wieder positiv entwickeln. So verzeichnet Europa 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 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.

Die asiatischen Märkte schliessen mit lediglich einem kleinen Rückgang von 1% erfreulich ab. Aus diesem Kontinent sind vor allem Rückgänge aus China und Hongkong zu verzeichnen. Die Golf-Staaten verzeichnen hingegen eine erfreuliche Zunahme von mehr als 15% und stellen nach China und Indien die meisten Gäste. Auch aus den Märkten Australien und dem Heimatmarkt Schweiz wurden weniger Gäste gezählt.

### **Region Luzern-Vierwaldstättersee: Weniger Gäste aus Asien**

Die Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee verzeichnete im vergangenen Jahr 3'521'884 Logiernächte, was ein Minus von 2.4% gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Dieses ist vor allem auf Rückgänge aus den asiatischen Märkten zurück zu führen. Erfreulich ist die Zunahme der Gäste aus Europa (+2.2%) – hier gab es lediglich aus Russland grössere Rückgänge und aus Grossbritannien sowie der Schweiz sind kleine Rückgänge zu verzeichnen. Auch die amerikanischen Gäste haben mit einem Plus von 1.2% vermehrt in der Region übernachtet. Die Subregion Weggis Vitznau Rigi hat mit +4.8% erfreulich abgeschnitten. Es wurden vor allem wieder mehr Gäste aus Deutschland, den Niederlanden und auch aus China verzeichnet.

### **Erfolg und weniger Risiko dank idealem Gäste-Mix**

Auch im Jahr 2016 konnte sich Luzern dank einer starken und bekannten Marke, einer aktiven Marktbearbeitung und vor allem durch das vielfältige Gästeangebot und damit die gute 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.

### Entwicklung zur „Premium“- Qualitätsdestination

Aufgrund der Situation um den starken Schweizer Franken wird auch das Jahr 2017 betreffend den europäischen Quellmärkten währungsbedingt zur Herausforderung und die wirtschaftliche Situation in diversen wichtigen Quellmärkten in Übersee wird sich auf die Reisetätigkeit auswirken. Aufgrund der weltweiten Marktbearbeitung und der Bekanntheit der Marke Luzern weltweit ist die LTAG zuversichtlich, auch künftig Rückgänge aus spezifischen Märkten durch andere Quellmärkte ausgleichen zu können. Zudem stimmen auch grosse Investitionen zum Ausbau des touristischen Angebotes – z.B. in die Hotelinfrastrukturen auf dem Bürgenstock oder in Andermatt sowie das neue Schiff der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees - 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. Im Jahr 2017 feiert die LTAG ihren 125. Geburtstag: 1892 wurde mit der Gründung der „Verkehrskommission für Luzern, Vierwaldstättersee und Umgebung“ die Grundlage für die heutige Organisation geschaffen. Die LTAG feiert das Jubiläum mit diversen Aktivitäten. In diesem Jahr stehen auch Gastfreundschaft, interkulturelle Kommunikation und Tourismussensibilisierung im Fokus.

Diese Mitteilung sowie die Logiernächtestatistiken sind hier verfügbar: [www.luzern.com/media](http://www.luzern.com/media)

Informationen zur BAKBasel-Benchmarkstudie Alpenraum:

<http://www.luzern.com/de/media/medienmitteilungen/BAK2015>

Informationen zum Jubiläum „125 Jahre Luzern Tourismus“: [www.luzern.com/125jahre](http://www.luzern.com/125jahre)

Weitere Auskünfte: Luzern Tourismus, Kommunikation, Tel. 041 227 17 05, [media@luzern.com](mailto:media@luzern.com)

Informationen und Bilder zur Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee: [www.luzern.com/media](http://www.luzern.com/media)



<https://www.facebook.com/ilovelucerne>



[https://twitter.com/i\\_love\\_lucerne](https://twitter.com/i_love_lucerne)



<https://www.youtube.com>



[https://www.instagram.com/ilove\\_lucerne/](https://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, 21. Februar 2017, LTAG/sg