

2.11 Schweiz



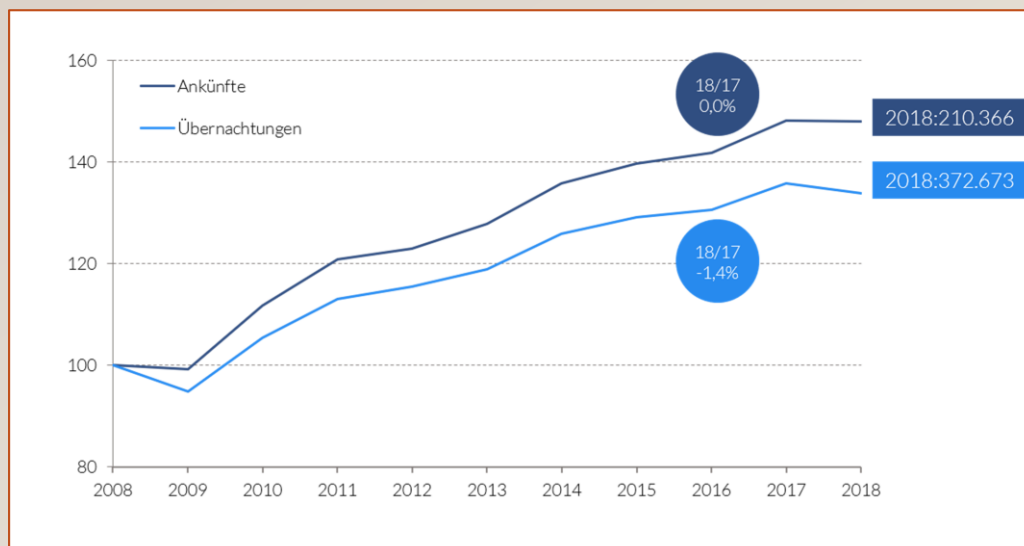
Sozioökonomie Quellmarkt

Einwohnerzahl: 8,4 Mio. ↗	BIP pro Kopf: 80.637 \$ ↘	Regionen mit über-Ø BIP pro Kopf: Basel-Stadt und Zug
Anteil städtischer Bevölkerung: 74,1 %	Bevölkerungsdichte: 204 EW/Km ²	Regionen mit über-Ø Bevölkerungsdichte: Nördliche Regionen
Verfügbares Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf: 36.378 \$	Arbeitslosenquote: 3,2 %	Human Development Index: 0,944
Veränderung Wechselkurs: 1,7 %	Inflationsrate: 0,53 %	

Kennziffern – Nachfrage

Übernachtungen Deutschland absolut: 6.929.205 ↗	Übernachtungen Nordrhein-Westfalen absolut: 372.673 ↗
Ankünfte Deutschland absolut: 3.311.476	Ankünfte Nordrhein-Westfalen absolut: 210.366
Aufenthaltsdauer Deutschland: 2,1 Tage	Aufenthaltsdauer Nordrhein-Westfalen: 1,8 Tage
Marktprognose DZT 2030 (D): +39,4 %	

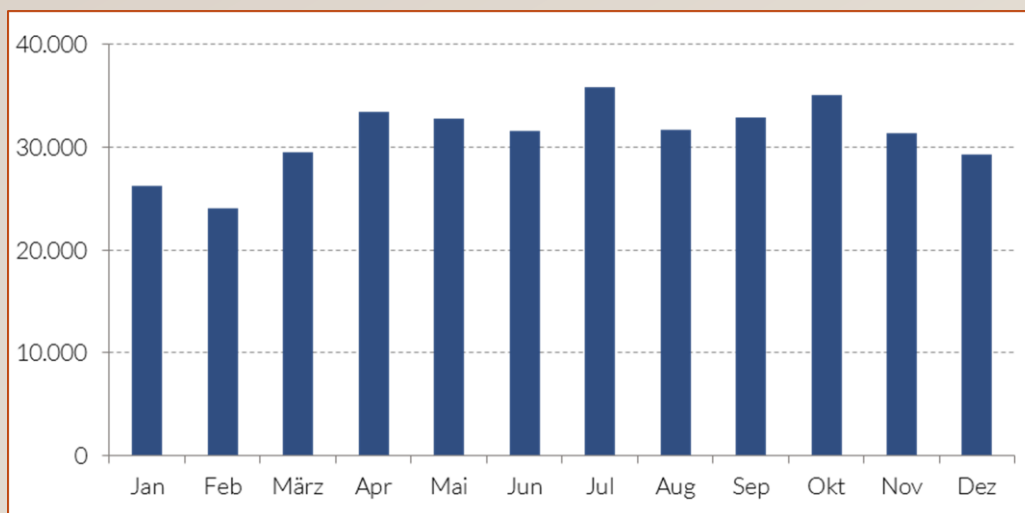
Abb. 21: Entwicklung der Nachfrage – Nordrhein-Westfalen
Index 2018=100



Quelle: dwif 2019, Daten: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

Abb. 22: Saisonalität 2018

Übernachtungen nach Monaten



Quelle: dwif 2019, Daten: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

Vermarktung / Vertrieb

Information / Buchung:

68 % Vorausbuchung im Internet, 5 % Buchung über Reisebüros, 32 % Direktbuchung bei Unterkunft / 11 % beim Transportgesellschaften
83 % Internetnutzung im Zusammenhang mit der Reise

Werbeausgaben für Tourismusmarketing:

Mittlere Ausgaben für Tourismusmarketing, v.a. für Printmedien. Starker Rückgang der Werbeausgaben v.a. im Kino. Erhöhte Ausgaben im Outdoorbereich.

Top Herkunftsregionen:

69 % Zürich / Mittelland, 18 % Alpen und Voralpen
14 % Französische Schweiz

Marktzugang:

Es existieren in der Schweiz 1.600 Reisebüros und Reiseveranstalter. Die DZT arbeitet mit etwa 600 Reiseveranstaltern und Reisebüros im Markt Schweiz zusammen. Eine Unterscheidung zwischen reinem Reisebüro und reinem Veranstalter ist in der Schweiz eher unüblich, da viele Reisebüros gleichzeitig als Veranstalter fungieren und die Veranstalter oftmals auch direkt an Endverbraucher verkaufen oder ihre Produkte über eigene Reisebüroketten vertreiben.

Online-Affinität:

ICT: 8,74

Mobilfunkteilnehmer pro 100 EW: 135,1

Internetnutzung im Verhältnis zur Bevölkerung:

89,1 %

Mobile Webtraffic: k.A.

Social Media Penetration: 52 %

Gästestruktur und Anreise

Soziodemographie:

Alter: 43,71

Geschlecht: 62 % Männer, 38 % Frauen

Bildung: 0 % Hauptschule, 4 % Mittlere Reife, 29 % Abitur, 66 % (Fach-)Hochschule, 0 % ohne Abschluss

Begleitung: nach Deutschland 21 % mit Kindern unter 15 Jahre

Verkehrsmittelwahl:

10 % PKW, 63 % Flugzeug, 21 % Bahn, 3 % Bus, 4 % Wohnwagen

Reiseverhalten und Urlaubserlebnis

Auslandsreiseintensität:

21,6 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung
Auslandsreiseintensität: 3,1 Reisen pro Einwohner ab 15 Jahren

Ausgabeverhalten:

pro Urlaubsreise nach Deutschland
634 € bzw. 129 € pro Tag

Reiseziele:

nach Marktanteil: 30 % Deutschland, 17 % Frankreich, 15 % Italien, 9 % Spanien, 7 % Österreich

Top Bundesländer Deutschlands: 37,1 % Baden-Württemberg, 23,8 % Bayern, 9 % Berlin, 6 % NRW, 5,7 % Nordrhein-Westfalen

Motive: (Deutschland)

Sehenswürdigkeiten, gute Erfahrungen in der Vergangenheit, Orts-, Stadtbild/Architektur, Kunst- und Kulturangebote, Atmosphäre/Flair

Reisezweck:

58 % Urlaubsreisen, 32 % Verwandten-/ Bekanntenbesuche und sonstige Reisen, 12 % Geschäftsreisen

Bedeutung Städtereisen nach Deutschland:
21,9 % entfallen auf „Magic Cities“.

Aktivitäten: (Deutschland)

Ins Restaurant/Café gehen, Flanieren/Bummeln, Spazieren gehen, Shopping, Typische Speisen/Getränke genießen

Besonderheiten des Marktes

- Deutschland präsentiert sich der Schweiz mit einer hervorragenden touristischen Infrastruktur mit vergleichsweise günstigen Preisen.
- Erstbesucher schätzen die sehr freundlichen, dienstleistungsbereiten Gastgeber in Deutschland.
- Schweizer Gäste fahren mehr als alle anderen Nationen mit der Bahn und nutzen auch für 17% der Urlaubsreisen nach Deutschland die Bahn.
- Die Schweiz ist beim Thema Camping der zweitwichtigste ausländische Quellmarkt
- Deutschland punktet mit einem hohen Anteil bei Städte- und Rundreisen und konkurriert mit Frankreich. Große Marktanteile bestehen auch beim Erholungsurlaub (Konkurrenz zu Österreich und Italien).
- Persönlicher Kontakt ist wichtig.
- Geschätzt werden individuelle Tipps und Empfehlungen.
- Die Qualität muss stimmen. Für einen guten Preis wird ein perfektes Produkt erwartet.
- Hohe Erwartung an Gastfreundschaft
- Anregungen oder Beschwerden von Schweizern müssen aufmerksam bearbeitet werden.