

Medienmitteilung

Trotz Euro-Krise das beste Ergebnis aller Zeiten

26. Januar 2011 Nach einem schwierigen, von der Wirtschaftskrise gezeichneten 2009, kann Interlaken Tourismus im 2010 ein Logiernächteplus von 5.2% ausweisen. Gezieltes Marketing und die Diversifikation in den Märkten vermochten den schwachen Euro zu kompensieren und ermöglichten das beste jemals registrierte Logiernächte-Ergebnis der Tourismus Organisation.

Interlaken Tourismus legt die aktuellen Zahlen der Hotelübernachtungen 2010 vor. Ob und wie stark die Wirtschaftskrise das Reiseverhalten der Gäste im 2010 beeinflussen würde, war zu Beginn des Jahres nur schwer abzuschätzen. Ein leichter Anstieg der Logiernächtezahlen gegenüber 2009 war dennoch zu erwarten. Der Vulkanausbruch Eyja Fjalla Jökull im Frühjahr und die stetig zunehmende Euro-Krise stellten die Tourismusbranche vor neue Herausforderungen. Trotzdem kann Interlaken Tourismus im 2010 eine äusserst positive Jahresbilanz ziehen. Mit einem Logiernächteplus von 5.2% und nunmehr 789'519 Hotel-Logiernächten für Interlaken, Matten, Unterseen verzeichnet die Tourismus Organisation sogar das beste Ergebnis aller Zeiten.

Grund für die bemerkenswert guten Zahlen ist zweifelsohne die fundierte Marketingarbeit von Interlaken Tourismus in erfolgreicher Kooperation mit seinen Partnern. Aufgrund der schlechten Währungssituation mussten vor allem Rückgänge bei den Gästen aus Deutschland und Grossbritannien hingenommen werden. Dank der grossen Diversifikation in den Märkten und die Zunahme von Gästen aus den Fernmärkten liess sich der schwache Euro jedoch weitgehend kompensieren. Interessanterweise legten Italien, Frankreich und Spanien sogar zu. Interlaken wurde 2010 von der Euro-Krise offensichtlich weniger stark getroffen als andere Schweizer Destinationen.

TOP 10 Nationen (im Vergleich zu 2009)	Anteil	LN	Grund
1. Schweiz (1.11%)	25.98%	205'164	Attraktive Events, saisonale und neue Pauschalangebote
2. Grossbritannien (-3.5%)	10.70%	84'549	Euro-Krise, schwierige wirtschaftliche Situation im eigenen Land
3. Deutschland (-9.14%)	10.49%	82'895	Euro-Krise, schwierige wirtschaftliche Situation im eigenen Land
4. Japan (-3.54%)	7.72%	60'997	Wirtschaftliche Situation im eigenen Land
5. Indien (27.64%)	7.03%	55'544	Wirtschaftliches Wachstum
6. USA (-4.34%)	4.83%	38'147	Schwierige wirtschaftliche Situation im eigenen Land
7. Korea (27.11%)	4.73%	37'384	Erstarken der Wirtschaft im eigenen Land
8. Golfstaaten (42.05%)	4.16%	32'898	Gezieltes Marketing, Mittelschicht reist auch
9. China & Hongkong (53.14%)	3.90%	30'825	aufstrebende Wirtschaft und wachsende Reiselust
10. Singapur(12.39%)	1.85%	14'649	nicht betroffen vom Euro, Zukunftsmarkt

Interlaken Tourismus

Tourismus Organisation Interlaken, Höhweg 37, 3800 Interlaken, Schweiz
Telefon +41 (0)33 826 53 00, Fax +41 (0)33 826 53 75
Internet:: www.interlaken.ch, E-Mail: mail@interlakentourism.ch



Dank des Ausbaus der Kongressinfrastruktur darf zukünftig mit einem verstärkten Interesse der Schweizer an Interlaken gerechnet werden. Image mässig wurde Interlaken durch das im Mai 2010 neu eröffnete Kongresszentrum auf das Niveau einer Top-Kongressdestination gehievt. In Anbetracht der noch immer anhaltenden Euro-Krise dürften die ersten Monate im 2011 eher schwierig werden. Die nach wie vor wachsenden Märkte Indien, Asien und Golfstaaten sowie die neuen Märkte Brasilien und Australien erlauben es aber, durchaus positiv auf die Hauptsaison 2011 zu blicken.

Weitere Informationen:

Interlaken Tourismus

Stefan Otz, Direktor

Höheweg 37, Postfach 369

CH - 3800 Interlaken

Telefon +41 33 826 53 30; Fax +41 33 826 53 90

stefan.otz@interlakentourism.ch; www.interlakentourism.ch

Interlaken Tourismus

Tourismus Organisation Interlaken, Höheweg 37, 3800 Interlaken, Schweiz

Telefon +41 (0)33 826 53 00, Fax +41 (0)33 826 53 75

Internet:: www.interlaken.ch, E-Mail: mail@interlakentourism.ch