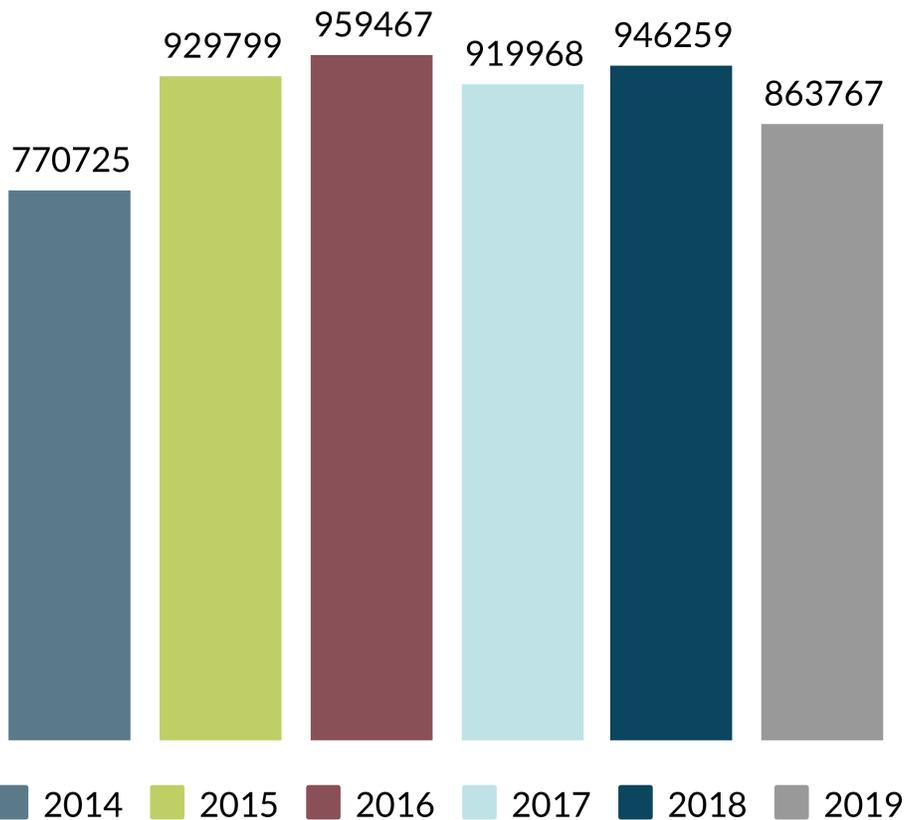




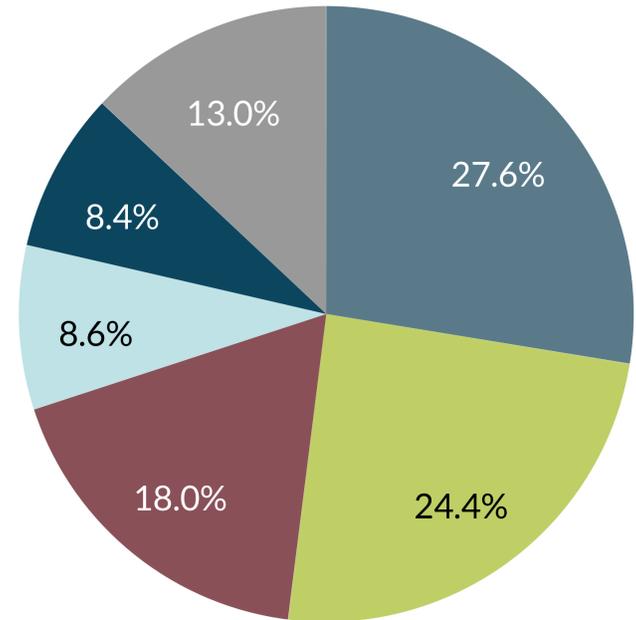
Touristen aus den Golfstaaten in der Schweiz

Entwicklung der Hotellogiernächte 2014-2019

Entwicklung 2014-2019: +12.1%



Hotellogiernächte nach Region (2019)



■ Genf (27.6%)
 ■ Bern Region (24.4%)
 ■ Zürich Region (18%)
■ Genferseegebiet (8.6%)
 ■ Zentralschweiz (8.4%)
■ Andere Regionen (13%)

Kennzahlen*



56.5% der in die Schweiz reisenden Touristen aus den Golfstaaten sind unter 35 Jahre alt



64% bevorzugen das Auto als Transportmittel in der Schweiz



CHF 420 Durchschnittliche Tagesausgaben pro Person in der Schweiz



81% reisen in kleinen Gruppen mit ein bis fünf Personen in die Schweiz



93% besuchen während ihres Aufenthalts mehrere Destinationen



76% der Übernachtungen werden von Einwohnern von Saudi Arabien und den VAE generiert



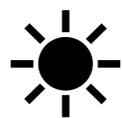
2.6 Tage ist ihre durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Schweiz



56% besuchen die Schweiz zum ersten Mal



+2.9% Geschätzte Hotellogiernachtentwicklung 2020-2022



72.6% der Hotellogiernächte werden in der Sommersaison registriert



57.2% bevorzugen den Besuch von Naturattraktionen als Aktivität während ihres Aufenthalts

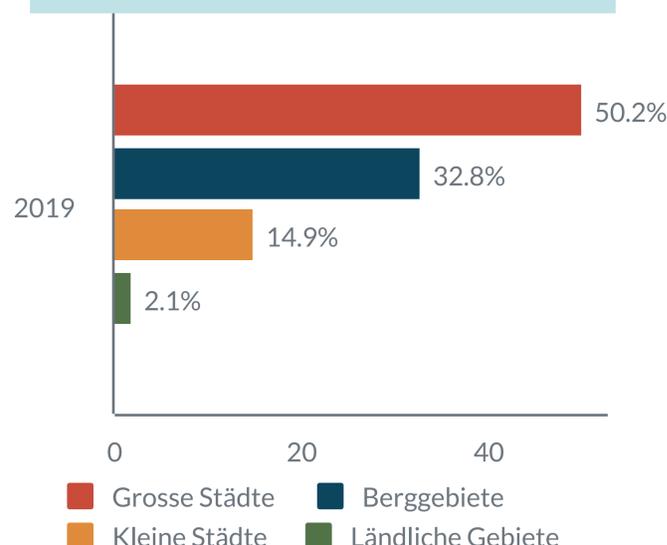
* Quellen: Tourismus Monitor Schweiz (TMS) 2017. Eine Umfrage, durchgeführt von Schweiz Tourismus, bei mehr als 21'500 Übernachtungstouristen aus 130 Herkunftsländern in 180 Schweizer Destinationen. / BFS.

Hauptreisemotive für die Schweiz

1. Natur
2. Seen, Flüsse
3. Berge
4. Erholung
5. Panorama
6. Angenehmes Klima
7. Atmosphäre
8. Stille
9. Komfort
10. Sicherheit



Aufteilung der Übernachtungen nach geografischen Zonen (2019)



Bevorzugte Destinationen*

1. Genf
2. Zürich
3. Interlaken
4. Luzern
5. Opfikon (Zürich)
6. Montreux
7. Grindelwald
8. Lausanne
9. Grand-Saconnex (Genf)
10. Beatenberg

* Gemessen an der Anzahl Hotellogiernächten im 2019.



Februar 2020

GCC und Gäste aus den Golfstaaten in der Schweiz.

Zahlen und Fakten.

Gulf Cooperation Council (GCC).

Gulf Cooperation Council (Golf-Kooperationsrat), bestehend aus den 6 Ländern Bahrain, Katar, Kuwait, Oman, Saudi-Arabien und den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE); Sammelbezeichnung für die Golfstaaten.

*Bahrain*¹

Konstitutionelle Monarchie (Königreich), Gesamtbevölkerung: 1.51 Mio. (2019), 750 km²

Katar

Absolute Monarchie (Emirat), Gesamtbevölkerung: 2.8 Mio. (2019), 11'606 km²

Kuwait

Konstitutionelle Monarchie (Emirat), Gesamtbevölkerung: 4.7 Mio. (2019), 17'818 km²

Oman

Absolute Monarchie (Sultanat), Gesamtbevölkerung: 4.39 Mio. (2019), 309'500 km²

Saudi-Arabien

Absolute Monarchie (Königreich), Gesamtbevölkerung: 33.87 Mio. (2019), 2.1 Mio. km²

Vereinigte Arabische Emirate (VAE)

Konstitutionelle Monarchie (Föderation von Emiraten), Gesamtbevölkerung: 10.75 Mio. (2019), 83'600 km²

Demografie und Reisegewohnheiten.

- Die GCC-Staaten weisen zusammen eine Gesamtbevölkerung von etwa 56,5 Mio. (2019) auf. Bis 2050 wird ein Bevölkerungswachstum von beachtlichen 67% erwartet^{1/2}.
- Das am schnellsten wachsenden Segment ist die jüngere Bevölkerung (ca. 30% der Gesamtbevölkerung)^{2/3}.
- Alle GCC-Länder zeichnen sich generell durch einen hohen Anteil von (v.a. westlichen) Expats bzw. (asiatischen) Arbeitsmigranten aus: Es wird angenommen, dass 40% aller internationalen Freizeit-Reisenden aus den GCC-Staaten Expats sind¹.
- Für den Schweizer Tourismus sind insbesondere die einheimischen Golfstaaten-Bürger spannend. Es sind diese Gästegruppen, die am längsten in den Hotels verbleiben und vor allem auch am meisten konsumieren. Das ST-Marketing konzentriert sich deshalb stark auf diese Gäste.



- Im Winter-Marketing fokussiert ST zusätzlich auf die Gästegruppe der westlichen (Wintersport) und indischen Expats (Touch the Snow-Erfahrung)³.
- Die Region bildet einen rasant wachsenden, tourismusgenerierenden Markt. Die jährlichen internationalen touristischen Abflüge aus den Golfstaaten betragen 2015 40 Mio., für 2020 werden 45 Mio. und für 2030 gar 61 Mio. erwartet².
- Für Reisende aus dem gesamten Mittleren Osten stellen europäische Destinationen mit einem Marktanteil von 46% (2010) den grössten Markt dar. Europas Hauptkonkurrenten sind Reiseziele im Mittleren Osten und die asiatischen Destinationen Malaysia, Singapur und Thailand².
- Europareisende aus den GCC-Staaten sind generell höher ausgebildet und gehören einer höheren sozioökonomischen Gesellschaftsschicht an².
- Die Schweiz gehört besonders bei Touristinnen und Touristen aus den VAE zu den beliebtesten Reisezielen überhaupt².
- Die bekannten Fluggesellschaften der Region (Emirates, Etihad, etc.) fliegen oft und regelmässig nach Europa und in die Schweiz. Die Golfstaaten sind verkehrstechnisch somit hervorragend mit Europa verbunden.
SWISS fliegt täglich von Muscat (Oman) über Dubai nach Zürich.
Emirates, Qatar Airways, Etihad und Oman Air (seit Frühling 2015) verbinden ihre Heimatflughäfen täglich mit Zürich und / oder Genf.
Genf (eine der Top-Destination in der Schweiz für Reisende aus den Golfstaaten) wird von Saudia (Jeddah, Riad) und Kuwait Airways (Kuwait) mindestens dreimal wöchentlich angefliegen.
- Die Blockade von Katar (2017) hält bis heute an, wirkt sich aber nicht mehr auf das Reiseverhalten der Katarer aus. Die Sanktionierung der Fluglinie *Qatar Airways* durch die Emirate, Saudi-Arabien und Bahrain hingegen schon. Sie hat bis heute vor allem Auswirkungen auf Saudi-Arabien selbst: günstige Flüge von Qatar Airways aus verschiedenen Städten in Saudi-Arabien nach Europa fallen weg. Dies trifft vor allem die Kundschaft der Mittelschicht, für welche Flugpreise eine grössere Rolle spielen.

Gäste aus den Golfstaaten in der Schweiz.

- Zwischen 2014 und 2019 stiegen die Hotelübernachtungen der Gäste aus den Golfstaaten in der Schweiz um 12.1%. 2019 wurden 863'767 LN in der Schweiz registriert, was einen Rückgang von 8.7 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht.
- Bezüglich Volumen der LN zählen die Golfstaaten 2019 zu den zehn bedeutendsten ausländischen Märkten (Rang 7 – nach Frankreich – mit einem Marktanteil der ausländischen LN von 4.0 % – Nr. 1: Deutschland; Nr. 2: USA; Nr. 3: China (mit Hong Kong und Taiwan), Nr. 4: Vereinigtes Königreich; Nr. 5: Benelux).
- 2019 generierten Gäste aus Saudi-Arabien (320'463) die meisten LN, gefolgt von Reisenden aus den Vereinigten Arabischen Emirate (296'854). Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies für die Vereinigten Arabischen Emirate ein Minus von 17.7 % und für Saudi-Arabien einen Rückgang von 6.4 %.



- Der Rückgang der Hotellogiernächte 2019 vor allem für Gäste aus den VAE hat drei Hauptgründe:
 - Wirtschaftliche Schwierigkeiten in den VAE durch eine weitgehend hausgemachte Immobilienkrise
 - Starke Reduktion von Auslandsreisen für höhere Staatsbehörden (alle Einheimischen) während diese Sommers 2019, bedingt durch die starke Zunahme der politischen Spannungen am Golf
 - Mit der Hitzewelle in Europa Ende Juni 2019 gerade während der Buchungssaison entschied sich die Kundschaft aus den Golfstaaten vermehrt für «kühlere» Destinationen wie Skandinavien, Schottland, Russland und Australien (Wintersaison).

- 2019 wurde mit Gästen aus den Golfstaaten, dank der hohen Tagesausgaben, ein Gesamtumsatz («total turnover») von über 362 Mio. CHF erwirtschaftet.
- Etwa die Hälfte der GCC-Gäste kommt im Familienverband in die Schweiz (inkl. Hausangestellte, bis zu 15 Personen). Eine Ferienreise wird oft mit Business und / oder einer medizinischen Behandlung verbunden. Besonders viele Frauen sind in solchen Familienverbänden anzutreffen⁷.
- Daneben reisen auch besonders die Millennials aus den Golfstaaten².

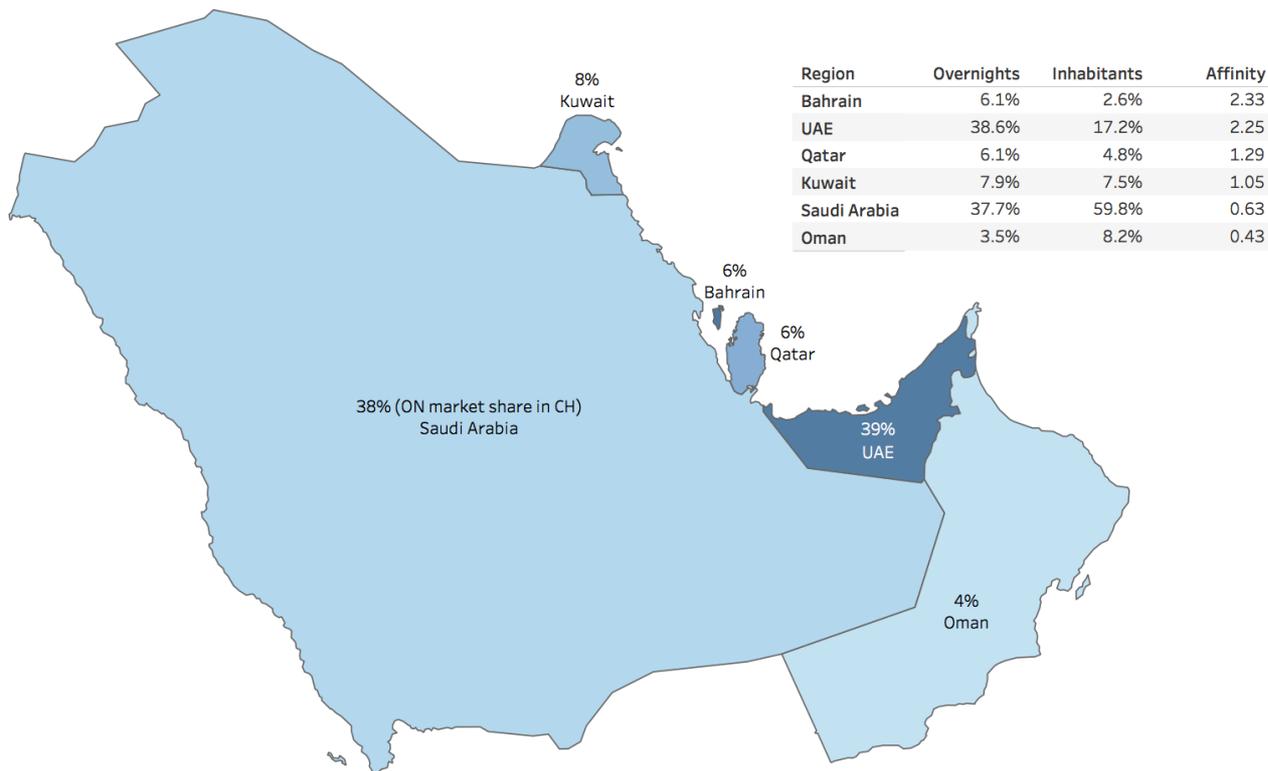
Entwicklung der Hotellogiernächte (LN).

2019	Anzahl LN	Veränderung (%)
Golfstaaten	863'767	+ 2.9
Vereinigte Arabische Emirate	296'854	- 17.7
Saudi-Arabien	320'463	- 6.4
Katar	107'119	- 0.5
Oman	30'120	+ 10.0
Kuwait	87'409	+ 0.5
Bahrein	21'802	+ 3.5

Quelle: Beherbergungsstatistik, Bundesamt für Statistik (2020).



Herkunftsregionen von Touristen aus den Golfstaaten, die sich in der Schweiz aufhalten⁵.





Entwicklung der Hotel-Übernachtungen nach Region 2015-2019.

Region	2016	2017	2018	2019	Veränderung 18-19
Genf	251 697	249 151	252 885	238 716	-5.6 %
Bern Region	242 635	217 062	222 616	210 741	-5.3 %
Zürich Region	166 411	174 900	174 353	155 477	-10.8 %
Waadtland	94 864	85 124	93 996	74 928	-21.0 %
Zentralschweiz	74 121	68 601	77 855	72 456	-6.9 %
Tessin	45 798	41 172	39 693	32 045	-19.3 %
Wallis	27 090	31 551	31 367	31 730	+1.2 %
Ostschweiz	22 945	15 924	15 313	12 256	-20.0 %
Graubünden	18 372	18 626	20 546	18 779	-8.6 %
Basel	12 078	14 096	12 314	11 657	-5.3 %
Jura & Drei Seen	1 802	1 403	2 212	1577	-28.7 %
Aargau	938	1 067	1 164	2928	+66.0 %
Fribourg	2 688	986	1 345	1118	-16.9 %

Quelle: Beherbergungsstatistik, Bundesamt für Statistik (2020).

Visumspflicht.

- Staatsangehörige aller GCC-Staaten – ausser der VAE (siehe unten) – sind für die Einreise in den Schengen-Raum (inkl. Schweiz) visumpflichtig. Diese Visumspflicht bedeutet einen gewissen Zeitaufwand, da ein Termin für die Beantragung des Visums nötig ist (in der Botschaft oder beim Visums-Dienstleister). Kurzfristig sind solche Termine kaum erhältlich. Reisen nach Europa bedürfen somit einiger Vorausplanung – kurzfristige Europa-Besuche sind kaum möglich.
- Visumsbefreiung für Staatsangehörige der VAE: Seit Mai 2015 sind Emiratis für die Einreise in den Schengen-Raum und somit auch in die Schweiz von der Visumspflicht befreit.

Reisezeit und Ramadan.

- Es ist zu beachten, dass während des Fastenmonats Ramadan kaum touristischen Reisen unternommen werden (nur Pilgerfahrten nach Mekka). Im Jahr 2020 beginnt er am 23. April und dauert bis am 23. Mai.



Entwicklung der Nachfrage und des Interesses für die touristische Schweiz.

Motivationen für eine Reise in die Schweiz^{3/4}.

- Touristen aus den Golfstaaten schätzen die Schweiz vor allem aufgrund der Natur, der Gewässer, der Familienfreundlichkeit, der «welcoming atmosphere» und der Ruhe; die grüne Natur und die Sommerfrische in den Bergen gelten als wichtige Verkaufsargumente bei dieser Kundschaft. Dies gilt insbesondere für Gäste auf ihrem ersten Besuch.
- Das im Vergleich zu ihrer Herkunftsregion gemässigte Klima der Schweiz schätzen diese Gäste besonders: die relativ kühlen Temperaturen (auch im Sommer) in Europa erachten sie allgemein als sehr attraktives Reisewetter.
- Darüber hinaus gilt die Schweiz als «hippe und coole» Feriendestination.
- GCC-Gäste wünschen in ihren Ferien neben dem Naturerlebnis auch Luxus und Shopping, suchen darüber hinaus aber immer mehr Wellness-, Präventions- und Gesundheits-Angebote.
- Weniger relevant sind für GCC-Gäste Wander- oder Schlechtwetter-Angebote.
- Reisende aus den GCC-Staaten verbinden auf einer Schweiz-Reise Geschäftsangelegenheiten, Bildung sowie Medizin- und Freizeit-Tourismus – die Nachfrage nach solchen Kombinationsmöglichkeiten ist sehr hoch. Dementsprechend sind touristischen Anbieter in der Schweiz auch gefordert, vermehrt solche Angebote in ihrem Portfolio zu haben.
- Die Schweiz ist bei jungen Paaren auch eine beliebte Flitterwochen-Destination.

Bevorzugte Aktivitäten^{3/4}.

- Das Hauptinteresse der Gäste aus den Golfstaaten sind die natürlichen Sehenswürdigkeiten sowie Shopping-Erlebnisse. Ausflüge auf / zu den Gewässern und in die Berge stehen ebenso hoch im Kurs.
- (Leichtere) Aktivitäten in der Natur, Wanderungen und Spaziergänge, Velofahren, Klettern, Rennen und Abenteuer-Sportarten werden von GCC-Gästen ebenfalls immer öfters gerne unternommen.
- Üblicherweise übernachten die Gäste aus der Golfregion in Vier- oder Fünfsterntouristenhotels mit Spa- und Gesundheitsangeboten.
- Der Anteil an Touristinnen und Touristen aus der Mittelklasse steigt jedoch, und dort sind auch Hotels ausserhalb der Luxusategorie von Interesse.

Bevorzugte Destinationen.

- Die Städte Genf, Zürich, Luzern, das Berner Oberland (besonders Interlaken), sowie das Genferseegebiet (Montreux) sind die beliebtesten Destinationen der Touristinnen und Touristen aus den Golfstaaten.
- Vom Wachstum der LN zwischen 2014 und 2019 konnten auch Bergregionen profitieren mit einem Plus von 19 %.
- Gäste aus den Golfstaaten sind auf der Suche nach Diversifizierung und Neuem: In für sie neueren Orten wie Andermatt und Engelberg, sowie verschiedenen Destinationen in Graubünden, wird mittelfristig grosses Potential gesehen.



Möglichkeiten zur Verbesserung des Reiseerlebnisses in der Schweiz⁵.

- Kaum Promotion zu Halal-Essen: Das Essen in der Schweiz entspricht eigentlich oft den islamischen Vorschriften; es wird jedoch nicht darauf hingewiesen (kein Label), aus Unkenntnis oder aus Angst, etwas falsch zu deklarieren. So werden für die grossen Destinationen in den ST-Broschüren die Halal-Restaurants explizit aufgeführt.
- Sprachbarrieren: Es gibt immer mehr Gäste aus der Mittelklasse, die in die Schweiz reisen. Diese sprechen aber nicht immer gut genug Englisch. In Interlaken und Genf gibt es mittlerweile arabischsprechende Guides, welche die Verständigung vereinfachen.
- Laden-Öffnungszeiten: Bewohnerinnen und Bewohner der Golfregion sind sich gewohnt, von morgens bis Mitternacht einkaufen zu können – auch an Sonn- und Feiertagen. Die vergleichsmässig kurzen Schweizer Öffnungszeiten werden deshalb oft kritisiert.

Burka-Verbot (komplette Verhüllung)⁶

- Burka-Verbot: Der Kanton Tessin hat per 1. Juli 2016 ein kantonales Verhüllungsgesetz eingeführt.
- Mit 41'172 Übernachtungen im Jahr 2017 entspricht der Anteil dieser Kundschaft im Tessin einem Gesamtvolumen von 4,5 % der in der Schweiz verzeichneten Gesamtzahl der Übernachtungen.
- Darüber hinaus ist es wichtig zu beachten, dass nur ein sehr kleiner Teil dieser Touristen einen Gesichtsschleier trägt (Burka / Nikab).
- Im Tessin hat das Burka-Verbot nur geringe Auswirkungen auf das Buchungsverhalten (ca. 3-4% der Buchungen aus Saudi-Arabien).
- Im Jahr 2019 sank das Übernachtungsvolumen aus den Golfstaaten im Tessin um 19.3 %. 2018 wurde ein Minus von 3.6 % verbucht.
Die Katar-Krise und die allgemein schwierige wirtschaftliche Situation in Saudi-Arabien sind die Hauptgründe für diesen Rückgang. Die Flugpreise von Saudi-Arabien nach Europa sind gestiegen, nachdem Qatar Airways ihre Billigflüge eingestellt hatte.
- Die Rückgänge im Tessin sind vor allem auf die Zusammensetzung der Gästegruppen zurückzuführen. Je höher der Anteil der Touristen aus Saudi-Arabien, desto stärker ist der Rückgang.

Vermarktung der Destination Schweiz³ – Schweiz Tourismus in den Golfstaaten.

- Schweiz Tourismus (ST) ist seit 2003 am arabischen Golf präsent. Am Standort Dubai arbeitete zuerst ein Mitarbeiter, ab 2010 waren drei, seit 2017 vier Personen für ST tätig.
- Die Hauptzielgruppe der Aktivitäten sind die lokalen Einheimischen (Emiratis, Saudis, Kataris, Omanis, Bahrainis, Kuwaitis) – speziell Frauen (als Entscheiderinnen in der Familie beim Thema Feriendestination) und Familien als Ganzes.
- Für den Wintertourismus ist aber zunehmend auch die grosse Anzahl (westlicher) Expats, die in den Golfstaaten leben und arbeiten, interessant.
- GCC-Gäste sind traditionell Autofans und mögen es, individuell und im Mietauto zu reisen. Deshalb sind Touring und somit die Grand Tour of Switzerland auch für Touristen vom Persischen Golf relevant.
- Bei den Kunden-Segmenten sind vor allem der «Luxury Traveller» (Städte und Shopping) und der «Attraction Tourer» (Sehenswürdigkeiten), besonders aber auch Familien im Fokus.



- Mund-zu-Mund-Propaganda, also das aktive und persönliche Weiterempfehlen einer Schweizreise im eigenen Netzwerk, ist die Hauptinformationsquelle arabischer Reisender.
- Dies geschieht natürlich oft auch über Social Media: mehr als die Hälfte der GCC-Gäste plant ihre Ferien über Social Media-Kanäle. Daneben sind Unterlagen der Hotellerie und der Reiseveranstalter weitere wichtige Informationsquellen. Zudem sind TV-Produktionen bei spezifischen Zielgruppen äusserst wirksame Marketinginstrumente (z.B. Seifenopern, Frauenprogramme).
- Celebrity Marketing ist am Golf von grosser Bedeutung. Und die Wichtigkeit der Zusammenarbeit mit Influencern nimmt weiter zu.
- Viele Konkurrenten wie zum Beispiel die Türkei und Österreich aber auch Frankreich, Norwegen, UK und verschiedene Ziele auf dem Balkan sind besonders sichtbar und aktiv in der Tourismus-Promotion in den Golfstaaten. Asiatische Destinationen wie Malaysia und Korea sind ebenfalls präsent, stellen jedoch als Reiseländer weniger Konkurrenz dar für die Schweiz.
- Ein weiteres Feld, das ST in den vergangenen Jahren immer intensiver und 2020 mit einem starken Fokus bearbeitet, ist der Gesundheitstourismus. Die herausragenden Leistungen von Schweizer Kliniken können mit Erfolg beworben werden, auch wenn sich auch Abu Dhabi und Dubai selber als sog. «Medical Destinations» positionieren. Vor allem die oberste Gesellschaftsschicht leistet sich Behandlungen im Ausland, motiviert auch von Kur- und Spitalaufenthalten der lokalen Adelsfamilien. In diesem Bereich sind Deutschland und Korea die Hauptkonkurrenz der Schweiz.

Quellen:

Alle Logiernächte-Zahlen: Beherbergungsstatistik, Bundesamt für Statistik

¹ Quelle für sämtliche Zahlen und Schätzungen (E) zur Gesamtbevölkerung: *statista.com*. (15.02.2020)

² UNWTO: https://www.e-unwto.org/pb-assets/unwto/presentation_webinar_GCC.pdf (15.02.2020) / *Market Vision / Travel Beacon (2014) / ETC/UNWTO (2012)*

³ *Einschätzungen ST*

⁴ *Tourismus Monitor Schweiz, ST Marktforschung (2017)*

⁵ *Einschätzungen ST*

⁶ *Einschätzungen ST / Informationen Ticino Turismo (2016/2017)*