

Tourismusentwicklung von Stadt und Kanton Luzern Folgestudie zum Aspekt Tagestourismus

Jürg Stettler, Fabian Weber, Florian Eggli, Lukas Huck
Institut für Tourismuswirtschaft ITW
Hochschule Luzern – Wirtschaft
Rösslimatte 48
Postfach 2940
6002 Luzern

August 2019

Inhaltsverzeichnis

Management Summary	5
1. Einleitung	6
1.1 Ausgangslage	6
1.2 Projektauftrag und Ziele	6
1.3 Vorgehen	6
1.4 Aufbau des Berichts	8
2. Tagestourismus.....	9
2.1 Definition Tagestourismus	9
2.2 Herausforderungen bei der Erfassung des Tagestourismus.....	9
2.3 Einordnung.....	10
2.4 Fazit.....	11
3. Datenbedarf und Datenstruktur	12
3.1 Einleitung	12
3.2 Betrachtung nach Gästen.....	13
3.2.1 Übersicht über die Gästebetrachtung.....	13
3.2.2 Datenbedarf Gästetypen	16
3.2.3 Factsheets Gästetypen	19
3.3 Räumliche Betrachtung	20
3.3.1 Einführung.....	20
3.3.2 Übersicht über die räumliche Betrachtung	20
3.3.3 Datenbedarf für die räumliche Betrachtung	22
3.3.4 Factsheets räumliche Betrachtung.....	23
3.4 Betrachtung der Anspruchsgruppen	23
3.4.1 Übersicht über die Anspruchsgruppen	23
3.4.2 Datenbedarf zu den Anspruchsgruppen.....	24
3.4.3 Anspruchsgruppen Factsheets	25
3.5 Fazit.....	25
4. Datenlage und Datenlücken.....	26
4.1 Einleitung	26
4.2 Daten zu den Gästen.....	27
4.2.1 Reiseverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung.....	27
4.2.2 Mikrozensus Verkehr	28
4.2.3 Ausländische Tagestouristen basierend auf Übernachtungszahlen	28
4.2.4 Übernachtungsgäste (HESTA)	29
4.2.5 Der Tagestourismus in der Schweiz.....	30
4.2.6 Gruppentourismus in Luzern.....	30
4.2.7 Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern	31
4.2.8 Erlebnisregion Luzern - Vierwaldstättersee	32

4.2.9	Wertschöpfungspotentiale im Freizeit- und Tourismusverkehr	33
4.2.10	Wirtschaftsbericht der Stadt Luzern	33
4.2.11	Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV AG)	34
4.2.12	Bergbahnen.....	34
4.2.13	KKL, Messe, Casino, Theater	35
4.2.14	Museen	35
4.2.15	Events	36
4.2.16	FIT China-Projekt.....	37
4.2.17	Daten der Uhren- und Schmuckgeschäfte	40
4.2.18	Tourismusmonitor Schweiz (TMS).....	41
4.2.19	Datenbedarf, Daten und Datenlücken zu Gästen	42
4.3	Daten zum Raum	49
4.3.1	Monitoring Gesamtverkehr Luzern	49
4.3.2	24-stündiger Motorfahrzeugverkehr.....	49
4.3.3	Pendler.....	49
4.3.4	Car-Daten	50
4.3.5	AKP-Studie zum Monitoring Cartourismus Schwanenplatz (Befragung Chauffeure).....	50
4.3.6	AKP-Monitoring Cartourismus Schwanenplatz (Befragung Reiseleitungen).....	51
4.3.7	AKP-Monitoring Carparkplatz Inseli Luzern	52
4.3.8	AKP-Konzept Car-Parkierung Stadt Luzern	53
4.3.9	PwC-Studie zum Carverkehr in der Luzerner Innenstadt.....	53
4.3.10	Tourismusrayon Stadt Luzern	53
4.3.11	Statistik der Unternehmensstruktur	54
4.3.12	Datenbedarf, Daten und Datenlücken zum Raum	55
4.4	Daten zu den Anspruchsgruppen.....	60
4.5	Fazit.....	61
5.	Empfehlungen zu zukünftigen Datenerhebungen.....	64
5.1	Datenerhebungskonzept	64
5.2	Hauptkenntnisse und Empfehlungen.....	74
5.2.1	Herausforderungen	74
5.2.2	Datenbedarf und Datenstruktur	74
5.2.3	Ergebnisse: Datenlage und Datenlücken	75
5.2.4	Empfehlungen zur Datenerhebung	77
6.	Anhang	82
6.1	Problembereiche Overtourism.....	82
6.2	Massnahmen Overtourism.....	83
7.	Quellenverzeichnis	84

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einordnung der Tagestouristen	9
Abbildung 2: Einordnung der Tagestouristen	12
Abbildung 3: Gästetypen Tagestourismus	14
Abbildung 4: Gästetyp Fokus Schweiz	15
Abbildung 5: Gästetyp Fokus China	16
Abbildung 6: Datenbedarf Tagestouristen	17
Abbildung 7: Gästetypen Raster Übersicht	18
Abbildung 8: Gästetypen Raster Schweiz	18
Abbildung 9: Gästetypen Raster China	19
Abbildung 10: Struktur Factsheet Gästetypen	19
Abbildung 11: Besucher (Frequenzen) im Raum	20
Abbildung 12: Beispielkarte Erlebnisregion Luzern - Vierwaldstättersee	21
Abbildung 13: Beispielkarte Stadt Luzern	21
Abbildung 14: Tourismusrayon Stadt Luzern	22
Abbildung 15: Raster Datenbedarf Raum	23
Abbildung 16: Struktur Factsheet Raum	23
Abbildung 17: Aufbau der Datenanalyse Gäste und Interpretation	26
Abbildung 18: Schätzungen zur Anzahl Tagesreisen/Tagesgäste (in Mio. pro Jahr)	42
Abbildung 19: Zusammenfassung der Schätzungen der Anzahl Tagesreisen/Tagesgäste (in Mio. pro Jahr)	43
Abbildung 20: Raster Gästetypen (ausgefüllt)	44
Abbildung 21: Datenquellen und -lücken Gästetypen	44
Abbildung 22: Datenquellen und -lücken Gästetypen: Fokus Schweiz	45
Abbildung 23: Datenquellen und -lücken Gästetypen: Fokus China	45
Abbildung 24: Factsheet China: Gruppe (Stadt, See, Berge, Shopping)	46
Abbildung 25: Factsheet China: Individual (Stadt, See, Berge, Shopping)	47
Abbildung 26: Factsheet Schweiz: Gruppe (Vereine)	48
Abbildung 27: Raster Raum	55
Abbildung 28: Daten zum Raum	55
Abbildung 29: Factsheet Raum: Beispiel Schwanenplatz	56
Abbildung 30: Besucherfluss chinesische Carreisende (Kurzaufenthalt Vormittag, Budgetgruppe)	57
Abbildung 31: Besucherfluss chinesische Carreisende (Kurzaufenthalt Nachmittag)	58
Abbildung 32: Besucherfluss chinesische Individualreisende mit einem Tagesausflug nach Luzern	59
Abbildung 33: Bevölkerungsbefragung Kanton Luzern	60
Abbildung 34: Übersicht über die Datenquellen	63
Abbildung 35: Datenerhebungskonzept: Übersicht	65
Abbildung 36: Datenerhebungskonzept: Vorschlag zum Datenbedarf, zu den Datengrundlagen und zur Frequenz und Intensität	68
Abbildung 37: Datenerhebung Gesamtsicht	77
Abbildung 38: Übersicht empfohlene Datenerhebungsmethoden	79

Management Summary

Die vorliegende Studie zur *Tourismusentwicklung von Stadt und Kanton Luzern* wurde vom Institut für Tourismuswirtschaft ITW der Hochschule Luzern – Wirtschaft im ersten Halbjahr 2019 durchgeführt. Sie wurde als vertiefende *Folgestudie zum Aspekt Tagestourismus* von Stadt und Kanton Luzern in Auftrag gegeben und baut auf den Erkenntnissen der *Vorstudie zur Tourismusentwicklung der Stadt Luzern* (ITW, 2018) auf. Hauptziel der Studie ist die Analyse, Einordnung, Plausibilisierung und Interpretation der *bestehenden Datenlage* zum Tagestourismus in Luzern. Dabei werden *Datenlücken* für ein umfassenderes Verständnis des Phänomens Tagestourismus identifiziert und eine *Datenstruktur* ausgearbeitet, aus welcher sich ein *Datenerhebungskonzept* mit potentiellen Erhebungsmethoden ableiten lässt.

Die bestehende *Datenlage* zum Tagestourismus ist ungenügend. Es gibt zwar eine Vielzahl von Studien und Erhebungen, diese wurden jedoch meist isoliert erhoben und lassen sich weder in zeitlicher noch räumlicher Hinsicht miteinander vergleichen oder verbinden, da sie mit verschiedenen Annahmen, Perimetern und Definitionen arbeiten. Zudem geben die Daten nur bedingt Aufschluss über das komplexe Phänomen des Tagestourismus und beschränken sich meist auf die Messung von Frequenzen, welche teils widersprüchlich sind oder eine hohe Bandbreite aufweisen. Zudem gibt es keine oder nur ungenügende Angaben über Herkunft, Aufenthaltsdauer, Verhalten, Ausgaben und Gruppengrösse der Tagestouristen.

Bei der Identifikation der *Datenlücken* und Erstellen einer *Datenstruktur* wurde ersichtlich, dass ein Fokus auf den Tagestourismus nicht sinnvoll ist. Vielmehr muss die Perspektive erweitert werden. Ein Tagestourist in der Stadt Luzern ist oft gleichzeitig ein Übernachtungsgast im Kanton Luzern oder in der Erlebnisregion Vierwaldstättersee.

Die Analysen haben ergeben, dass es sinnvoll ist, den Tagestourismus bzw. den Tourismus generell aus drei Perspektiven zu betrachten:

- *Betrachtungsweise Gäste:* Bei der gästekentrierten Betrachtungsweise ist es wichtig, die Komplexität und Vielfalt der Gäste Rechnung zu tragen. Die Gäste unterscheiden sich nicht nur in Tages- oder Übernachtungsgäste, sondern auch in Gruppen- und Individualreisende, in- und ausländische Gäste und in Bezug auf ihre Herkunft. Gestützt auf qualitative und quantitative Daten können aussagekräftigere Angaben zum Gästeverhalten, Entwicklungstendenzen sowie ihren Nutzen und ihre Problembereiche gemacht werden. Hier sind bereits fragmentierte Daten vorhanden. Mit einem relativ geringen empirischen Aufwand sowie Schätzungen und der Verbindung verschiedener Datenquellen können bestehende Lücken gezielt geschlossen werden.
- *Betrachtungsweise Raum:* Wie sich die Gäste im Raum bewegen, ist von zentraler Bedeutung für das Verständnis der Reisenden und den möglicherweise daraus resultierenden Problemen. Die Besucher bewegen sich in individuellen Erlebnisräumen unabhängig von politischen Grenzen. Die Studie empfiehlt eine Unterscheidung von vier Ebenen: Region, Agglomeration, Tourismusrayon und ausgewählte Plätze. Aus der Raumbetrachtung resultieren zusätzliche Anforderungen an den Datenbedarf. Die Zählung der Anzahl Personen bzw. Anzahl Fahrzeuge ist für das Verständnis des Tourismus in Luzern nicht ausreichend. Frequenzen überlagern sich im Raum: Tagestouristen, Übernachtungstouristen, andere Reisende wie Pendler, Langzeitarbeitende, Flüchtlinge und auch Einheimische gilt es voneinander abzugrenzen. Hier braucht es eine grundlegende Erweiterung von bestehenden Messungen, um mit zusätzlichen Methoden die variablen Besucherflüsse im Raum zu erfassen.
- *Betrachtungsweise Anspruchsgruppen:* Je nach Perspektive und Wahrnehmung der jeweiligen Anspruchsgruppe variiert die Einschätzung der Kosten und Nutzen. Es gibt weder eine homogene Sicht der Bevölkerung, noch eine einheitliche Einschätzung der Politik, der Wirtschaft, von anderen Reisenden und von weiteren Anspruchsgruppen. In diesem Bereich ist die Datenlage ungenügend. Es gibt praktisch keine validen Daten oder systematischen Erhebungen zur Befindlichkeit der Bevölkerung und der weiteren Anspruchsgruppen. Hier sehen die Autoren der Studie den dringendsten Handlungsbedarf.

Die Analysen haben auch gezeigt, dass es nicht sinnvoll ist, den Tagestourismus separat zu untersuchen. Vielmehr sollte der Tourismus aus der Gästeperspektive umfassend und integral betrachtet werden.

Auf Basis der Analysen der Datenlage und des Datenbedarfs wird anschliessend ein *Datenerhebungskonzept* vorgeschlagen, das auf bestehenden Daten und Studien aufbaut und ergänzt wird mit weiteren zielgerichteten Datenerhebungen. Unter Einbezug von existierenden Datenquellen kann eine differenziertere Datengrundlage erarbeitet werden, die in der Folge kontinuierlich und systematisch ausgewertet und ausgebaut werden kann. Vorgeschlagen wird ein Monitoring-System, das durch die Analyse zentraler Kennzahlen aussagekräftige Einschätzungen zur aktuellen touristischen Situation und der zukünftigen Entwicklung in Stadt und Kanton Luzern zulässt und dies in Bezug auf die Gäste, die Räume und die Anspruchsgruppen. Solche Kennzahlen sollten auf einer breit abgestützten Vision und einer daraus abgeleiteten Strategie sowie den identifizierten Problembereichen basieren, welche die langfristige Stossrichtung des Tourismus in der Erlebnisregion Luzern – Vierwaldstättersee vorgeben. Sie bilden zudem die Grundlage für allfällige gezielte Lenkungsmaßnahmen.

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Das starke Nachfragewachstum aus den asiatischen Märkten und die räumliche und zeitliche Konzentration der Besucherströme führen immer wieder zu Diskussionen um die zukünftige Entwicklung des Tourismus in Stadt und Kanton Luzern. Im Auftrag der Luzern Tourismus AG (LTAG) hat das Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern (ITW) eine Vorstudie zur Tourismusentwicklung in Luzern verfasst. Darin wurden unter anderem die zukünftige Entwicklung der Tourismusnachfrage, die Möglichkeiten zur Messung der Tourismusströme sowie mögliche Lenkungsmaßnahmen evaluiert. Damit Luzern das erwartete Nachfragewachstum bewältigen kann, empfiehlt die Vorstudie die Entwicklung einer langfristigen strategischen Ausrichtung des Tourismus in Luzern. Zudem sollen effektive und effiziente Massnahmen zur Lenkung der Touristenströme entwickelt werden. Die hierfür benötigten Datengrundlagen wurde als nicht ausreichend beurteilt, insbesondere in Bezug auf den Tagestourismus. Die Vorstudie empfiehlt deshalb, in einem nächsten Schritt genauer zu untersuchen, mit welchen Erhebungsmethoden und welchen Datenquellen das benötigte Wissen zum Tagestourismus erarbeitet werden kann.

1.2 Projektauftrag und Ziele

Im Kontext der Diskussionen um die zukünftige Tourismusentwicklung von Stadt und Kanton Luzern sind verschiedene Vorhaben geplant. So sind Visionsprozesse zur Tourismusentwicklung sowohl auf Ebene der Stadt als auch des Kantons Luzern vorgesehen. Des Weiteren ist eine Bevölkerungsbefragung geplant und es wird ein Konzept zu den Reisebussen erarbeitet.

Die Hochschule Luzern wird beauftragt, aufbauend auf der Vorstudie zur Tourismusentwicklung in Luzern, Grundlagen zu erarbeiten, die es ermöglichen, die aktuelle Situation in Bezug auf den Tagestourismus in Stadt und Kanton Luzern besser einzuschätzen und Vorschläge zu möglichen Erhebungsmethoden abzuleiten. Entsprechend wurden für die Studie folgende Ziele definiert:

- Analyse, Einordnung, Plausibilisierung und Interpretation der bestehenden Datengrundlagen zum Tagestourismus.
- Identifikation der Datenlücken für ein umfassenderes Verständnis des Phänomens Tagestourismus.
- Ableitung eines Datenerhebungskonzepts mit potenziellen Erhebungsmethoden.

Im Rahmen dieser Studie werden keine Daten erhoben. Es werden bestehende Daten analysiert und daraus fundierte Erkenntnisse zu den Strukturen des Tagestourismus abgeleitet. Zudem wird der Datenbedarf identifiziert und Vorschlag erarbeitet, welche Daten mit welchem Aufwand erhoben werden könnten, um die Datenlücken zu schliessen.

Bezüglich der räumlichen Abgrenzung ist zu berücksichtigen, dass Tagestouristen in der Stadt Luzern gleichzeitig statistisch als Übernachtungsgäste im Kanton Luzern erfasst werden können. Entsprechend gilt es situativ die Perspektive des Kantons einzunehmen und zu berücksichtigen, auch wenn der räumliche Fokus der Studie primär auf der Stadt Luzern liegt.

1.3 Vorgehen

Für die Bearbeitung der Fragestellungen wurde das folgende Vorgehen gewählt:

1	- Definition des Tagestourismus und Identifikation der relevanten Typen von Tagestouristen: Ausgehend von den offiziellen Definitionen des Tagestourismus in der Literatur werden verschiedene Typen von Tagestouristen in der Stadt Luzern identifiziert und beschrieben.
2	- Sichtung der verfügbaren Studien zum Tagestourismus in Stadt und Kanton Luzern: Erstellung einer tabellarischen Übersicht zum Tagestourismus mit Aussagen zur Ausrichtung, zum Untersuchungsgegenstand, zur Abgrenzung und zu den Quellenangaben.
3	- Datenanalyse: Analysieren und beschreiben der verfügbaren Datenquellen und Studien unter Einbezug von weiteren Quellen wie zum Beispiel Tourismus Monitor Schweiz (TMS) von Schweiz Tourismus, digitale Gästekarte Luzern sowie Angaben von touristischen Leistungsträgern.
4	- Interpretation und Kontextualisierung der Daten: Qualitative Erklärungsansätze der Daten. Unterscheidung in Bezug auf die räumliche und zeitliche Dimension. Erfassen von Herkunftsstruktur, Reismotiven, Reiseverhalten und Ausgabeverhalten zur Identifikation von Besucherflüssen und strategischen Geschäftsfeldern (vgl. Destinationsmanagement 3. Generation).

5	<p>- Bestimmung des zukünftigen Datenbedarfs und Ableitung einer Konzeption für zusätzliche Datenerhebungen: Aufzeigen der Wissenslücken und Ableitung des Datenbedarfs in Bezug auf die erforderlichen Aggregationsebenen, d.h. nach Gästegruppen (Herkunft, Reiseform), zeitlich (total pro Jahr, nach Saison, Wochentagen, Tageszeit) und räumlich (Standorte, Besucherflüsse, Mobilitätsmuster). Ableitung und Klärung der Anforderungen an zusätzliche Datenerhebungen aufgrund des Datenbedarfs und Erarbeitung einer Konzeption für die Datenerhebungen, allenfalls mit Optionen und soweit möglich inklusive einer Kostenschätzung.</p>
6	<p>- Regelmässige Validierung und Vernehmlassung der Zwischenergebnisse mit der Kern- und Begleitgruppe sowie Überarbeitung und Konkretisierung der Resultate.</p>

Kern- und Begleitgruppe

Regelmässige Sitzungen mit der Kern- und Begleitgruppe dienen der Validierung der erarbeiteten Ergebnisse.

Hochschule Luzern:

- Jürg Stettler, Leiter Institut für Tourismuswirtschaft
- Fabian Weber, Dozent und Projektleiter, Institut für Tourismuswirtschaft
- Florian Eggli, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für Tourismuswirtschaft
- Lukas Huck, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für Tourismuswirtschaft

Kerngruppe:

- Isabelle Kaspar, Projektleiterin Stab UMD, Stadt Luzern
- Roland Koch, Bereichsleiter Mobilität, Stadt Luzern
- Samuel Graf, Bereichsleiter Wirtschafts- und Regionalentwicklung Kanton Luzern
- Peter Weber, Beauftragter Wirtschaftsfragen, Stadt Luzern

Begleitgruppe:

- Patrick Abegg, Mobilitätskoordinator / Projekte und Kommunikation, Kanton Luzern
- Rosie Bitterli, Chefin Kultur und Sport, Stadt Luzern
- Urs Dossenbach, Projektleiter Kommunikation, Stadt Luzern (im Verteiler)
- Samuel Graf, Bereichsleiter Wirtschafts- und Regionalentwicklung, Kanton Luzern
- Sybille Haas, Wissenschaftliche Mitarbeiterin LUSTAT
- Mike Hauser, Hotel Schweizerhof (ab Sitzung 2)
- Isabelle Kaspar, Projektleiterin Stab UMD, Stadt Luzern
- Roland Koch, Bereichsleiter Mobilität, Stadt Luzern
- Adrian Leuenberger, Standortleiter Luzern, AKP
- Marcel Perren, Direktor LTAG
- Stefan Schulthess, Geschäftsführer SGV
- Samuel Urech, Angebotsplanung Verkehrsverbund Luzern (VVL)
- Peter Weber, Beauftragter Wirtschaftsfragen, Stadt Luzern

Aufgrund der vielfältigen Wechselwirkungen zwischen dem Tagestourismus und der Verkehrsproblematik erfolgt die Erarbeitung der Studie in enger Abstimmung mit der Umwelt- und Mobilitätsdirektion der Stadt Luzern.

1.4 Aufbau des Berichts

In der Einleitung werden die Ausgangslage, die Ziele und das Vorgehen erläutert (Kapitel 1). Kapitel 0 beinhaltet eine Definition des Tagestourismus sowie eine Einordnung in den touristischen Gesamtkontext, die helfen soll, das Phänomen Tagestourismus besser zu verstehen. Der Datenbedarf sowie die notwendigen unterschiedlichen Betrachtungsweisen werden in Kapitel 3 aufgezeigt und strukturiert. Kapitel 4 präsentiert, analysiert und interpretiert bestehende Studien und Datenquellen und beurteilt deren Nutzen mit Bezug auf den formulierten Datenbedarf. Daraus ergeben sich die wesentlichen Datenlücken, wovon wiederum die Möglichkeiten zur ergänzenden Datenerhebung abgeleitet werden (Kapitel 5).

Über den gesamten Bericht werden die Kapitel nach den drei Dimensionen «Gäste», «Raum» und «Anspruchsgruppen» strukturiert.

1. Einleitung

Was sind Ziele der Studie?

2. Tagestourismus

Was ist Tagestourismus?

3. Datenbedarf

Welche Daten werden benötigt?

4. Datenlage & Datenlücken

Welche Daten gibt es und wo sind die Lücken?

5. Datenerhebung

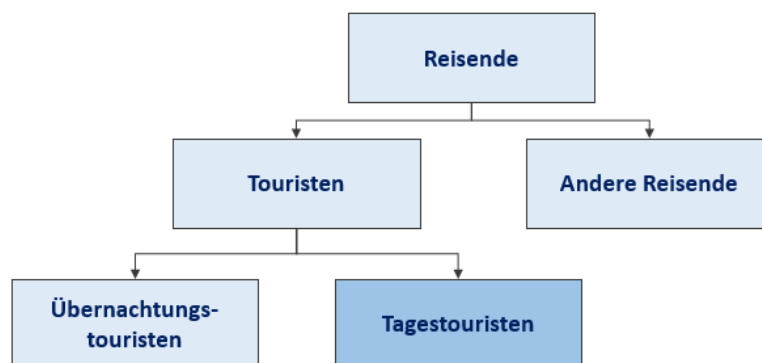
Welche Möglichkeiten zur Datenerhebung gibt es?

2. Tagestourismus

2.1 Definition Tagestourismus

Um die Tagestouristen einzugrenzen, können in einem ersten Schritt Touristen und andere Reisende unterschieden werden. Die Kategorie der anderen Reisenden beinhaltet u.a. Grenzgänger, Nomaden, Transitreisende, Flüchtlinge, im Ausland stationierte Militärpersonen, Diplomaten, Langzeitstudierende oder Pendler. Der Tourismus wird dabei im Ausschlussverfahren definiert und beinhaltet alle Reisenden, die nicht zu den vorgängig genannten Reisenden gehören.

Abbildung 1: Einordnung der Tagestouristen



Quelle: Eigene Darstellung

Innerhalb des Touristen kann zwischen Übernachtungstouristen und Tagestouristen unterschieden werden. Zur genaueren Abgrenzung der Tagestouristen können mehrere Merkmale beigezogen werden, die in verschiedenen Studien unterschiedlich zur Anwendung kommen. Dazu gehören folgende Merkmale:

- Reisezeit vom Wohnort zur Destination: z.B. 20 Min.
- Distanz zum Wohnort: z.B. 50 km
- Aufenthaltsdauer in der Destination: z.B. mind. 3 Stunden
- Regelmässigkeit: Ausschluss von Einkaufswegen, Schulwegen, etc.
- Subjektives Empfinden: nur wenn Befragte ihre Aktivitäten subjektiv als Tagesreise empfinden.

Der Duden definiert den Tagestouristen als „Tourist für die Dauer eines Tages“. Auch die UNO (2010) bezieht sich bei der Definition eines Tagestouristen (same day visitor) einzig auf die Übernachtung als wesentliches Unterscheidungsmerkmal.

Für die vorliegende Untersuchung wird eine umfassende Definition des Tagestourismus verwendet, die alle Tagesausflüge ohne Übernachtungen beinhaltet. Allerdings gibt es wesentliche Unterschiede in der Art und im Verhalten der Tagestouristen, sodass verschiedene Gästetypen unterschieden werden können (vgl. Kap. 0). Die Begriffe Tagestouristen und Tagesgäste werden in diesem Bericht synonym verwendet.

2.2 Herausforderungen bei der Erfassung des Tagestourismus

Die Situation zum Tagestourismus ist wenig bekannt und kaum dokumentiert. In Bezug auf die praktische Anwendbarkeit der Definition des Tagestourismus ergeben sich auch in Bezug auf die Datenerfassung sowie die verfügbaren Datengrundlagen verschiedene Herausforderungen.

1. Datenlage

Während Ankünfte und Übernachtungen (Logiernächte) von den Hotels erfasst und gemeldet werden müssen (Logiernächtestatistik des Bundesamts für Statistik), gibt es zum Tagestourismus keine zentral erfassten Daten. Dies hängt insbesondere mit den unterschiedlichen Aktivitätsmustern der Tagestouristen sowie dem grossen Datenerhebungsaufwand zusammen.

2. Unterschiedliche Definitionen

Die unterschiedlichen Konzepte zur Erfassung der Tagestouristen zeigen, dass die Abgrenzung für den betrachteten Fall jeweils individuell vorgenommen werden müssen. Das hat zur Folge, dass Daten von verschiedenen Stellen mit unterschiedlichen Methoden erhoben werden und somit die Vergleichbarkeit nicht gegeben ist.

3. Geographische Abgrenzung

Ein Übernachtungsgast im Kanton Luzern kann gleichzeitig ein Tagesgast in der Stadt Luzern sein. Entsprechend ist die Abgrenzung und der berücksichtigte Perimeter relevant bei der Analyse des Tagestourismus. Erschwerend kommt dazu, dass statistische Daten in der Regel nach politischen Einheiten erhoben werden, während sich Touristen unabhängig dieser Grenzen im Raum bewegen.

4. Überlagerung unterschiedlicher Gruppen

Bei einer räumlichen Betrachtung – insbesondere dicht frequentierter Standorte – überlagern sich verschiedene Gruppen (Einheimische, Pendler, Übernachtungstouristen, Tagestouristen). Während es für das Dichteproblem an einem Ort nicht primär relevant ist, ob es sich um Tagestouristen oder andere Personen handelt, ist die Information über die Anzahl und das Verhalten der unterschiedlichen Gruppen zentral, sobald es um die Bestimmung von Steuerungsmassnahmen geht.

2.3 Einordnung

Der Grund für eine vertiefte Betrachtung des Tagestourismus liegt hauptsächlich darin, dass im Gegensatz zu den Übernachtungsgästen in Hotels zu den Tagesgästen keine systematisch erhobenen Daten vorliegen. Trotzdem sollte der Tagestourismus nicht isoliert betrachtet werden.

Im Sinne einer Einordnung in die Diskussionen um die Tourismusentwicklung in Luzern und unter Berücksichtigung einer problem-zentrierten Betrachtung sollten u.a. folgende Aspekte beachtet werden:

- Als Querschnittsbranche hat der Tourismus Auswirkungen auf verschiedene politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Bereiche, wie zum Beispiel auf die Wirtschafts- und Ladenstruktur, den Verkehr, den Wohnraum und den öffentlichen Raum oder die Natur.
- Die Tagestouristen sind nur ein Teil einer Gesamtmenge, die auch Einheimische, Pendler sowie Übernachtungsgäste umfasst.
- Die möglichen Problembereiche sind vielfältig. Sie manifestieren sich in der Regel an wenigen Orten mit beschränkten Kapazitäten (Attraktionen, Sehenswürdigkeiten, öffentliche Plätze, Einkaufsgeschäfte), an denen es gleichzeitig zu einer räumlichen und zeitlichen Konzentration von Touristen kommt.
- Die Wahrnehmung und Beurteilung des (Tages-)Tourismus ist subjektiv und unterscheidet sich je nach Perspektive.
- Es wird in der Regel vor allem über Frequenzen (Anzahl) diskutiert. Eine entscheidende Rolle in der subjektiven Wahrnehmung der Problembereiche spielt aber auch das Verhalten der Gäste.
- Als Tagestouristen werden von vielen vor allem die Gruppentouristen in Reisebussen aus Fernmärkten (China) wahrgenommen, denen eine geringe Wertschöpfung und wenige Logiernächte in der Region zugeschrieben werden.
- Je nach Perspektive und Wahrnehmung führen Tagestouristen zu unterschiedlichen Herausforderungen / Problemstellungen sowie auch zu sozialen, ökonomischen und infrastrukturellen Nutzen.
- Touristen werden oft (vorschnell) in «gute» und «schlechte» Touristen eingeteilt, ohne Berücksichtigung des effektiven Nutzens oder der auftretenden Probleme.

Die Diskussion ist oft symptomgetrieben und der Tagestourismus wird oft verkürzt und verzerrt wahrgenommen. Entsprechend ist eine differenzierte Betrachtung der Ursachen nötig, um in einem späteren Schritt die richtigen Massnahmen entwickeln zu können. Für eine solche Betrachtung sind gut strukturierte und differenzierte Daten nötig.

2.4 Fazit

- Es bestehen verschiedene Definitionen zum Tagestouristen, die sich an Merkmalen wie Reisezeit, Anreisedistanz, Aufenthaltsdauer, Regelmässigkeit und subjektivem Empfinden orientieren.
- Für den vorliegenden Bericht wird eine umfassende Definition des Tagestourismus verwendet, die alle Tagesreisen ohne Übernachtungen beinhaltet.
- Als grundlegende Schwierigkeit wurde erkannt, dass eine Abgrenzung des Tagestourismus zwischen Stadt und Kanton nicht zielführend ist, da Übernachtungsgäste im Kanton Tagesgäste in der Stadt (und umgekehrt) sein können.
- Eine weitere Herausforderung stellt die Überlagerung bei Frequenzmessungen von Einheimischen, Pendlern, Übernachtungstouristen und Tagestouristen dar.
- Es können verschiedene Gästetypen von Tagestouristen unterschieden werden, die sich im Verhalten wesentlich unterscheiden.

3. Datenbedarf und Datenstruktur

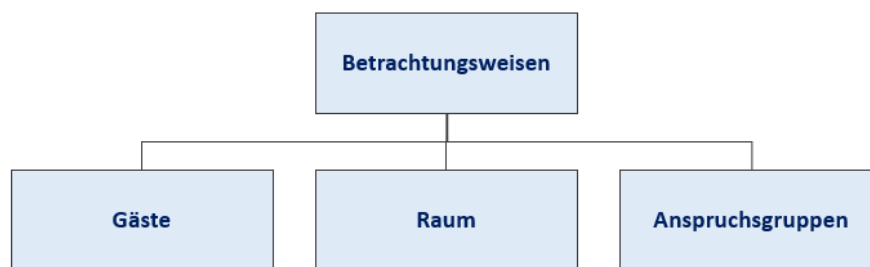
3.1 Einleitung

In diesem Kapitel wird untersucht, welche Daten zum Tagestourismus bereits bestehen. Daraus werden der relevante Datenbedarf und die Datenstruktur abgeleitet.

Für ein umfassendes Verständnis des Tagestourismus ist eine fundierte Datengrundlage notwendig. Damit stellt sich die Frage, welche Daten vorliegen müssen, nach welchen Kriterien diese systematisch erfasst und strukturiert werden können und welche Aussagen mit diesen Daten gemacht werden sollen.

Das Verfolgen eines problem-zentrierten Ansatzes hilft, den Datenbedarf zu strukturieren und zu priorisieren. Dabei sind differenzierte Daten in Bezug auf die folgenden drei Betrachtungsweisen relevant.

Abbildung 2: Einordnung der Tagestouristen



Quelle: Eigene Darstellung

Betrachtungsweisen:

- **Gäste:** Betrachtung von Typen von Tagesgästen, die ein unterschiedliches Verhalten aufweisen und zu unterschiedlichen Nutzen und Problemen führen (Kapitel 0).
- **Raum:** Räumliche Betrachtung, da sich die Herausforderungen und Probleme in bestimmten Räumen manifestieren und räumliche Informationen für das Planen allfälliger Lenkungsmassnahmen zentral sind (Kapitel 3.3).
- **Anspruchsgruppen:** Betrachtung von Anspruchsgruppen, da die Bewertung von Nutzen und Problemen des Tourismus von der Wahrnehmung und Beurteilung der Bevölkerung und weiterer Anspruchsgruppen abhängt (Kapitel 3.4).

Der Datenbedarf wird in diesem Kapitel strukturiert nach den drei Betrachtungsweisen Gäste, Raum und Anspruchsgruppen erläutert.

3.2 Betrachtung nach Gästen

3.2.1 Übersicht über die Gästebetrachtung

Es gibt verschiedene Möglichkeiten und Varianten für eine Typologisierung der Tagestouristen. In Zusammenarbeit mit der Kern- und Begleitgruppe wurde das Schema als am geeignetsten beurteilt, das die Gäste nach den drei Merkmalen «Gruppe/Individual», «Herkunft» sowie «Motive» unterscheidet.

Dieses Typologisierung-Schema umfasst die relevanten Gästetypen und kann als Erhebungsgrundlage für einen längerfristigen Zeitraum dienen. Gleichzeitig erlaubt die Typologisierung bei Bedarf einfache Anpassungen oder Ergänzungen.

Die vorgeschlagene Typologisierung ist mehrstufig und hierarchisch angelegt (vgl. Abbildung 3). Aus Übersichts- und Ressourcengründen wird eine Beschränkung der Anzahl Typen vorgeschlagen.

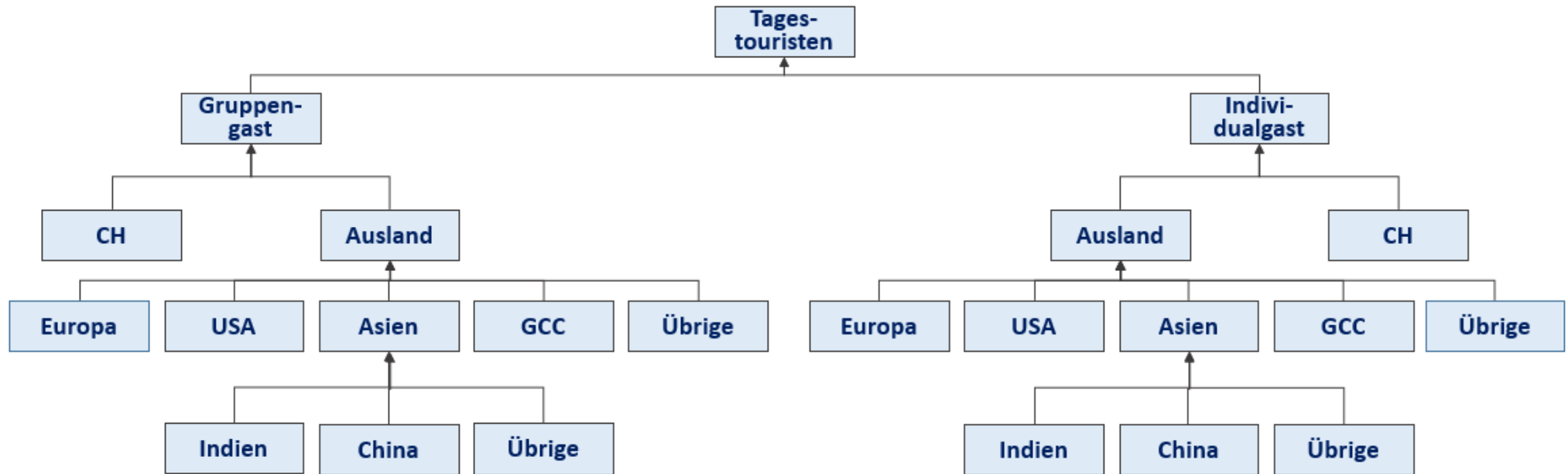
Die Auswahl der Typen wurde unter anderem aufgrund des Reiseverhaltens und des vermuteten Wachstums- sowie Konfliktpotenzials getroffen.

Die Typologie umfasst die folgenden Abstufungen:

Typologie des Tagestourismus (Abbildung 3)

- **Stufe 1: Tagestourist:** Der Tagestourist wird vom Übernachtungsgast differenziert und beinhaltet alle Reisen ohne Übernachtung.
- **Stufe 2: Gruppen- und Individualgast:** Das Reiseverhalten von Gruppen- und Individualgästen unterscheidet sich meist in Bezug auf die Reisedauer, das Ausgabeverhalten sowie weitere Merkmale.
- **Stufe 3: Differenzierung nach Herkunft** Das Reiseverhalten und die Wahrnehmung in der Bevölkerung können je nach Herkunft variieren: Schweizer und ausländische Tagesgäste, Ausländische Tagesgäste nach Weltregionen sowie asiatische Märkte nach Nationalität.

Abbildung 3: Gästetypen Tagestourismus



Quelle: Eigene Darstellung

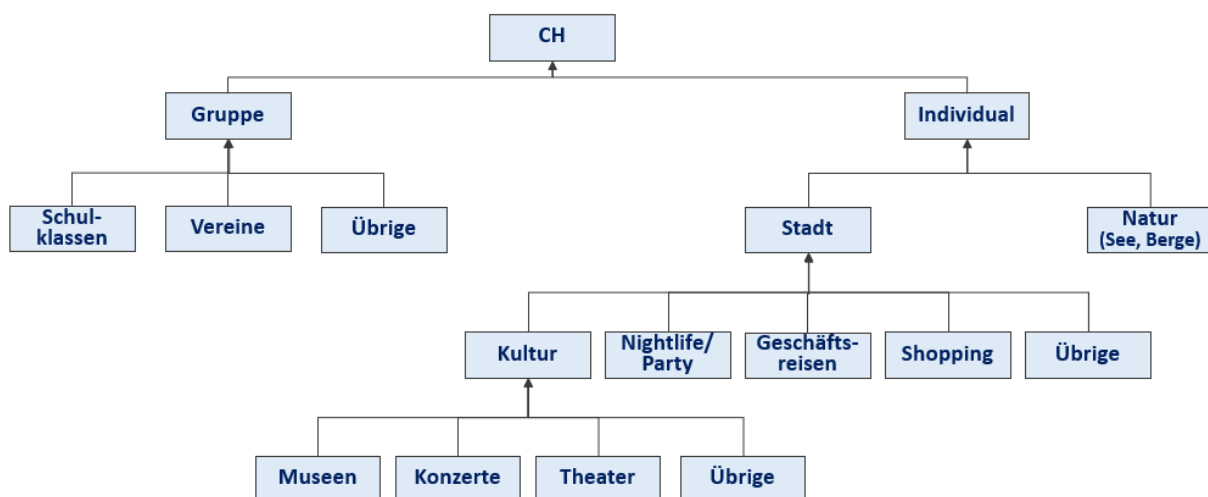
Im nächsten Schritt können einzelne Typen ausführlicher beschrieben und analysiert werden. In der vorliegenden Studie wird ein spezieller Fokus auf den Schweizer sowie auf den chinesischen Tagestouristen (Mainland China, Hong Kong und Taiwan) gelegt. Die Schweizer Tagestouristen machen zahlenmässig mit Abstand den grössten Anteil der Tagestouristen aus. Die chinesischen Tagestouristen sind von besonderem Interesse wegen ihrem vorwiegenden Auftreten in Gruppen, ihrem gleichen Reiseverhalten, das zu einer starken räumlichen und zeitlichen Konzentration der Besucherströme führt, den kulturellen Unterschieden sowie dem starken bisherigen und zukünftigen Wachstum. Bei Bedarf kann der Fokus auf weitere Segmente wie beispielsweise Indien oder die Golfstaaten (GCC) ausgeweitet werden.

Die Typologie der Gäste mit Fokus Schweiz wird wie folgt aufgebaut.

Gästetyp Schweiz (Abbildung 44)

- **Stufe 1: Gruppen- und Individualgäste**
Ab einer Gruppengrösse von 7 Personen wird von *Gruppenreisen* gesprochen, ansonsten von *Individualreisen* (bei China wird noch weiter differenziert).
- **Stufe 2: Differenzierung nach Motiven**
 - Gruppenreisende: Gruppenreisende können *Schulklassen*, *Vereine* oder *Übrige* (Familienausflüge, Vereinigungen, Geschäftsreisen) umfassen.
 - Individualreisende: Individualreisende werden nach den Motiven *Stadt* oder *Natur* unterschieden, wobei es zu beachten gilt, dass auch der Naturreisende die Stadt besuchen (Ausgangspunkt für Ausflüge auf Land bzw. Naturerlebnis am See mit Fernsicht auf Berge in der Stadt).
- **Stufe 3 Differenzierung der städtischen Individualgäste nach Reisemotiven**
Unterscheidung nach Reisemotiven wie *Kultur*, *Nightlife/Party*, *Geschäftsreisen*, *Shopping* und *Übrige* (wie Sportevents, Fasnacht, etc.)
- **Stufe 4: Differenzierung der Kulturgäste nach Kulturmotiven**
Die Kulturreisenden werden nach *Museen* (Kunstmuseum, Rosengart, Verkehrshaus, etc.), *Konzerte* (Südpol, Lucerne Festival, Schüür, etc.), *Theater* (Kleintheater, Luzerner Theater, Treibhaus, etc.) unterschieden. *Übrige* umfassen unter anderem Festivals (wie Blue Balls, Honky Tonk, Lichtfestival LILU, etc.).

Abbildung 4: Gästetyp Fokus Schweiz



Quelle: Eigene Darstellung

Analog zur Typologie mit Fokus Schweiz wird die Typologie mit Fokus China strukturiert.

Gästetyp China (Abbildung 55)

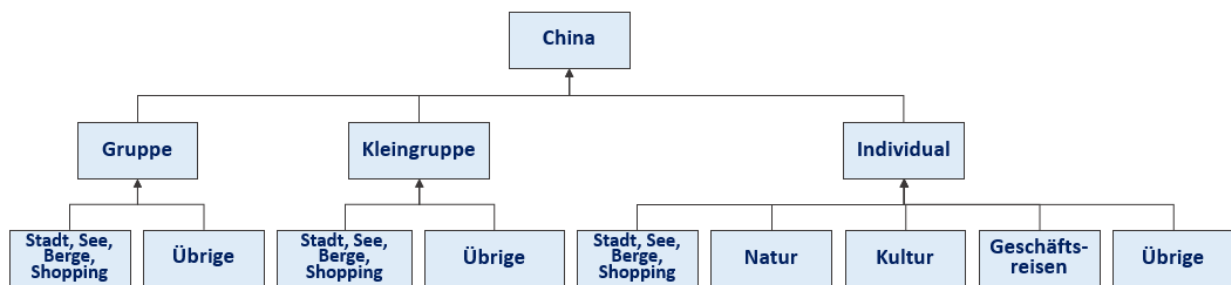
- Stufe 1: Differenzierung nach Gruppe, Kleingruppe und Individualgäste

Wie der Schweizer Reisemarkt wird auch der chinesische Reisemarkt in *Gruppe* (20-45 PAX) und *Individual* (1-6 PAX) eingeteilt. Zusätzlich wird beim Chinesischen Markt auch noch die Kategorie *Kleingruppe* (7-19 PAX) eingeführt, um dieser hybriden Form des Reisens (kleiner Reisebus mit Driver-Guide und halb-strukturierter Route) gerecht zu werden.

- Stufe 2: Differenzierung nach Reisemotiven

- Gruppen: Die chinesischen Gruppenreisenden unterscheiden sich primär in solche mit den Hauptmotiven *Stadt, See, Berge und Shopping* sowie in *Übrige* (wie Geschäftsreisende, politische Delegationen und Vereine/Institutionen, wie Sportmannschaften, Orchester, etc.)
- Individual: Der chinesische Individualreisende unterscheidet sich nach dem Hauptmotiv *Stadt, See, Berge und Shopping* sowie weiteren Motiven wie *Natur* (Wandern, reine Luft, hohe Wasserqualität), *Kultur* (Konzerte, Theater, Museen), *Geschäftsreisen* (Besuch Partnerfirma, Meeting, Kongresse) und *Übrige* (wie beispielsweise Luxusreisende, Kulinarik, Medizinaltourismus etc.)

Abbildung 5: Gästetyp Fokus China



Quelle: Eigene Darstellung

Die Typologisierung der Tagesgäste ermöglicht es, bei geplanten Datenerhebungen gezielt Informationen zu den relevanten Typen zu generieren und so im Idealfall auch Entwicklungen über einen längeren Zeitraum mitverfolgen zu können.

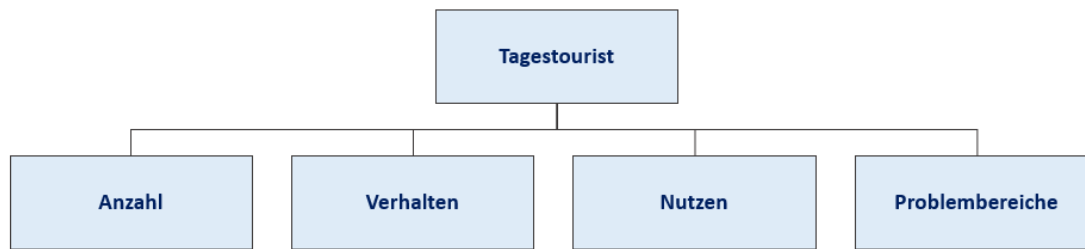
3.2.2 Datenbedarf Gästetypen

Der Datenbedarf zu den aufgeführten Typen umfasst verschiedene Merkmale. Die oft verkürzt geführten Diskussionen rund um die touristische Entwicklung in Luzern konzentrieren sich auf die Anzahl (chinesischer) Gruppentouristen. Eine vertiefte und objektive Diskussion erfordert eine differenziertere Betrachtungsweise der Tagestouristen. Neben der Anzahl der Touristen müssen weitere Fragen berücksichtigt werden wie zum Beispiel:

- Wie verhalten sich die unterschiedlichen Gästesegmente?
- Wie verhalten sich die Gruppen- gegenüber den Einzelreisenden?
- Wie verhalten sich die Tagestouristen aus den verschiedenen Herkunftsländern?
- Wo wird die Wertschöpfung in der Region (und ausserhalb der Stadt) generiert?
- Welche Probleme können auftreten?

Um zu bestimmen, welche Gäste erwünscht sind und gezielt gefördert werden sollen, braucht es ein vertieftes Verständnis der Frequenzen, der Bewegungsmuster, des Ausgabeverhaltens sowie der Problembereiche und des Konfliktpotenzials. Entsprechend interessieren mit Bezug auf die Tagestouristen nicht nur die Anzahl der Gäste, sondern auch ihr Verhalten sowie die Nutzendimensionen und allfälligen Problembereiche.

Abbildung 6: Datenbedarf Tagestouristen



Quelle: Eigene Darstellung

Konkret gibt es einen Datenbedarf in Bezug auf Informationen zu folgenden Merkmalen:

- **Anzahl:** Die Anzahl Personen, die diesem Typ zugeordnet werden können, werden aufgrund bestehender Daten abgeleitet resp. mit Experten geschätzt.
- **Anteil:** Der prozentuale Anteil an der Gesamtzahl Tagestouristen wird mit Experten geschätzt.
- **Entwicklung:** In Hinblick auf das Ergreifen zukunftsfähiger Massnahmen ist die voraussichtliche zukünftige Entwicklung des Typs entscheidend. Das Wachstumspotenzial wird aufgrund bisheriger Trends und der Einschätzung von Experten geschätzt.
- **Nutzen:** Das Ausgabeverhalten in Bezug auf die Tagesausgaben und Preissensitivität der unterschiedlichen Gästegruppen und die daraus resultierende Wertschöpfung werden für die Einschätzung des Nutzens berücksichtigt.
- **Problembereiche:** Das Konfliktpotenzial resp. die Relevanz für die Diskussion um die Tourismusentwicklung kann in verschiedene Dimensionen potenzieller Beeinträchtigungen untergliedert werden, wie beispielsweise: Örtliche Konzentration, zeitliche Konzentration, Gruppengrösse, Reiseverhalten, kulturelle Aspekte, Wachstum, Kapazitätsgrenzen (maximal total/Jahr respektive Frequenzen/Zeit), Lenkbarkeit, Zufriedenheit der Bevölkerung.

Die folgenden Raster führen die einzelnen Typen zusammen mit den Merkmalen zum Datenbedarf. Im Idealfall könnten die Raster mit den einzelnen Merkmalen für alle definierten Typen beschrieben werden.

Abbildung 7: Gästetypen Raster Übersicht

Typologie Tagestourist				Bewertung	
	Anzahl	Anteil	Entwicklung	Nutzen	Problembereiche
	Zahl/Schätzung	Anteil in %	Tendenz	Skala 1-6	Skala 1-6
Tagestourist					
Gruppengast					
Individualgast					
Gruppengast - Schweiz					
Gruppengast - Ausland					
Individualgast - Schweiz					
Individualgast - Ausland					
Gruppengast - Europa					
Gruppengast - USA					
Gruppengast - Asien					
Gruppengast - Übrige					
Individualgast - Europa					
Individualgast - USA					
Individualgast - Asien					
Individualgast - Übrige					
Gruppengast - China					
Gruppengast - Indien					
Gruppengast - Übrige					
Kleingruppe - China					
Kleingruppe - Indien					
Kleingruppe - Übrige					
Individualgast - China					
Individualgast - Indien					
Individualgast - Übrige					

Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 8: Gästetypen Raster Schweiz

Typologie Fokus Schweiz							Bewertung	
				Anzahl	Anteil	Entwicklung	Nutzen	Problembereiche
				Zahl/Schätzung	Anteil in %	Tendenz	Skala 1-6	Skala 1-6
Schweiz Tagestourist								
Schweiz Gruppe								
Schulklassen								
Vereine								
Übrige								
Schweiz Individual								
Natur (See, Berge)								
Nightlife/Party								
Geschäftsreisen								
Shopping								
Übrige								
Stadt								
Kultur								
Museen								
Konzerte								
Theater								
Übrige								

Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 9: Gästetypen Raster China

Typologie Fokus China					Bewertung	
		Anzahl	Anteil	Entwicklung	Nutzen	Problembereiche
		Zahl/Schätzung	Anteil in %	Tendenz	Skala 1-6	Skala 1-6
China Tagestourist						
China	China Gruppe					
	Gruppe	Stadt, See, Berge, Shopping				
		Übrige				
	China Kleingruppe					
	Kleingruppe	Stadt, See, Berge, Shopping				
		Übrige				
	China Individual					
	Individual	Stadt, See, Berge, Shopping				
		Natur				
		Kultur				
Geschäftsreisen						
Übrige						

Quelle: Eigene Darstellung

3.2.3 Factsheets Gästetypen

Mit einem detaillierten Factsheet können ausgewählte Typen quantitativ und qualitativ beschrieben werden. Diese Beschreibung wird nur für relevante Typen bestimmter Länder erstellt. Die Beschreibung erfolgt in sechs Dimensionen, die folgende Aspekte umfassen.

Abbildung 10: Struktur Factsheet Gästetypen

Name/Typ:	Hierarchische Einordnung in Gästetypen-Raster (Z.B. Schweiz – Gruppe – Vereine)
Beschreibung	Beschreibung des Typs durch Verhalten, Motive und weitere Merkmale.
Anzahl	Quantitative Angaben zu Anzahl und Anteil, Grösseneinordnung in Datengerüst. Frequenzzahlen, Kontextualisierung, inkl. Entwicklungstendenz.
Verhalten	Räumliche Verteilung des Typs (Ebene Quartier bzw. konkrete Orte) sowie zeitliche Raumnutzung (nach Saison, Monat, Tag, Uhrzeit).
Nutzen	Ökonomischer Nutzen (wie zum Beispiel durchschnittliche Tagesausgaben), Gesellschaftlicher Nutzen (Bereicherung sozialer Kontakte, interkultureller Austausch), Infrastruktur Nutzen (touristische Infrastruktur, verkehrstechnische Erschliessung) sowie übriger Nutzen (Ausbau kulturelles Angebot, gastronomische Angebotsvielfalt, etc.), welche für eine breite Bevölkerung von Luzern von Bedeutung sind.
Problembereiche	Mögliche Konfliktpotentiale und Problembereiche, wie hohe örtliche und zeitliche Konzentration, Gruppengrösse, kulturelle Aspekte, Wachstum, Verhalten, Kapazitätsgrenzen (Max total/ Jahr resp. Frequenzen / Zeit), Lenkbarkeit, Zufriedenheit der Bevölkerung.
Datenquellen	Angabe der zur Verfügung stehenden Datenquellen wie Studien, Zeitreihen, etc.
Datenlücken	Angabe der fehlenden Angaben für eine qualifizierte Beschreibung der Gästetypen.
Weitere Attribute	Spezielle Merkmale, welche den Typ weiter auszeichnen, und weitere Bemerkungen.

Quelle: Eigene Darstellung

Die Beschreibung soll möglichst konkret auf die einzelnen Typen eingehen und diese idealtypisch beschreiben.

3.3 Räumliche Betrachtung

3.3.1 Einführung

Informationen über das räumlich-zeitliche Verhalten der Besucher sind zentral für das Verständnis der Besucherströme, beliebter Kombinationen von Aktivitäten sowie für das Eruiere der besonders stark frequentierten Räume. Sie bilden eine wichtige Grundlage für allfällige Steuerungsmassnahmen.

Die Wahrnehmung von Tourismusdichte und -intensität ist in der Regel mit spezifischen Standorten verbunden. Entsprechend kann eine Unterteilung nach unterschiedlichen neuralgischen Standorten (Hotspots) interessant sein.

Bei der Typologisierung nach Raum/Standort ist zu beachten, dass nicht nur Touristen, sondern auch andere Reisende (Pendler) und Einheimische die Frequenzen im Raum mitbestimmen und sich das Verhältnis der verschiedenen Gruppen örtlich und zeitlich verschieben kann.

Die Abbildung 11 zeigt die verschiedenen Besucher bei einer Betrachtung der Frequenzen im Raum sowie die Einordnung der Tagestouristen.

Abbildung 11: Besucher (Frequenzen) im Raum



Quelle: Eigene Darstellung

Eine räumliche Betrachtung ist aus folgenden Gründen wichtig:

- Das ähnliche Reiseverhalten von bestimmten Gästetypen (insb. den chinesischen Reisenden) führt zu einer räumlichen und zeitlichen Konzentration der Besucherströme. Dies führt wiederum zu Kapazitätsproblemen an bestimmten Orten und Attraktionspunkten.
- Je nach räumlicher Abgrenzung und Perspektive ergibt sich ein anderes Bild des Tagestourismus. So wird beispielsweise der Übernachtungsgast in der Region zum Tagestourist in Luzern oder umgekehrt. Und wenn der Raum grösser abgegrenzt wird, wird auch der Anteil der übernachtenden Gäste grösser und der Anteil der Tagesgäste wird kleiner.

Als Basis für die Diskussion um mögliche Lenkungsmassnahmen hilft spezifisches Wissen über das Touristenaufkommen an neuralgischen Punkten sowie über die Besucherflüsse.

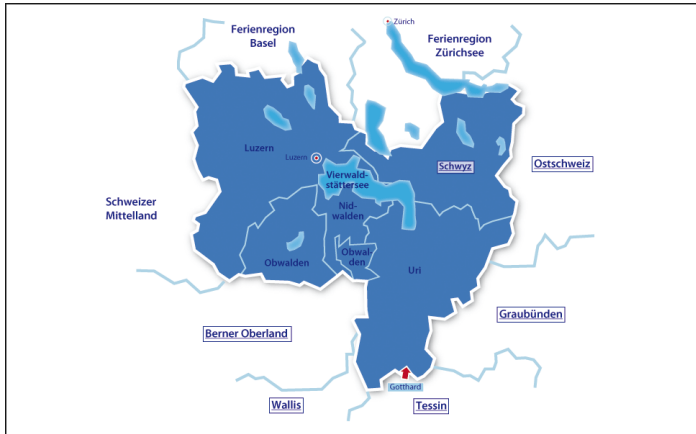
3.3.2 Übersicht über die räumliche Betrachtung

Je nach Informationsbedarf sind unterschiedliche räumliche Betrachtungsebenen relevant, wobei sich die Gäste und Besucherflüsse nicht an politischen Grenzen orientieren, sondern an Erlebnisräumen. Grob können folgende Betrachtungsebenen unterschieden werden:

- Region: Erlebnisregion Luzern Vierwaldstättersee
- Agglomeration: Agglomerationsraum Stadt Luzern
- Tourismusrayon: Tourismuszone Stadt Luzern
- Plätze: Spezifische touristische Plätze und Attraktionen

Region: Die Erlebnisregion Luzern – Vierwaldstättersee umfasst alle Kantone rund um den Vierwaldstättersee. Diese Ebene ist relevant für die Besucherlenkung auf der Makroebene und auch weil ein Übernachtungsgast in der Region auch ein Tagesgast in der Stadt sein kann und umgekehrt. Des Weiteren ist diese Perspektive interessant für den Kanton als Mit-Auftraggeber dieses Berichts.

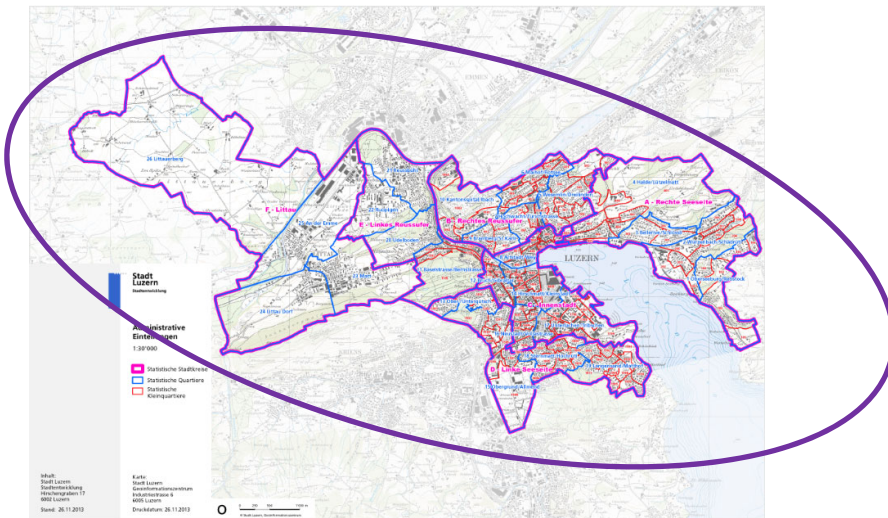
Abbildung 12: Beispielkarte Erlebnisregion Luzern - Vierwaldstättersee



Quelle: Wetterstation Liestal

Agglomeration: Die unterschiedlichen administrativen Einteilungen entsprechen der statistischen Einteilung von LUSTAT, aus Gästesicht geht der Erlebnisraum über die Stadtgrenzen hinaus, da sich diese nicht an den politischen Grenzen orientieren. Diese Ebene ist zudem relevant, da die relevanten Anspruchsgruppen aus Sicht der Stadt hier verortet werden können.

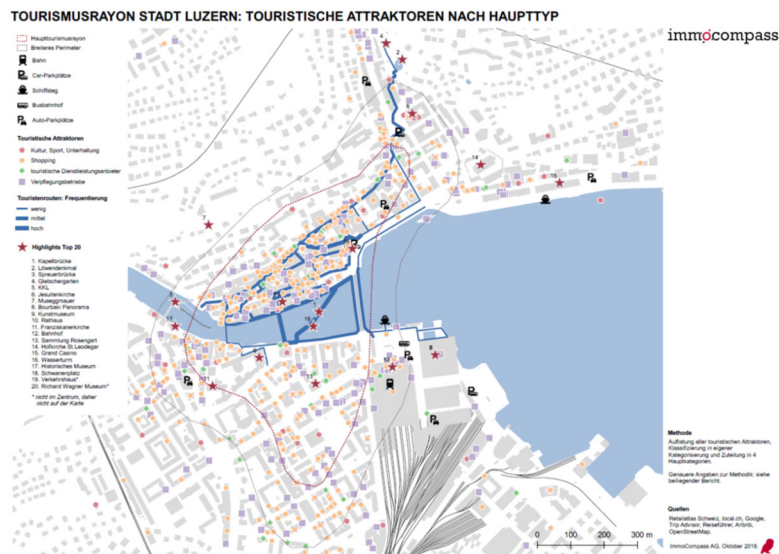
Abbildung 13: Beispielkarte Stadt Luzern



Quelle: LUSTAT (<https://www.lustat.ch/services/lexikon/raumgliederungen/stadtkreise-und-quartiere>)

Tourismusrayon: Der von der Stadt Luzern definierte Tourismusrayon zeichnet sich durch seine Dichte an Sehenswürdigkeiten und touristischen Dienstleistungen aus. Diese Perspektive ist relevant, da sich die Probleme in der Regel auf dieser Ebene manifestieren und Steuerungs- und Lenkungsmassnahmen in Bezug auf die Besucherflüsse vor Ort normalerweise auf dieser Ebene bereits ergriffen werden (z.B. Car-Regulierung am Schwanenplatz) oder ergriffen werden müssen.

Abbildung 14: Tourismusrayon Stadt Luzern



Quelle: immocompass

Plätze: Das Tourismusaufkommen an einzelnen spezifischen Plätzen und Attraktionen ist von besonderem Interesse, da es zu hohen zeitlichen und räumlichen Konzentrationen kommt. Zu diesen gehören insbesondere: Schwanenplatz, Löwenplatz und der Bahnhof (inkl. Inseli).

3.3.3 Datenbedarf für die räumliche Betrachtung

Der Datenbedarf für die räumliche Betrachtung beinhaltet verschiedene Merkmale und erfordert eine differenzierte Betrachtungsweise. Es interessieren insbesondere Fragen wie zum Beispiel:

- Wie viele Personen befinden sich zu bestimmten Zeiten an bestimmten Orten?
- Wie sehen die Besucherströme der Tagesgäste aus? Welche Attraktionen werden kombiniert?
- Wo, an welchen Orten, kommt es zu hohen Besucherkonzentrationen?
- Wann kommt es zu hohen Besucherkonzentrationen?
- Welches ist der Anteil (Tages-)Touristen (bei Frequenzzählungen)?

Es braucht ein vertieftes Verständnis über die Frequenzen im Raum, die Bewegungsmuster der Gäste, die neuralgischen Routen und Orten. Darüber hinaus interessieren die Besucherströme (auch in Hinblick auf eine mögliche Entflechtung) sowie das Tourismusaufkommen an einzelnen Orten. Der Datenbedarf kann in folgende Merkmale unterteilt werden:

- Wer: Beschreibung
- Wie viel: Anzahl, Aufteilung, Anteil Tagestouristen
- Wann: Zeitlicher Verlauf
- Wo: Besucherflüsse
- Datenquellen

Das folgende Raster kombiniert die Raumperspektive mit den Merkmalen zum Datenbedarf. Im Idealfall kann der Raster mit den einzelnen Merkmalen für die definierten Räume beschrieben werden. Welche Räume/Attraktionen/Standorte betrachtet werden, ist abhängig vom zu untersuchenden Perimeter. Für die Stadt Luzern stehen wohl insbesondere der Tourismusrayon sowie der Schwanenplatz im Vordergrund.

Abbildung 15: Raster Datenbedarf Raum

Attraktionen/ Standorte	Wie viel?				Wann?	Wo?
	Anzahl (Zahl, Schätzung)				(zeitlich)	(räumlich)
	Einwohner	Pendler	Übernach- tungsgäste	Tagesgäste	Jahres-, Wochen-, Tagesverlauf	Ort, Besucherfluss
Schwanenplatz						
Löwenplatz						
Bahnhof (Inseli)						

Quelle: Eigene Darstellung

3.3.4 Factsheets räumliche Betrachtung

Mit einem detaillierten Factsheet können ausgewählte Räume beschrieben werden. Die Beschreibung erfolgt in sechs Dimensionen, die folgende Aspekte umfassen.

Abbildung 16: Struktur Factsheet Raum

Raum	Einordnung in Raum-Raster (geographische Lokalisierung)
Beschreibung	Beschreibung des Raums, der Attraktionen und der Besucher.
Verhalten	Räumliche Verteilung, Besucherströme und Routen sowie zeitliche Verteilung und Spitzen (nach Saison, Monat, Tag, Uhrzeit).
Anzahl	Quantitative Daten, Frequenzen
Attraktivität	Beschreiben der Attraktivität des Standorts/Raumes in Bezug auf Aufenthaltsattraktivität, Raumnutzung (Branchenmix, Besucherstruktur) und mögliche Aktivitäten.
Intensität/ Dichte	Beschreiben Intensität und Dichte der Nutzung (Übernutzung).
Wertschöpfungsintensität	Beschreiben und Einschätzen der Wertschöpfungsintensität sowie der profitierenden Branchen/ Unternehmen.
Kapazität	Beschreiben der Kapazitäten sowie der Lenkbarkeit der (touristischen) Besucherströme.
Datenquellen	Angabe der zur Verfügung stehenden Datenquellen wie Eintritte, Zeitreihen, etc.
Weitere Attribute	Spezielle Merkmale welchen den Raum weiter auszeichnen.

Quelle: Eigene Darstellung

Die Beschreibung soll möglichst konkret auf den Raum eingehen und diesen idealtypisch beschreiben.

3.4 Betrachtung der Anspruchsgruppen

3.4.1 Übersicht über die Anspruchsgruppen

Weil die Anzahl und das Verhalten der Touristen und die daraus resultierenden Besucherströme im Raum von den verschiedenen Anspruchsgruppen unterschiedlich wahrgenommen und beurteilt werden, ist es von zentraler Bedeutung, Informationen und Daten seitens der relevanten Anspruchsgruppen zu erheben.

Die Wahrnehmung und Einschätzung aus den unterschiedlichen Perspektiven der verschiedenen Anspruchsgruppen bildet die Grundlage für eine Gesamtbeurteilung der Problembereiche des Tourismus sowie allfällige daraus abgeleitete Massnahmen. Allerdings ist auch hier eine differenzierte Betrachtung erforderlich, da die einzelnen Anspruchsgruppen, wie z.B. die Bevölkerung, keine homogenen Gruppen sind.

Die nachfolgende Aufstellung stellt keine abschliessende Betrachtungsweise dar. Diese wird parallel zu der Erarbeitung des vorliegenden Berichts durch die Stadt Luzern (Peter Weber) erarbeitet. Um Doppelspurigkeiten zu vermeiden, wird untenstehend lediglich mit einem Platzhalter gearbeitet, welcher nach Validierung der Anspruchsgruppen seitens Stadt Luzern mit der offiziellen Version ersetzt werden kann, sofern dies seitens Auftraggeber erwünscht ist.

Relevante Anspruchsgruppen des Tourismus in der Stadt und im Kanton Luzern

- Bevölkerung:
 - Stadt Luzern:
 - differenziert nach Quartieren
 - Quartiervereine
 - Kanton Luzern:
 - differenziert nach Tourismusregionen
- Wirtschaft/Tourismus:
 - Hotellerie:
 - Hotels
 - Luzern Hotels
 - Museen
 - Event-Organisatoren
 - Luzern Tourismus AG
 - Öffentlicher Verkehr:
 - Unternehmen (vbl, zb, SBB etc.)
 - Verkehrsverbund Luzern (vvl)
 - Gewerbe:
 - Unternehmen (KMU)
 - City Vereinigung
 - Gewerbeverband
- Touristen:
 - Individualgäste und Gruppengäste
 - Übernachtende Gäste und Tagesgäste
- Politische Parteien

3.4.2 Datenbedarf zu den Anspruchsgruppen

Der Datenbedarf zu den Anspruchsgruppen ist vielfältig. Für eine differenzierte Bewertung interessieren zum Beispiel folgende Fragen:

- Wie schätzt die Bevölkerung den Tagestourismus und den Tourismus generell ein?
- Wie schätzen touristische und nicht-touristische Leistungsträger, Stadtverwaltung und Interessengruppen (Quartiervereine etc.) den Tagestourismus ein?
- Wie beurteilen die anderen Gäste und Besucher die Aufenthaltsqualität und den Tagestourismus (z.B. in Bezug auf die chinesischen Gruppentouristen)?

In Bezug auf die Bevölkerung beinhaltet der Datenbedarf unter anderem (nicht abschliessend):

- Einschätzung des Tourismus sowie einzelner Tourismussegmente
- Beurteilung des Nutzens und der Problembereiche mit Bezug auf bestimmte Orte, bestimmte Zeiten und bestimmte Gästesegmente
- Sozio-demographische Merkmale, Wohnort, Arbeitsort, Tourismusbewusstsein (zur Prüfung von Zusammenhängen)

3.4.3 Anspruchsgruppen Factsheets

Auch bestimmte Anspruchsgruppen und deren Erwartungen und Einschätzungen können mit einem Factsheet dokumentiert werden. Der Vergleich der Einschätzungen unterschiedlicher Anspruchsgruppen kann wertvolle Informationen liefern sowohl im Hinblick auf den Visionsprozess als auch im Hinblick auf allfällige zu planende Massnahmen. Im Rahmen dieser Studie zum Tagestourismus sollen keine Factsheets zu den Anspruchsgruppen ausformuliert werden.

3.5 Fazit

- Die Diskussion um den Tourismus und den Tagestourismus wird oft verkürzt und mit ungenügender Faktenslage geführt. Eine differenzierte Betrachtung des Phänomens ist daher zentral.
- Verschiedene Typen von Tagestouristen weisen ein unterschiedliches Verhalten auf und führen zu einem unterschiedlichen Nutzen resp. unterschiedlichen Problemen. Deshalb ist es notwendig die Gäste nach verschiedenen Gästetypen zu unterscheiden. Dabei interessiert nicht nur die Anzahl Gäste, sondern vielmehr auch deren Verhalten.
- Die Herausforderungen manifestieren sich im Raum. Räumliche Informationen für das Planen allfälliger Lenkungsmassnahmen sind daher zentral. Zudem braucht es eine Unterscheidung verschiedener räumlicher Ebenen.
- Die Bewertung der Nutzen und Probleme des Tourismus sind abhängig von der Wahrnehmung und Beurteilung der Bevölkerung und weiterer Anspruchsgruppen. Deshalb müssen die relevanten Anspruchsgruppen zwingend miteinbezogen werden.

4. Datenlage und Datenlücken

4.1 Einleitung

Auch wenn es keine umfassenden Daten zum Tourismus und insbesondere zum Tagestourismus gibt und zentral erhobene Daten ausschliesslich Ankünfte und Logiernächte der übernachtenden Gäste in Hotelbetrieben erfassen, gibt es trotzdem verschiedene Datenquellen mit quantitativen und qualitativen Daten, welche beigezogen werden können, um das Phänomen Tourismus/Tagestourismus besser zu verstehen.

Dieses Kapitel enthält eine Auslegordnung verschiedener bestehender Datenquellen, die in Bezug auf relevante Informationen zum Tagestourismus analysiert worden sind. Zudem werden die Datenlücken zur sinnvollen Erfassung der Tagestouristen dargelegt, die sich aus der Analyse der bestehenden Datenquellen ergeben haben.

Die Auslegeordnung bestehender Informationen ist hilfreich, um die Datenlücken und den Informationsbedarf zu bestimmen und um mögliche Anknüpfungspunkte für neue oder ergänzende Datenerhebungen zu identifizieren.

Grundsätzlich können drei Kategorien von Datenquellen unterschieden werden, die in diesem Bericht beigezogen wurden:

- Bestehende Studien
- Datenquellen von amtlichen Stellen und Leistungsträgern
- Gespräche mit Leistungsträgern

Es wurden Daten aus verschiedenen Quellen zusammengetragen und analysiert. Das Kapitel erhebt keinen Anspruch an eine abschliessende Aufführung aller verfügbaren Datenquellen.

Die vorhandenen Informationen werden inhaltlich den drei Betrachtungsweisen zugeordnet:

- Daten zu den *Gästen* (insbes. Studien zur Bedeutung des Tourismus, Daten von Sehenswürdigkeiten, Attraktionen und Events, Daten von Mobilitätsunternehmen)
- Daten zum *Raum* (insbes. Verkehrsdaten, Cardaten und –studien)
- Daten zu den *Anspruchsgruppen*

Dabei gilt es zu beachten, dass die Daten und Studien nicht immer eindeutig einer Betrachtungsweise zugeordnet werden können und sowohl Gäste als auch Raum und Anspruchsgruppen betreffen.

Ziel der Datenanalyse ist nicht eine trennscharfe Abgrenzung, sondern eine systematische Auslegordnung, die einen Überblick über die bestehende Datenlage ermöglicht, aus welcher die Datenlücken ableitbar sind.

Die einzelnen Datenquellen sowie einige Hauptergebnisse sind im Folgenden zusammengestellt und werden jeweils nachfolgendem Raster dargestellt.

Abbildung 17: Aufbau der Datenanalyse Gäste und Interpretation

Titel	Name der Studie
Beschreibung	Kurzbeschreibung mit Angaben zu Autoren, Untersuchungsgegenstand, Erscheinungsdatum, etc.
Quellen	Angabe der verwendeten Quellen
Erkenntnisse	Deskriptive Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse der Studie
Interpretation	Interpretation der Daten in Bezug auf den Tagestourismus bzw. das touristische Gesamtsystem in Luzern. Aufzeigen von Potential der weiteren Auswertung sowie bestimmen von Datenlücken.

Quelle: Eigene Darstellung

4.2 Daten zu den Gästen

4.2.1 Reiseverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung

Titel	Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung
Beschreibung	<p>Das Bundesamt für Statistik BFS erhebt im Rahmen der Haushaltsbudgeterhebung jährlich das Reiseverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung. Die telefonische Befragung beinhaltet rund 3000 in der Schweiz wohnhafte und zufällig ausgewählte Personen ab 6 Jahren.</p> <p>Bei den Tagesreisen handelt es sich um Reisen ohne Übernachtungen. Eine Reise ist definiert als nicht alltägliche Fortbewegung, bei der eine Person für mindestens drei Stunden (Tagesreisen) das gewohnte Umfeld verlässt.</p>
Quellen	<p>Reiseverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung 2017. https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/tourismus/reiseverhalten.gnpdetail.2018-0404.html</p> <p>Schweizer Tourismusstatistik 2017 (BFS, 2019). https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken/publikationen.assetdetail.7066686.html</p> <p>Eigene Berechnungen und Schätzungen der Tagesreisen.</p>
Erkenntnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Im Jahr 2017 unternahm die ständige Wohnbevölkerung ab sechs Jahren insgesamt 76 Millionen Tagesreisen. - Pro Person wurden rund 10 Tagesreisen unternommen, davon 90% in der Schweiz, also 9 pro Person. - Die Motive waren Freizeit und Erholung (41%), Besuche bei Verwandten oder Bekannten (21%), Geschäftsreisen (8%) und andere (30%). - Die Ausgaben pro Person und pro Reise für private Tagesreisen in der CH belaufen sich auf rund 60 CHF (50-70 CHF). - Für die Tourismusregion Luzern/Vierwaldstättersee bedeutet dies 6'335'157 Tagesreisen (Annahme: Gleiche Verteilung über die Tourismusregionen wie bei den Ankünften der Schweizer in Hotel- und Kurbetrieben. Die Verteilung der Ankünfte gibt zwar einen Anhaltspunkt, ist aber in Bezug auf die Aussagekraft problematisch, da davon auszugehen ist, dass der Anteil Tagestouristen im Verhältnis zu den Übernachtungsgästen in der Zentralschweiz deutlich höher liegt als in anderen Regionen). - Für die Stadt Luzern ergeben sich 2'002'054 Tagesreisen. Die Zahl basiert auf der Annahme, dass der Anteil der Tagesbesucher der Stadt Luzern gleich ist wie bei den Ankünften der übernachtenden Besucher in Schweizer in Hotel- und Kurbetrieben. Dabei gilt es aber zu beachten, dass die Verteilung der Ankünfte zwar einen Anhaltspunkt gibt, dass sie aber in Bezug auf die Aussagekraft problematisch ist, weil davon auszugehen ist, dass der Anteil der Tagestouristen im Verhältnis zu den Übernachtungsgästen in der Stadt Luzern deutlich höher liegt als an anderen Orten.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Daten aus der Befragung zum Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung lassen aufgrund der Stichprobe nur aggregierte Einschätzungen in Bezug auf die geographische Verteilung der Tagesreisen in der Schweiz zu. - Für Aussagen zur regionalen Verteilung der Tagestouristen kann die Verteilung der Logiernächte ein Anhaltspunkt sein. - Die Zahlen für die Tourismusregion und insbesondere für die Stadt liegen wohl deutlich höher, wenn die touristische Attraktivität der Region für Tagesausflüge und die gute Erreichbarkeit berücksichtigt werden. Zudem sind die ausländischen Tagestouristen in diesen Zahlen nicht enthalten.

4.2.2 Mikrozensus Verkehr

Titel	Mikrozensus Verkehr (Sonderauswertung der Stadt Luzern)
Beschreibung	<p>Der Mikrozensus Verkehr erhebt das Verkehrsverhalten der Schweizer Bevölkerung ab 6 Jahren bei 57'090 Personen.</p> <p>Eine Sonderauswertung der Daten ermöglicht eine quantitative Abschätzung der Tagesreisen der Schweizer in die Stadt Luzern. Eine Reise gemäss BFS Mikrozensus Mobilität 2015 ist wie folgt definiert: Reise, die mindestens drei Stunden dauert (Hin- und Rückreise inklusive Aufenthalt), bei der die Person aber am gleichen Tag wieder nach Hause zurückkehrt, und die ausserhalb der gewohnten Umgebung der reisenden Person stattfindet. Es handelt sich somit um Ausflüge und Ähnliches. Nicht zu den Tagesreisen zählen regelmässig (einmal oder mehrmals pro Woche) sich wiederholende Ortsveränderungen.</p>
Quellen	<p>Bundesamt für Statistik/Bundesamt für Raumentwicklung (2017): Verkehrsverhalten der Bevölkerung. Ergebnisse des Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2015, Neuchâtel und Bern.</p> <p>Eigene Berechnungen auf Basis von bestehenden Daten, Dez. 2015 (Sonderauswertung nicht veröffentlicht).</p>
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Gemäss Mikrozensus Verkehr wurden 2015 pro Person durchschnittlich 12,5 Tagesreisen unternommen, davon führten 11.3 Reisen pro Person in die Schweiz. - Es wurden im Jahr 2015 total 2'321'206 Tagesreisen in die Stadt Luzern unternommen. - Im Durchschnitt ergibt dies 6'400 Personen pro Tag.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Daten des Mikrozensus Verkehrs stellen aufgrund der hohen Stichprobe eine relativ verlässliche Grundlage dar. - Die Daten enthalten nur Tagesreisen der Schweizer Bevölkerung. - Ausflüge, die kürzer als 3 Stunden dauern, werden nicht erfasst.

4.2.3 Ausländische Tagestouristen basierend auf Übernachtungszahlen

Titel	Ausländische Tagestouristen basierend auf Übernachtungszahlen
Beschreibung	<p>Das Bundesamt für Statistik BFS erhebt Ankünfte und Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben auf monatlicher Basis, inkl. Herkunftsmärkte. Die Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2018.</p>
Quellen	<p>Eigene Berechnungen basierend auf Daten der Übernachtungsstatistik HESTA des Bundesamts für Statistik BFS.</p>
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Es besuchen 203'018 ausländische Tagesgäste die Stadt, die im Kanton übernachteten (Annahme 90% der ausländischen Übernachtungsgäste Kanton). - Unter Berücksichtigung eines weiteren Perimeters kommen dazu noch 375'693 ausländische Tagesgäste, die in der Tourismusregion übernachteten (Annahme 80% der ausländischen Übernachtungsgäste Tourismusregion). - Dies ergibt ein Total von 578'711 ausländischen Tagesgästen in der Stadt Luzern, die ausserhalb (aber innerhalb der Region) übernachteten.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Zum Anteil der Gäste, die ausserhalb der Stadt übernachteten, aber die Stadt besuchen, gibt es keine verlässlichen Zahlen. - Es ist zu vermuten, dass der Anteil der Gäste, welche die Stadt besuchen, je nach Herkunftsmarkt variiert. - Nicht berücksichtigt sind Gäste, die ausserhalb der Tourismusregion übernachteten, die ebenfalls einen zunehmend grösseren Anteil ausmachen. Es wird einen wesentlichen Anteil an ausländischen Gästen geben, die insbesondere im Raum Zürich übernachteten. - Nicht berücksichtigt sind zudem die Übernachtungszahlen der Parahotellerie, insb. der Übernachtungen in Airbnb-Unterkünften, die stark an Bedeutung gewinnen. - Die Übernachtungszahlen ausserhalb der Stadt und des Kantons Luzern ermöglichen zusammen mit Informationen zum Verhalten der verschiedenen Gästetypen und den daraus resultierenden Besucherströmen eine Schätzung des Anteil der übernachtenden

4.2.4 Übernachtungsgäste (HESTA)

Titel	Übernachtungsgäste (HESTA)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Beschreibung	Das Bundesamt für Statistik BFS erhebt Ankünfte und Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben auf monatlicher Basis, inkl. Herkunftsmärkte.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Quellen	Übernachtungsstatistik HESTA des Bundesamts für Statistik BFS.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Ergebnisse	<p>Übernachtungsgäste Stadt Luzern resp. Region Luzern – Vierwaldstättersee</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Herkunftsland der Gäste</th> <th rowspan="2">LN 2016</th> <th rowspan="2">LN 2017</th> <th rowspan="2">LN 2018</th> <th colspan="2">Vergl.</th> <th rowspan="2">Herkunftsland der Gäste</th> <th rowspan="2">LN 2016</th> <th rowspan="2">LN 2017</th> <th rowspan="2">LN 2018</th> <th colspan="2">Vergl.</th> </tr> <tr> <th>in %</th> <th>5-Jahres-Vergl. in %</th> <th>in %</th> <th>5-Jahres-Vergl. in %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Schweiz</td> <td>306 702</td> <td>296 896</td> <td>310 321</td> <td>-4.5</td> <td>-1.2</td> <td>Schweiz</td> <td>1 450 816</td> <td>1 455 960</td> <td>1 555 863</td> <td>-6.9</td> <td>-7.4</td> </tr> <tr> <td>Deutschland</td> <td>89 116</td> <td>91 454</td> <td>91 713</td> <td>0.3</td> <td>1.0</td> <td>Deutschland</td> <td>329 181</td> <td>332 596</td> <td>337 568</td> <td>1.5</td> <td>-3.9</td> </tr> <tr> <td>Frankreich</td> <td>17 468</td> <td>17 806</td> <td>19 232</td> <td>8.0</td> <td>9.8</td> <td>Frankreich</td> <td>45 771</td> <td>45 790</td> <td>53 641</td> <td>17.1</td> <td>15.6</td> </tr> <tr> <td>Italien</td> <td>25 224</td> <td>26 629</td> <td>25 393</td> <td>-4.6</td> <td>6.8</td> <td>Italien</td> <td>62 353</td> <td>59 974</td> <td>56 030</td> <td>-6.8</td> <td>-7.4</td> </tr> <tr> <td>Grossbritannien</td> <td>50 337</td> <td>52 879</td> <td>47 911</td> <td>-9.4</td> <td>-7.8</td> <td>Grossbritannien</td> <td>104 400</td> <td>113 376</td> <td>113 530</td> <td>0.1</td> <td>0.8</td> </tr> <tr> <td>Belgien</td> <td>7 326</td> <td>6 542</td> <td>8 144</td> <td>24.5</td> <td>11.3</td> <td>Belgien</td> <td>36 134</td> <td>35 880</td> <td>38 356</td> <td>6.9</td> <td>1.4</td> </tr> <tr> <td>Luxemburg</td> <td>2 035</td> <td>2 062</td> <td>2 406</td> <td>16.7</td> <td>20.9</td> <td>Luxemburg</td> <td>8 184</td> <td>8 781</td> <td>9 703</td> <td>10.8</td> <td>16.9</td> </tr> <tr> <td>Niederlande</td> <td>12 823</td> <td>13 889</td> <td>14 276</td> <td>2.7</td> <td>2.4</td> <td>Niederlande</td> <td>66 369</td> <td>66 106</td> <td>72 278</td> <td>9.3</td> <td>-2.2</td> </tr> <tr> <td>Schweden</td> <td>4 110</td> <td>4 054</td> <td>4 382</td> <td>8.1</td> <td>4.9</td> <td>Schweden</td> <td>19 197</td> <td>19 424</td> <td>24 028</td> <td>23.7</td> <td>18.2</td> </tr> <tr> <td>Übriges Skandinavien</td> <td>7 561</td> <td>6 643</td> <td>6 884</td> <td>0.6</td> <td>-6.5</td> <td>Übriges Skandinavien</td> <td>14 424</td> <td>13 347</td> <td>14 353</td> <td>7.5</td> <td>-1.5</td> </tr> <tr> <td>Spanien</td> <td>13 299</td> <td>15 112</td> <td>14 160</td> <td>-6.3</td> <td>12.0</td> <td>Spanien</td> <td>21 966</td> <td>23 737</td> <td>22 841</td> <td>-4.6</td> <td>8.8</td> </tr> <tr> <td>Russland</td> <td>7 065</td> <td>9 124</td> <td>8 101</td> <td>-11.2</td> <td>-22.4</td> <td>Russland</td> <td>14 484</td> <td>17 983</td> <td>18 013</td> <td>0.2</td> <td>-18.0</td> </tr> <tr> <td>Österreich</td> <td>9 356</td> <td>9 629</td> <td>9 091</td> <td>-5.6</td> <td>-5.2</td> <td>Österreich</td> <td>33 195</td> <td>31 726</td> <td>30 284</td> <td>-4.5</td> <td>-8.0</td> </tr> <tr> <td>Polen</td> <td>3 337</td> <td>3 569</td> <td>3 401</td> <td>-4.7</td> <td>5.6</td> <td>Polen</td> <td>10 823</td> <td>11 449</td> <td>10 530</td> <td>-8.0</td> <td>-12.8</td> </tr> <tr> <td>Tschechische Republik</td> <td>2 641</td> <td>2 820</td> <td>2 365</td> <td>-16.1</td> <td>-5.8</td> <td>Tschechische Republik</td> <td>10 756</td> <td>8 446</td> <td>7 498</td> <td>-11.2</td> <td>-20.8</td> </tr> <tr> <td>Übriges Europa</td> <td>25 506</td> <td>22 709</td> <td>23 575</td> <td>3.8</td> <td>9.9</td> <td>Übriges Europa</td> <td>81 619</td> <td>76 248</td> <td>82 083</td> <td>7.7</td> <td>7.0</td> </tr> <tr> <td>Total Europa</td> <td>277 274</td> <td>289 131</td> <td>281 034</td> <td>-1.4</td> <td>0.9</td> <td>Total Europa</td> <td>658 848</td> <td>664 843</td> <td>690 536</td> <td>3.0</td> <td>-1.1</td> </tr> <tr> <td>Vereinigte Staaten / USA</td> <td>203 082</td> <td>217 214</td> <td>253 042</td> <td>16.5</td> <td>31.9</td> <td>Vereinigte Staaten / USA</td> <td>258 129</td> <td>281 978</td> <td>327 035</td> <td>16.0</td> <td>30.7</td> </tr> <tr> <td>Kanada</td> <td>11 876</td> <td>14 011</td> <td>14 527</td> <td>3.7</td> <td>15.8</td> <td>Kanada</td> <td>19 212</td> <td>22 254</td> <td>20 829</td> <td>-7.3</td> <td>2.2</td> </tr> <tr> <td>Brasilien</td> <td>14 294</td> <td>18 587</td> <td>17 577</td> <td>-5.5</td> <td>7.2</td> <td>Brasilien</td> <td>17 719</td> <td>24 026</td> <td>23 258</td> <td>-3.2</td> <td>14.5</td> </tr> <tr> <td>Übriges Amerika</td> <td>9 836</td> <td>10 424</td> <td>12 602</td> <td>20.9</td> <td>36.7</td> <td>Übriges Amerika</td> <td>12 737</td> <td>14 521</td> <td>17 074</td> <td>17.6</td> <td>36.7</td> </tr> <tr> <td>Total Amerika</td> <td>239 090</td> <td>260 246</td> <td>297 748</td> <td>14.4</td> <td>29.5</td> <td>Total Amerika</td> <td>307 797</td> <td>342 779</td> <td>387 996</td> <td>13.2</td> <td>28.0</td> </tr> <tr> <td>Australien, Neuseeland, Ozeanien</td> <td>41 898</td> <td>49 411</td> <td>56 218</td> <td>13.8</td> <td>14.1</td> <td>Australien, Neuseeland, Ozeanien</td> <td>64 747</td> <td>69 830</td> <td>75 833</td> <td>8.8</td> <td>12.0</td> </tr> <tr> <td>Afrika</td> <td>6 013</td> <td>6 104</td> <td>6 131</td> <td>0.4</td> <td>-4.9</td> <td>Afrika</td> <td>8 784</td> <td>9 567</td> <td>10 427</td> <td>9.0</td> <td>8.7</td> </tr> <tr> <td>Indien</td> <td>58 308</td> <td>71 129</td> <td>75 027</td> <td>5.5</td> <td>42.0</td> <td>Indien</td> <td>162 394</td> <td>183 813</td> <td>198 738</td> <td>8.1</td> <td>31.9</td> </tr> <tr> <td>Japan</td> <td>10 830</td> <td>11 479</td> <td>10 144</td> <td>-11.6</td> <td>-14.0</td> <td>Japan</td> <td>13 886</td> <td>15 704</td> <td>14 597</td> <td>-7.0</td> <td>-7.6</td> </tr> <tr> <td>Thailand</td> <td>25 832</td> <td>29 978</td> <td>32 646</td> <td>8.9</td> <td>30.2</td> <td>Thailand</td> <td>34 806</td> <td>43 603</td> <td>59 480</td> <td>36.4</td> <td>82.9</td> </tr> <tr> <td>China (ohne Hongkong)</td> <td>121 742</td> <td>125 246</td> <td>131 889</td> <td>5.3</td> <td>15.1</td> <td>China (ohne Hongkong)</td> <td>364 036</td> <td>379 099</td> <td>378 474</td> <td>-0.2</td> <td>11.5</td> </tr> <tr> <td>Hongkong</td> <td>21 132</td> <td>22 496</td> <td>23 059</td> <td>2.5</td> <td>0.5</td> <td>Hongkong</td> <td>28 813</td> <td>28 958</td> <td>29 115</td> <td>0.5</td> <td>-6.4</td> </tr> <tr> <td>Taiwan</td> <td>23 610</td> <td>31 290</td> <td>35 007</td> <td>11.9</td> <td>45.9</td> <td>Taiwan</td> <td>26 202</td> <td>33 812</td> <td>38 067</td> <td>12.6</td> <td>45.0</td> </tr> <tr> <td>Korea, Republik</td> <td>35 464</td> <td>47 142</td> <td>40 767</td> <td>-13.5</td> <td>32.3</td> <td>Korea, Republik</td> <td>48 799</td> <td>63 830</td> <td>56 734</td> <td>-11.1</td> <td>30.0</td> </tr> <tr> <td>Golf-Staaten</td> <td>47 718</td> <td>43 081</td> <td>37 405</td> <td>-13.2</td> <td>-1.3</td> <td>Golf-Staaten</td> <td>74 121</td> <td>68 601</td> <td>77 855</td> <td>13.5</td> <td>30.4</td> </tr> <tr> <td>Übriges Asien</td> <td>54 161</td> <td>63 600</td> <td>61 892</td> <td>-2.7</td> <td>4.8</td> <td>Übriges Asien</td> <td>77 831</td> <td>88 107</td> <td>86 659</td> <td>0.6</td> <td>4.1</td> </tr> <tr> <td>Total Asien</td> <td>398 797</td> <td>445 441</td> <td>447 836</td> <td>0.5</td> <td>18.2</td> <td>Total Asien</td> <td>630 892</td> <td>905 527</td> <td>941 719</td> <td>4.0</td> <td>20.1</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>1 269 774</td> <td>1 343 229</td> <td>1 399 288</td> <td>4.2</td> <td>11.3</td> <td>Total</td> <td>3 521 884</td> <td>3 648 506</td> <td>3 862 374</td> <td>5.9</td> <td>9.9</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Region</th> <th>Stadt</th> <th>Anteil in Stadt übernachtend</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>USA</td> <td>327'035</td> <td>253'042</td> <td>77%</td> </tr> <tr> <td>China</td> <td>378'474</td> <td>131'889</td> <td>35%</td> </tr> <tr> <td>Hongkong</td> <td>29'115</td> <td>23'059</td> <td>79%</td> </tr> <tr> <td>Taiwan</td> <td>38'067</td> <td>35'007</td> <td>92%</td> </tr> <tr> <td>Indien</td> <td>198'738</td> <td>75'027</td> <td>38%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Geschäftsbericht LTAG 2018</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Anteil der Gäste, die in der Stadt übernachteten variiert beträchtlich. Bei den Gästen aus China (35%) und Indien (38%) ist der Anteil besonders klein. - Ein Grossteil der Besucher des Kantons resp. der Tourismusregion besucht auch die Stadt. Umgekehrt bewegen sich ca. 21% der Übernachtungsgäste (nur Leisuren) in einer Schweizer Stadt im Umkreis von 20 km und sogar 39% in einem weiteren Perimeter. Nur 40% bewegen sich nur innerhalb der Stadt (ST TMS Auswertung 2019). 	Herkunftsland der Gäste	LN 2016	LN 2017	LN 2018	Vergl.		Herkunftsland der Gäste	LN 2016	LN 2017	LN 2018	Vergl.		in %	5-Jahres-Vergl. in %	in %	5-Jahres-Vergl. in %	Schweiz	306 702	296 896	310 321	-4.5	-1.2	Schweiz	1 450 816	1 455 960	1 555 863	-6.9	-7.4	Deutschland	89 116	91 454	91 713	0.3	1.0	Deutschland	329 181	332 596	337 568	1.5	-3.9	Frankreich	17 468	17 806	19 232	8.0	9.8	Frankreich	45 771	45 790	53 641	17.1	15.6	Italien	25 224	26 629	25 393	-4.6	6.8	Italien	62 353	59 974	56 030	-6.8	-7.4	Grossbritannien	50 337	52 879	47 911	-9.4	-7.8	Grossbritannien	104 400	113 376	113 530	0.1	0.8	Belgien	7 326	6 542	8 144	24.5	11.3	Belgien	36 134	35 880	38 356	6.9	1.4	Luxemburg	2 035	2 062	2 406	16.7	20.9	Luxemburg	8 184	8 781	9 703	10.8	16.9	Niederlande	12 823	13 889	14 276	2.7	2.4	Niederlande	66 369	66 106	72 278	9.3	-2.2	Schweden	4 110	4 054	4 382	8.1	4.9	Schweden	19 197	19 424	24 028	23.7	18.2	Übriges Skandinavien	7 561	6 643	6 884	0.6	-6.5	Übriges Skandinavien	14 424	13 347	14 353	7.5	-1.5	Spanien	13 299	15 112	14 160	-6.3	12.0	Spanien	21 966	23 737	22 841	-4.6	8.8	Russland	7 065	9 124	8 101	-11.2	-22.4	Russland	14 484	17 983	18 013	0.2	-18.0	Österreich	9 356	9 629	9 091	-5.6	-5.2	Österreich	33 195	31 726	30 284	-4.5	-8.0	Polen	3 337	3 569	3 401	-4.7	5.6	Polen	10 823	11 449	10 530	-8.0	-12.8	Tschechische Republik	2 641	2 820	2 365	-16.1	-5.8	Tschechische Republik	10 756	8 446	7 498	-11.2	-20.8	Übriges Europa	25 506	22 709	23 575	3.8	9.9	Übriges Europa	81 619	76 248	82 083	7.7	7.0	Total Europa	277 274	289 131	281 034	-1.4	0.9	Total Europa	658 848	664 843	690 536	3.0	-1.1	Vereinigte Staaten / USA	203 082	217 214	253 042	16.5	31.9	Vereinigte Staaten / USA	258 129	281 978	327 035	16.0	30.7	Kanada	11 876	14 011	14 527	3.7	15.8	Kanada	19 212	22 254	20 829	-7.3	2.2	Brasilien	14 294	18 587	17 577	-5.5	7.2	Brasilien	17 719	24 026	23 258	-3.2	14.5	Übriges Amerika	9 836	10 424	12 602	20.9	36.7	Übriges Amerika	12 737	14 521	17 074	17.6	36.7	Total Amerika	239 090	260 246	297 748	14.4	29.5	Total Amerika	307 797	342 779	387 996	13.2	28.0	Australien, Neuseeland, Ozeanien	41 898	49 411	56 218	13.8	14.1	Australien, Neuseeland, Ozeanien	64 747	69 830	75 833	8.8	12.0	Afrika	6 013	6 104	6 131	0.4	-4.9	Afrika	8 784	9 567	10 427	9.0	8.7	Indien	58 308	71 129	75 027	5.5	42.0	Indien	162 394	183 813	198 738	8.1	31.9	Japan	10 830	11 479	10 144	-11.6	-14.0	Japan	13 886	15 704	14 597	-7.0	-7.6	Thailand	25 832	29 978	32 646	8.9	30.2	Thailand	34 806	43 603	59 480	36.4	82.9	China (ohne Hongkong)	121 742	125 246	131 889	5.3	15.1	China (ohne Hongkong)	364 036	379 099	378 474	-0.2	11.5	Hongkong	21 132	22 496	23 059	2.5	0.5	Hongkong	28 813	28 958	29 115	0.5	-6.4	Taiwan	23 610	31 290	35 007	11.9	45.9	Taiwan	26 202	33 812	38 067	12.6	45.0	Korea, Republik	35 464	47 142	40 767	-13.5	32.3	Korea, Republik	48 799	63 830	56 734	-11.1	30.0	Golf-Staaten	47 718	43 081	37 405	-13.2	-1.3	Golf-Staaten	74 121	68 601	77 855	13.5	30.4	Übriges Asien	54 161	63 600	61 892	-2.7	4.8	Übriges Asien	77 831	88 107	86 659	0.6	4.1	Total Asien	398 797	445 441	447 836	0.5	18.2	Total Asien	630 892	905 527	941 719	4.0	20.1	Total	1 269 774	1 343 229	1 399 288	4.2	11.3	Total	3 521 884	3 648 506	3 862 374	5.9	9.9		Region	Stadt	Anteil in Stadt übernachtend	USA	327'035	253'042	77%	China	378'474	131'889	35%	Hongkong	29'115	23'059	79%	Taiwan	38'067	35'007	92%	Indien	198'738	75'027	38%
Herkunftsland der Gäste	LN 2016					LN 2017	LN 2018					Vergl.		Herkunftsland der Gäste	LN 2016	LN 2017	LN 2018	Vergl.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
		in %	5-Jahres-Vergl. in %	in %	5-Jahres-Vergl. in %																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Schweiz	306 702	296 896	310 321	-4.5	-1.2	Schweiz	1 450 816	1 455 960	1 555 863	-6.9	-7.4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Deutschland	89 116	91 454	91 713	0.3	1.0	Deutschland	329 181	332 596	337 568	1.5	-3.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Frankreich	17 468	17 806	19 232	8.0	9.8	Frankreich	45 771	45 790	53 641	17.1	15.6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Italien	25 224	26 629	25 393	-4.6	6.8	Italien	62 353	59 974	56 030	-6.8	-7.4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Grossbritannien	50 337	52 879	47 911	-9.4	-7.8	Grossbritannien	104 400	113 376	113 530	0.1	0.8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Belgien	7 326	6 542	8 144	24.5	11.3	Belgien	36 134	35 880	38 356	6.9	1.4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Luxemburg	2 035	2 062	2 406	16.7	20.9	Luxemburg	8 184	8 781	9 703	10.8	16.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Niederlande	12 823	13 889	14 276	2.7	2.4	Niederlande	66 369	66 106	72 278	9.3	-2.2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Schweden	4 110	4 054	4 382	8.1	4.9	Schweden	19 197	19 424	24 028	23.7	18.2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Übriges Skandinavien	7 561	6 643	6 884	0.6	-6.5	Übriges Skandinavien	14 424	13 347	14 353	7.5	-1.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Spanien	13 299	15 112	14 160	-6.3	12.0	Spanien	21 966	23 737	22 841	-4.6	8.8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Russland	7 065	9 124	8 101	-11.2	-22.4	Russland	14 484	17 983	18 013	0.2	-18.0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Österreich	9 356	9 629	9 091	-5.6	-5.2	Österreich	33 195	31 726	30 284	-4.5	-8.0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Polen	3 337	3 569	3 401	-4.7	5.6	Polen	10 823	11 449	10 530	-8.0	-12.8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Tschechische Republik	2 641	2 820	2 365	-16.1	-5.8	Tschechische Republik	10 756	8 446	7 498	-11.2	-20.8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Übriges Europa	25 506	22 709	23 575	3.8	9.9	Übriges Europa	81 619	76 248	82 083	7.7	7.0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Total Europa	277 274	289 131	281 034	-1.4	0.9	Total Europa	658 848	664 843	690 536	3.0	-1.1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Vereinigte Staaten / USA	203 082	217 214	253 042	16.5	31.9	Vereinigte Staaten / USA	258 129	281 978	327 035	16.0	30.7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Kanada	11 876	14 011	14 527	3.7	15.8	Kanada	19 212	22 254	20 829	-7.3	2.2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Brasilien	14 294	18 587	17 577	-5.5	7.2	Brasilien	17 719	24 026	23 258	-3.2	14.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Übriges Amerika	9 836	10 424	12 602	20.9	36.7	Übriges Amerika	12 737	14 521	17 074	17.6	36.7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Total Amerika	239 090	260 246	297 748	14.4	29.5	Total Amerika	307 797	342 779	387 996	13.2	28.0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Australien, Neuseeland, Ozeanien	41 898	49 411	56 218	13.8	14.1	Australien, Neuseeland, Ozeanien	64 747	69 830	75 833	8.8	12.0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Afrika	6 013	6 104	6 131	0.4	-4.9	Afrika	8 784	9 567	10 427	9.0	8.7																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Indien	58 308	71 129	75 027	5.5	42.0	Indien	162 394	183 813	198 738	8.1	31.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Japan	10 830	11 479	10 144	-11.6	-14.0	Japan	13 886	15 704	14 597	-7.0	-7.6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Thailand	25 832	29 978	32 646	8.9	30.2	Thailand	34 806	43 603	59 480	36.4	82.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
China (ohne Hongkong)	121 742	125 246	131 889	5.3	15.1	China (ohne Hongkong)	364 036	379 099	378 474	-0.2	11.5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Hongkong	21 132	22 496	23 059	2.5	0.5	Hongkong	28 813	28 958	29 115	0.5	-6.4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Taiwan	23 610	31 290	35 007	11.9	45.9	Taiwan	26 202	33 812	38 067	12.6	45.0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Korea, Republik	35 464	47 142	40 767	-13.5	32.3	Korea, Republik	48 799	63 830	56 734	-11.1	30.0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Golf-Staaten	47 718	43 081	37 405	-13.2	-1.3	Golf-Staaten	74 121	68 601	77 855	13.5	30.4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Übriges Asien	54 161	63 600	61 892	-2.7	4.8	Übriges Asien	77 831	88 107	86 659	0.6	4.1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Total Asien	398 797	445 441	447 836	0.5	18.2	Total Asien	630 892	905 527	941 719	4.0	20.1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Total	1 269 774	1 343 229	1 399 288	4.2	11.3	Total	3 521 884	3 648 506	3 862 374	5.9	9.9																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
	Region	Stadt	Anteil in Stadt übernachtend																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
USA	327'035	253'042	77%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
China	378'474	131'889	35%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Hongkong	29'115	23'059	79%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Taiwan	38'067	35'007	92%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Indien	198'738	75'027	38%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Wenn davon ausgegangen wird, dass das Verhältnis zwischen Übernachtungsgästen und Tagesgästen relativ stabil ist, können Übernachtungszahlen ein Anhaltspunkt sein, um Tagestouristen abzuschätzen. - Der Tagestourist in der Stadt Luzern ist häufig ein Übernachtungsgast in der Tourismusregion und umgekehrt. - Es kann davon ausgegangen werden, dass ein Grossteil der ausländischen Touristen, die in der Tourismusregion übernachteten, auch die Stadt besuchen, auch wenn es dazu keine Angaben gibt. 																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												

4.2.5 Der Tagestourismus in der Schweiz

Titel	Der Tagestourismus in der Schweiz
Beschreibung	Die bisher einzige Studie, welche das Phänomen Tagestourismus schweizweit untersucht hat, wurde 2003 vom BAK Basel Economics erarbeitet (Kämpf & Weber, 2003). Die Stadt Luzern wird dabei als Fallbeispiel behandelt.
Quellen	BAK Basel (2003). Der Tagestourismus in der Schweiz. Unter Berücksichtigung verschiedener Quellen wie z.B. Mikrozensus Verkehr, Verbrauchserhebung 1998, Reisemarkt Schweiz 2001.
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Es wird von ca. 4 Mio. Tagestouristen pro Jahr in der Stadt Luzern ausgegangen (2003). - Der Anteil des Tagestourismus an den gesamten touristischen Frequenzen (Gesamtzahl der Besucher) in der Stadt Luzern wird auf 80 Prozent geschätzt. - Zudem weist Luzern eine grosse Anzahl Transit-Tagesbesucher auf. - 10.8% aller Freizeitreisen der Schweizer Bevölkerung führen in die Zentralschweiz (Mikrozensus Mobilität 2000). - Zu den wichtigsten Reisemotiven (ausgeübte Aktivitäten) gehören: <ul style="list-style-type: none"> - Gespräche mit anderen Menschen geführt - Gaststätten besucht - Museen / ständige Ausstellung besucht. - Die durchschnittlichen Tagesausgaben belaufen sich auf 75 CHF (Kaspar/Frey 1993).
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Daten dieser Studie sind trotz des Alters der Studie mit Einschränkungen noch aussagekräftig für die heutige Situation und eine brauchbare Grundlage für eine Schätzung des Tagestourismus. - Bei einem gleichbleibenden Anteil des Tagestourismus (80%) an den touristischen Frequenzen ergäbe dies heute bei 1.4 Mio. Übernachtungen rund 5.6 Mio. Tagesreisen. - Diese Zahl liegt höher als die Zahl des Mikrozensus Verkehr, aber tiefer als die in der BHP-Wertschöpfungsstudie ausgewiesene Zahl (BHP Hanser und Partner AG, 2015). - Auch wenn die Anzahl unternommener Tagesreisen je nach Region Schwankungen unterliegt, blieb die Summe schweizweit in den letzten Jahren relativ konstant.

4.2.6 Gruppentourismus in Luzern

Titel	Gruppentourismus in Luzern – Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung
Beschreibung	Eine Studie von BHP Hanser Consulting AG (Goetz, Bösch, Isenring) aus dem Jahr 2018 untersuchte den Gruppentourismus (quantitativ & qualitativ) in der Stadt Luzern (Perimeter Schwanenplatz).
Quellen	BHP (2018) Gruppentourismus in Luzern. Basierend auf Befragung Leistungsträger, Daten BFS, PwC Studie zum Carverkehr (2014) u.a.
Ergebnisse	<p>Frequenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anzahl Cars: <ul style="list-style-type: none"> - 2011: 25'000 Cars pro Jahr - 2017: 42'500 Cars pro Jahr - Anzahl Gäste pro Car: <ul style="list-style-type: none"> - 2011: 40 Personen - 2017: 30-35 Personen - Anzahl Touristen pro Jahr total: <ul style="list-style-type: none"> - 2011: 0.8 Mio. am Schwanenplatz - 2017: 1.4 Mio. am Schwanenplatz <p>Tagesausgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Durchschnittliche Tagesausgaben der Gruppenreisenden aus China und den USA 2017: 341 CHF (inkl. 70 CHF für Übernachtung) -->d.h. rund 270 CHF - Schweizer Übernachtungsgäste geben in der Schweiz durchschnittlich CHF 140 pro Tag aus, inkl. Übernachtung. - Schweizer Tagestouristen im Freizeitbereich geben nur 60 CHF pro Tag aus. <p>Wertschöpfung am Schwanenplatz insgesamt:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - 2011: Bruttowertschöpfung 339 Mio. CHF, davon 108 Mio. CHF durch den Gruppentourismus. - 2017: Bruttowertschöpfung 473 Mio. CHF, davon 317 Mio. CHF im Detailhandel (67%), 218 Mio. CHF im Detailhandel mit Uhren/Schmuck, 18 Mio. CHF Beherbergung, 17 Mio. CHF Gastronomie <p>Wertschöpfung am Schwanenplatz Gruppentourismus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wertschöpfung Gruppentourismus: 224 Mio. CHF, davon 196 Mio. CHF Detailhandel mit Uhren/Schmuck, 27 Mio. CHF übriger Detailhandel, 1 Mio. CHF Gastronomie. - Wachstum von 116 Mio. CHF von 2011 bis 2017: Detailhandel mit Uhren/Schmuck +108 Mio. CHF und weiteren Detailhandel +8 Mio. CHF, Gastronomie konstant - Rund 50% dieser 1.4 Mio. Gruppengästen (wohl insbesondere aus China) übernachteten ausserhalb der Tourismusregion. - 50 Prozent der Gruppenreisenden übernachteten in der Region Luzern–Vierwaldstättersee (700'000). Davon wiederum ca. 45 Prozent in der Stadt Luzern (315'000). - Daraus ergäbe sich aus Sicht der Stadt Luzern eine Anzahl von 1'085'000 ausländischer Tagesreisen, welche die Stadt in Gruppen besuchen.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studie zeigt die grosse Bedeutung des Gruppentourismus für die Stadt Luzern auf sowie die hohe räumliche Konzentration (Schwanenplatz) resp. die Konzentration der Wertschöpfung auf die Uhren- und Schmuckbranche. - Die untersuchten Gruppenreisenden beziehen sich auf die Herkunftsmärkte Asien und USA, wobei der Anteil aus Asien gemäss der Studie sehr hoch ist (ohne Zahlen). - Die aus der Studie abgeleitete Zahl von 1'085'000 Gruppen Tagesgästen liegt über dem Wert anderer Berechnungen. - Die Studie fokussiert auf Gäste aus Asien und den USA. Die Gruppengäste werden nicht weiter nach Herkunft unterschieden. Nicht berücksichtigt sind Gruppen aus anderen Märkten und der Schweiz.

4.2.7 Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern

Titel	Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern
Beschreibung	<p>Regelmässig wird die touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern erhoben. Die aktuellste Studie berücksichtigt die Erhebungsperiode 2011-2014 und wurde 2015 veröffentlicht.</p> <p>Die touristische Wertschöpfung in Stadt und Kanton Luzern wird erhoben durch Dokumentenanalysen (Jahresberichte), eine Onlinebefragung der touristischen und tourismusnahen Unternehmen sowie durch qualitative Interviews mit Leistungsträgern.</p>
Quellen	<p>BHP – Hanser und Partner AG (Goetz, Bösch, Sonder) (2015). Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern - Schlussbericht zuhanden der Luzern Tourismus AG und der Dienststelle Raum und Wirtschaft des Kantons Luzern</p> <p>Wenn nicht anders vermerkt beziehen sich die verwendeten Primärdaten auf die folgenden Jahre: 2011 Unternehmensstatistik (BFS STATENT), 2013 Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung (BFS VGR), 2005-2014 Hotellogiernächte (BFS HESTA), 2014 Logiernächte Parahotellerie</p> <p>BHP Hanser und Partner AG (Goetz, Meier) (2011). Bedeutung des Tourismus für die Volkswirtschaft des Kantons Luzern. Präsentation von Bau- Umwelt und Wirtschaftsdepartement Kanton Luzern</p> <p>BHP Hanser und Partner AG (2007). Bedeutung des Tourismus für die Volkswirtschaft des Kantons Luzern. Präsentation von Bau- Umwelt und Wirtschaftsdepartement Kanton Luzern</p>
Ergebnisse	<p>Anzahl Tagestouristen total:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 10 Mio. aus der Schweiz - 0.75 Mio. aus dem Ausland - 1 Mio. Geschäftsreisende ohne Übernachtung - Davon sind 68% in Stadt Luzern (rund 8 Mio.) - 2014: Stadtregion Luzern 8.16 Mio.: 6.8 Mio. Schweiz, 680'000 Geschäftsreisende, 520'000 Asien, 200'000 übriges Ausland - 2009: Stadt Luzern mit 5.5 Mio., + 1.1 Mio. übrige Stadtregion Luzern gibt unter der Betrachtung der Einteilung dieser Studie 6.6 Mio. -->2009 bis 2014: rund +15-20%

	<p>Tagesausgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schweizer-Freizeittouristen: 60 CHF/Tag - Geschäftsreisende: 40 CHF/Tag <p>Tagesausgaben Gruppenreisen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vereins-/Schulreisen: 40 CHF/Tag - Europäische Gruppenreisende: 50 CHF - Asiatische Gruppenreisende: 350 CHF <p>Wertschöpfung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 Mrd. Wertschöpfung durch Tourismus, 2/3 der BWS durch Tagestourismus, 719 Mio. CHF touristische Bruttowertschöpfung in der Stadtregion Luzern <p>Weitere Angaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Museen (1'730'000), Bergbahnen (1'210'000), Kulturelle Events (770'000), Sportevents (360'000), SGV (1'396'000), Kongresse & Messen (400'000), Grand Casino Luzern (220'000) – keine Unterscheidung zwischen Tages- oder Übernachtungsgast. <p>Wertschöpfungsstudie 2007:</p> <ul style="list-style-type: none"> - BHP schätzt die jährlichen Gästefrequenzen des Kantons Luzern auf über 12 Mio. Davon kommen 2-2.5 Mio. aus dem Ausland. - BHP Schätzung: 4-5 Mio. Tagesgäste pro Jahr in der Stadt (82%) - Internationale Gruppentouristen (0.5 Mio.) - 380 Mio. CHF jährliche touristische Ausgaben von Tagestouristen - Tagesausgaben 80 CHF pro Person und Tag in der Stadt (höher als im Umland) (2005) - Bestimmte Gästesegmente (Überseemärkte Asien und USA) geben in der Schweiz zwischen 350 bis 500 CHF pro Tag und Person aus.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studie zeigt die grosse wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für Luzern auf und beinhaltet wertvolle Informationen zu Wertschöpfung, Beschäftigung, Tagesausgaben und auch zum asiatischen Markt. - Die Angaben zur Anzahl Tagestouristen beruhen auf Schätzungen aufgrund von Gesprächen mit Akteuren und Erfahrungswerten aus Studien, Berichten und Analysen. - Sie liegen deutlich höher als die nachfrageseitig abgeleiteten Zahlen auf Basis des Mikrozensus Verkehrs resp. der Befragung zum Reiseverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung.

4.2.8 Erlebnisregion Luzern - Vierwaldstättersee

Titel	Erlebnisregion Luzern – Vierwaldstättersee. Touristisches Entwicklungspotential bis 2030
Beschreibung	Der Bericht schätzt das touristische Entwicklungspotential sowie die Herausforderungen für die Erlebnisregion Luzern – Vierwaldstättersee ein
Quellen	Hanser Consulting AG (2019). Erlebnisregion Luzern – Vierwaldstättersee. Touristisches Entwicklungspotential bis 2030. Schlussbericht.
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Basierend auf groben Schätzungen geht die Studie von 24-28 Mio. Tagesgästen in der Erlebnisregion aus. - Die Studie schätzt die Anteile der Kantone ein. Als Grundlage für die Zahlen für den Kanton Luzern (12 Mio.) dient die BHP-Wertschöpfungsstudie. - Der Bericht weist einige Charakteristika des Geschäftsfelds Gruppenreisen aus (Hauptaktivitäten, typische Reismuster). - Der Bericht schätzt das Entwicklungspotenzial verschiedener Tourismusformen (z.B. Gruppen) ein.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studie beinhaltet keine neuen empirische erhobenen Zahlen für Stadt und Kanton Luzern (nur Sekundärauswertungen). - Neu ist die Schätzung der Gesamtzahl an Tagesgästen für die gesamte Erlebnisregion Luzern – Vierwaldstättersee, die aber nicht auf empirisch erhobenen Daten beruht. - Ein Anhaltspunkt ist die Einschätzung der Trends und Entwicklungspotenziale verschiedener Tourismusformen.

4.2.9 Wertschöpfungspotentiale im Freizeit- und Tourismusverkehr

Titel	Wertschöpfungspotentiale im Freizeit- und Tourismusverkehr
Beschreibung	In Rahmen eines KTI-Projektes des Bundes wurde die Bahnnutzung ausländischer Touristen (quantitativ) in der Schweiz für den Erhebungszeitraum 2009/2010 ausgewertet.
Quellen	Hochschule Luzern – Wirtschaft (2014). Wertschöpfungspotentiale im Freizeit- und Tourismusverkehr. Basierend auf Sekundäranalysen des Tourismus Monitors Schweiz 2010 sowie Daten von Swiss Travel Systems AG (2013), SBB AG (2013) und Ohnmacht, T. & Grotrian, J. (2007).
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Ausländische Touristen mit einer oder mehreren Bahnreisen in der Schweiz sind häufiger in der Sommersaison (58%) als in der Wintersaison (42%) unterwegs. - Ziemlich bedeutend dürfte der grenzüberschreitende Tagesausflugsverkehr für den ÖV zwecks Aktivitäten wie Shopping, Kultur oder Outdoor sein. Insbesondere die Städte scheinen beliebte Reiseziele von Tagestouristen zu sein.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Informationen können von Interesse sein in Bezug auf die Art der Fortbewegung ausländischer Touristen. - Da beim Tourismusmonitor Schweiz (TMS), der als Datenquelle ausgewertet wurde, nur Übernachtungsgäste befragt wurden, sind die Daten für die Stadt Luzern nur bedingt aussagekräftig.

4.2.10 Wirtschaftsbericht der Stadt Luzern

Titel	Wirtschaftsbericht der Stadt Luzern																																																
Beschreibung	Der Wirtschaftsbericht der Stadt Luzern beinhaltet Informationen zur städtischen Wirtschaftspolitik, zu Herausforderungen, Strategien und Massnahmen der Stadt Luzern. Er behandelt auch den Tourismus ohne dazu neue Zahlen zu liefern.																																																
Quellen	Stadtrat Luzern (2014). Wirtschaftsbericht der Stadt Luzern																																																
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Eine Analyse der Unternehmensgewinnsteuer der 100 grössten Beitragszahler der Stadt Luzern zeigt aufgeteilt nach den verschiedenen Branchen für die Jahre 2010 und 2012 folgende Beiträge und Anteile ausgewählter Branchen: <ul style="list-style-type: none"> - 3. Schmuck-, Uhrendetailhandel (2'830'000, 8.3%) - 13. Hotellerie, Gastgewerbe (220'000, 0.6%) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>Gewinnsteuer Top100 Stadt</th> <th>Anteil Total jP (2012)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Banken</td><td>6'410'000</td><td>18,90%</td></tr> <tr><td>Headquarters</td><td>4'500'000</td><td>13,30%</td></tr> <tr><td>Schmuck-, Uhrendetailhandel</td><td>2'830'000</td><td>8,30%</td></tr> <tr><td>Rohstoffhandel</td><td>2'200'000</td><td>6,50%</td></tr> <tr><td>Infrastruktur Energie, Telecom</td><td>2'140'000</td><td>6,30%</td></tr> <tr><td>Versicherungen, Krankenkassen</td><td>1'810'000</td><td>5,30%</td></tr> <tr><td>Bau und Immobilien</td><td>1'130'000</td><td>3,30%</td></tr> <tr><td>Medien und Marketing</td><td>1'100'000</td><td>3,20%</td></tr> <tr><td>Metallverarbeitung</td><td>870'000</td><td>2,60%</td></tr> <tr><td>Gross- und Detailhandel</td><td>500'000</td><td>1,50%</td></tr> <tr><td>Gesundheitsversorgung</td><td>480'000</td><td>1,40%</td></tr> <tr><td>Nahrungsmittelproduktion</td><td>450'000</td><td>1,30%</td></tr> <tr><td>Hotellerie, Gastgewerbe</td><td>220'000</td><td>0,60%</td></tr> <tr><td>Dienstleistungen und Diverse</td><td>210'000</td><td>0,60%</td></tr> <tr><td>Total</td><td>24'850'000</td><td>73 %</td></tr> </tbody> </table>		Gewinnsteuer Top100 Stadt	Anteil Total jP (2012)	Banken	6'410'000	18,90%	Headquarters	4'500'000	13,30%	Schmuck-, Uhrendetailhandel	2'830'000	8,30%	Rohstoffhandel	2'200'000	6,50%	Infrastruktur Energie, Telecom	2'140'000	6,30%	Versicherungen, Krankenkassen	1'810'000	5,30%	Bau und Immobilien	1'130'000	3,30%	Medien und Marketing	1'100'000	3,20%	Metallverarbeitung	870'000	2,60%	Gross- und Detailhandel	500'000	1,50%	Gesundheitsversorgung	480'000	1,40%	Nahrungsmittelproduktion	450'000	1,30%	Hotellerie, Gastgewerbe	220'000	0,60%	Dienstleistungen und Diverse	210'000	0,60%	Total	24'850'000	73 %
	Gewinnsteuer Top100 Stadt	Anteil Total jP (2012)																																															
Banken	6'410'000	18,90%																																															
Headquarters	4'500'000	13,30%																																															
Schmuck-, Uhrendetailhandel	2'830'000	8,30%																																															
Rohstoffhandel	2'200'000	6,50%																																															
Infrastruktur Energie, Telecom	2'140'000	6,30%																																															
Versicherungen, Krankenkassen	1'810'000	5,30%																																															
Bau und Immobilien	1'130'000	3,30%																																															
Medien und Marketing	1'100'000	3,20%																																															
Metallverarbeitung	870'000	2,60%																																															
Gross- und Detailhandel	500'000	1,50%																																															
Gesundheitsversorgung	480'000	1,40%																																															
Nahrungsmittelproduktion	450'000	1,30%																																															
Hotellerie, Gastgewerbe	220'000	0,60%																																															
Dienstleistungen und Diverse	210'000	0,60%																																															
Total	24'850'000	73 %																																															
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Daten zu Steuerbeiträgen können indirekt Auskunft geben über die Bedeutung der Branche sowie zu deren Beitrag an die öffentliche Hand. - Da keine eigenen Daten erhoben wurden, bietet der Wirtschaftsbericht darüber hinaus keine für diesen Bericht relevanten Informationen. - Mehr Transparenz in Bezug auf die effektiven Beiträge einzelner Unternehmen und Branchen könnte ggfs. helfen, mehr Verständnis für den Tourismus zu schaffen. 																																																

4.2.11 Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV AG)

Titel	Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV AG)
Beschreibung	Die SGV erhebt die Anzahl beförderte Personen. Die Besucherzahlen sind heruntergebrochen einzelne Tage verfügbar. Eine Befragung von 2015 durch die Hochschule Luzern liefert weitere quantitative und qualitative Informationen zu den Gästen der SGV.
Quellen	Schlussbericht SGV Kundenbefragung (2015) Geschäftsberichte Gespräch mit Stefan Schulthess, Geschäftsführer SGV und Werner Lüond, Marketingleiter (2019)
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - 2017: 2'676'060 Personen befördert, davon stiegen 1'143'786 Personen beim Bahnhof ein und 100'357 beim Verkehrshaus/Lido. - Es wurde 2017 ein Umsatz von 75.79 Mio. CHF generiert. Der Verkehrsertrag belief sich auf 33 Mio. CHF - 77% der im Jahr 2015 befragten Besucher (2'060'566) kommen aus der Schweiz. - 64% (1'318'762) der Schweizer Besucher kommen nicht aus dem Kanton Luzern. - Motive/Aktivitäten in Verbindung mit Schifffahrt: Wandern/Spaziergang (37%), Ausichts-Berg (29%), touristische Reise (23%) und Luzern besichtigen (22%). - 19% der Befragten kombinieren die Schifffahrt mit keiner weiteren Aktivität. - 588'733 Personen (22%) besichtigen auch die Stadt Luzern.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Daten der SGV beinhalten sowohl Angaben zur Anzahl beförderten Personen als auch zu sozio-demographischen Merkmalen. - Die erhobenen Frequenzen erlauben keine eindeutige Aussage zu der Anzahl Personen resp. Tagesreisen. - Das Erfassen der Ein- und Ausstiegsorte erlaubt gewisse Rückschlüsse bzgl. der Besucherflüsse.

4.2.12 Bergbahnen

Titel	Bergbahnen		
Beschreibung	Die Bergbahnen der Region erheben die Frequenzen und veröffentlichen diese in der Regel in den Geschäftsberichten.		
Quellen	Geschäftsberichte		
Ergebnisse	Anbieter	Jahr	Frequenzen
	Bürgenstock Bahn	2018	249'784
	Bürgenstock Shuttle	Mai-Dez 2018	317'000
	Pilatus	2017	779'420
	Rigi	2017	850'000
	Titlis	2017/2018	1'237'128
	Stanserhorn	2017	163'506
	Sonnenberg-Bahn	2017	46'626
	Stoosbahnen	2017/2018	355'000
	Melchsee-Frutt	2017	392'000
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Frequenzdaten verschiedener Bergbahnen sind wichtige Indikatoren für die Ausflugsaktivitäten in der Region. - Leider fehlen meist Angaben zum Anteil (Tages-)touristen sowie zur Kombination von Aktivitäten, die eine Interpretation mit Bezug auf das Reiseverhalten und die Besucherströme ermöglichen würden. 		

4.2.13 KKL, Messe, Casino, Theater

Titel	KKL
Beschreibung	Das KKL erhebt die Eintritte bei Konzerten und weist im Geschäftsbericht jeweils eine grobe Gesamtzahl an Besuchern aus.
Quellen	KKL Geschäftsberichte und Email-Auskunft, KKL Wertschöpfungsstudie 2011
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - 2017: über 0.5 Mio. Besucher, 31.3 Mio. CHF Umsatz, Wertschöpfung 75 Mio. CHF. - 2017: total 321'292 Konzertbesucher - Keine Zahlen zu den Corporate Events wie Kongresse, Messen, Meetings, Vorträge und Hospitality Events (können nicht zur Verfügung gestellt werden).

Titel	Messe Luzern
Beschreibung	Besucherzahlen der Messe Luzern für das Jahr 2017
Quellen	Geschäftsbericht Messe Luzern
Ergebnisse	- 2017: 363'790 Besucher.

Titel	Grand Casino Luzern
Beschreibung	Gästeszahlen des Grand Casino Luzern für das Jahr 2017
Quellen	Geschäftsbericht Grand Casino Luzern Gruppe
Ergebnisse	- 2017: 215'300 Gäste.

Titel	Luzerner Theater
Beschreibung	LUSTAT weist die jährlichen Besucherzahlen für das Luzerner Theater aus.
Quellen	LUSTAT: Kultur, Medien, Sport.
Ergebnisse	- Saison 2015/16: 63'232 Besucher, rund 50% kamen von ausserhalb der Stadt.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die aufgeführten Institutionen gehören teilweise zu den Besuchermagneten in der Stadt und Region und erheben regelmässig Daten. - Die Daten des KKL können beispielsweise zur Einschätzung der Typen Kultur sowie Geschäftstourismus beitragen. - Genauere Angaben bzgl. der Zusammensetzung der Besucher sind nicht vorhanden.

4.2.14 Museen

Titel	Museen								
Beschreibung	Die Eintritte der wichtigsten Museen werden regelmässig erhoben und von LUSTAT ausgewiesen. Angaben sind jährlich und monatlich verfügbar. Das Verkehrshaus Luzern weist in seinem Geschäftsbericht Besucherzahlen aus. Eine im Verkehrshaus durchgeführte Besucherbefragung liefert zusätzliche Informationen.								
Quellen	LUSTAT, Luzerner Museen; Geschäftsbericht Verkehrshaus								
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Verkehrshaus Luzern: 2017 519'997 Besucher und Eintrittserträge von 7'802'507 CHF (inkl. Hans-Erni-Museum, ohne Filmtheater). - Das Beispiel Verkehrshaus illustriert die unterschiedliche Besucherstruktur (vgl. Abbildung). 57% der Eintritte durch Tagesgäste, 15% durch Übernachtungsgäste, nur 19% sind Erstbesucher. - Gletschergarten: 2017 114'904 Eintritte. - Alle anderen Museen: 2017 total 215'445 Eintritte. - Gesamtvolumen der Museumsbesucher in der Stadt Luzern: mind. 850'000 Eintritte. <p>Eintritte im Jahr 2017</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="width: 70%;">Verkehrshaus</td> <td style="text-align: right;">519'997</td> </tr> <tr> <td>Gletschergarten</td> <td style="text-align: right;">114'904</td> </tr> <tr> <td>Bourbaki-Panorama</td> <td style="text-align: right;">32'730</td> </tr> <tr> <td>Natur-Museum</td> <td style="text-align: right;">46'103</td> </tr> </tbody> </table>	Verkehrshaus	519'997	Gletschergarten	114'904	Bourbaki-Panorama	32'730	Natur-Museum	46'103
Verkehrshaus	519'997								
Gletschergarten	114'904								
Bourbaki-Panorama	32'730								
Natur-Museum	46'103								

	<table border="1"> <tr> <td>Historisches Museum</td> <td>40'080</td> </tr> <tr> <td>Kunstmuseum</td> <td>49'373</td> </tr> <tr> <td>Sammlung Rosengart</td> <td>41'657</td> </tr> <tr> <td>Richard-Wagner-Museum</td> <td>5'502</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>850'346</td> </tr> </table> <p>Gästetypen</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Gästetypen</th> <th>eigene Daten (n = 731)</th> <th>Benchmark (n = 3'994 / 11 Museen)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Wohne/arbeite hier</td> <td>27%</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Urlaubsreise mit Übernachtung</td> <td>15%</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>Geschäftsreise mit Übernachtung</td> <td>1%</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Tagesreise ohne Übernachtung</td> <td>57%</td> <td>24%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: HSLU/Manova (2018). WEBMARK Museen 2017. Besucherbefragung im Verkehrshaus der Schweiz</p>	Historisches Museum	40'080	Kunstmuseum	49'373	Sammlung Rosengart	41'657	Richard-Wagner-Museum	5'502	Total	850'346	Gästetypen	eigene Daten (n = 731)	Benchmark (n = 3'994 / 11 Museen)	Wohne/arbeite hier	27%	36%	Urlaubsreise mit Übernachtung	15%	37%	Geschäftsreise mit Übernachtung	1%	4%	Tagesreise ohne Übernachtung	57%	24%
Historisches Museum	40'080																									
Kunstmuseum	49'373																									
Sammlung Rosengart	41'657																									
Richard-Wagner-Museum	5'502																									
Total	850'346																									
Gästetypen	eigene Daten (n = 731)	Benchmark (n = 3'994 / 11 Museen)																								
Wohne/arbeite hier	27%	36%																								
Urlaubsreise mit Übernachtung	15%	37%																								
Geschäftsreise mit Übernachtung	1%	4%																								
Tagesreise ohne Übernachtung	57%	24%																								
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Frequenzmessungen (Eintritte, Besucherzahlen, etc.) verschiedener Attraktionen, Museen, Festivals und Events geben Informationen über die Anzahl Besucher und können Hinweise zum Anteil einzelner Gästetypen (z.B. Kulturtyp, Museumstyp) liefern. - Allerdings sind Kombinationen verschiedener Attraktionen an einem Tag möglich, so dass die einzelnen Zahlen nicht vorbehaltlos kumuliert werden können, weil dies sonst zu Doppelzählungen führt. - Zudem kann in der Regel nicht unterschieden werden, ob es sich bei den Besuchern um Einheimische oder Touristen, respektive um Übernachtungs- oder Tagesgäste, handelt. Somit können keine Angaben zum Anteil der Tagestouristen gemacht werden. 																									

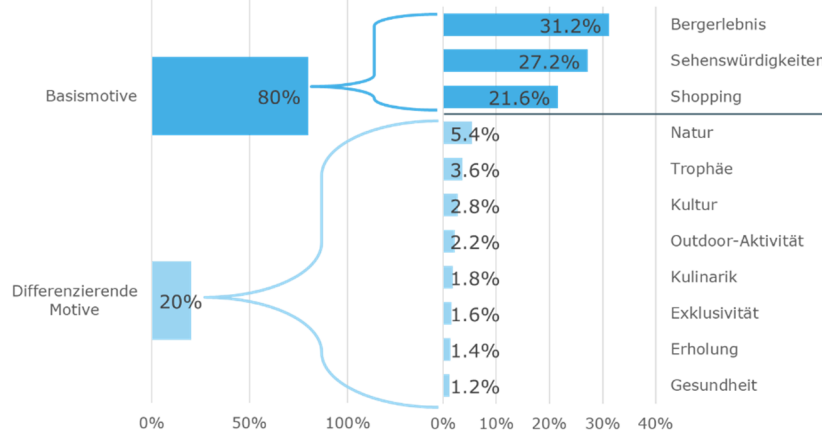
4.2.15 Events

Titel	Top Events
Beschreibung	Für die Top Events (https://www.luzern.com/en/highlights/top-events/) und einige weitere Veranstaltungen wurden die Besucherzahlen zusammengestellt. Dabei handelt es sich nicht um eine abschliessende Zusammenstellung. Teilweise beruhen die Zahlen auf Schätzungen.
Quellen	Diverse Webseiten, Zeitungsberichte
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Lucerne Festival (s. KKL) – Anteil Tagestouristen >90% (BAK 2003) - Lucerne Blues Festival (11'000) - Blue Balls Festival (100'000) - Comix Festival Fumetto (40'000) - Lucerne Regatta. (10'000) - Luzern Marathon (10'000 Läuferinnen, 30'000 Zuschauer) - Leichtathletik Meeting (6'500) - FCL-Heimspiele 180'000 (rund 10'000 pro Heimspiel) - Luzerner Fasnacht: Tagwache 15'000, Fritschi-Umzug 38'000, Wey Tagwache 4'000, Wey-Umzug 36'000
Interpretation	- Die Zahlen ermöglichen eine Abschätzung der Anzahl Eventbesucher in Luzern.

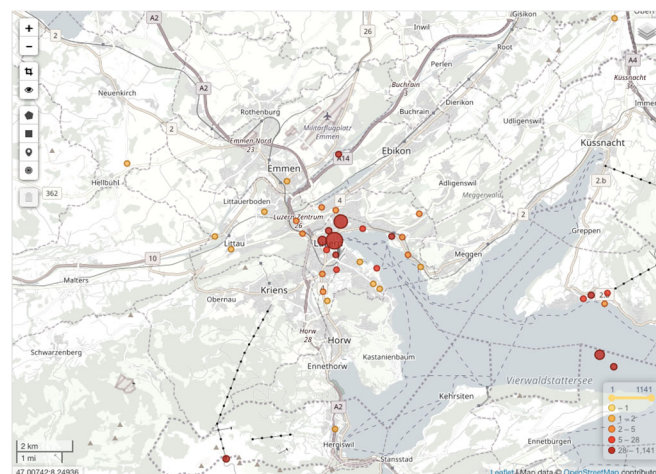
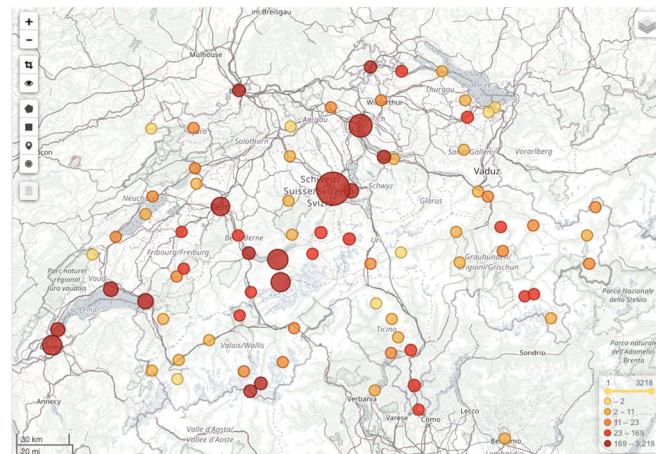
	- Die teilweise hohe zeitliche und räumliche Konzentration während Veranstaltungen wird in der Regel wenig problematisch wahrgenommen, da diese nicht primär touristisch sind, grosse Besuchermengen erwartet werden und die Events zeitlich befristet sind.
--	--

4.2.16 FIT China-Projekt

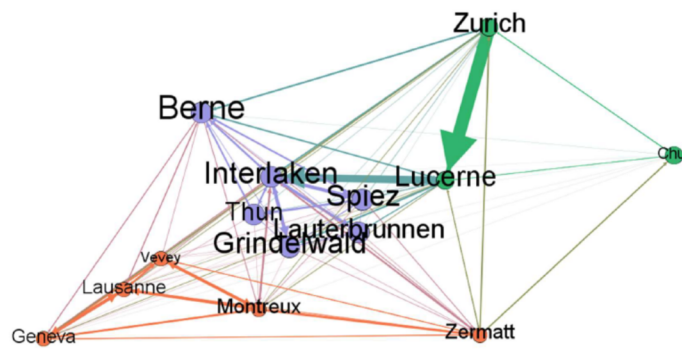
Titel	Outbound-Reisemarkt China: Nutzung des Wertschöpfungspotenzials von künftigen FIT Reisenden basierend auf einem Wissensnetzwerk																						
Beschreibung	Das Innotour-Projekt analysiert die chinesischen Individualreisenden in der Zentralschweiz. Projektpartner sind die Destinationen Luzern (Lead LTAG), Engelberg und Andermatt sowie insgesamt über 15 Projektpartner (u.a. Bucherer, Titlis Bahnen, Lucerne Festival, Zentralbahn, Schweiz Tourismus etc.). Untersucht wurden unter anderem die Reisemotive und das Reiseverhalten der chinesischen Individualreisenden																						
Quellen	HSLU-W und Projektpartner. Auswertung von Sekundärdaten, eigene qualitative Schätzungen der Projektpartner, quantitative Analyse der Social Media Daten von Qyer (Chinesische Social Media Plattform) (Qin, 2018) Artikel: Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2018/2019																						
Ergebnisse	<p>Basismotive der Chinesischen FIT:</p> <table border="1"> <tr> <td>Sehenswürdigkeiten</td> <td>Bergerlebnis (inkl. Schnee)</td> <td>Shopping</td> </tr> <tr> <td>27 %</td> <td>31 %</td> <td>22 %</td> </tr> </table> <p>Einschätzung weitere Entwicklung</p> <p>Differenzierende Motive der chinesischen FIT</p> <table border="1"> <tr> <td>Natur</td> <td>Outdoor- Aktivität</td> <td>Kultur</td> <td>Kulinarik</td> </tr> <tr> <td>5.4 %</td> <td>2.2 %</td> <td>2.8 %</td> <td>1.8 %</td> </tr> </table> <p>Einschätzung weitere Entwicklung</p> <table border="1"> <tr> <td>Erholung</td> <td>Gesundheit</td> <td>Exklusivität</td> <td>Trophäe</td> </tr> <tr> <td>1.4 %</td> <td>1.2 %</td> <td>1.6 %</td> <td>3.6 %</td> </tr> </table> <p>Einschätzung weitere Entwicklung</p>	Sehenswürdigkeiten	Bergerlebnis (inkl. Schnee)	Shopping	27 %	31 %	22 %	Natur	Outdoor- Aktivität	Kultur	Kulinarik	5.4 %	2.2 %	2.8 %	1.8 %	Erholung	Gesundheit	Exklusivität	Trophäe	1.4 %	1.2 %	1.6 %	3.6 %
Sehenswürdigkeiten	Bergerlebnis (inkl. Schnee)	Shopping																					
27 %	31 %	22 %																					
Natur	Outdoor- Aktivität	Kultur	Kulinarik																				
5.4 %	2.2 %	2.8 %	1.8 %																				
Erholung	Gesundheit	Exklusivität	Trophäe																				
1.4 %	1.2 %	1.6 %	3.6 %																				



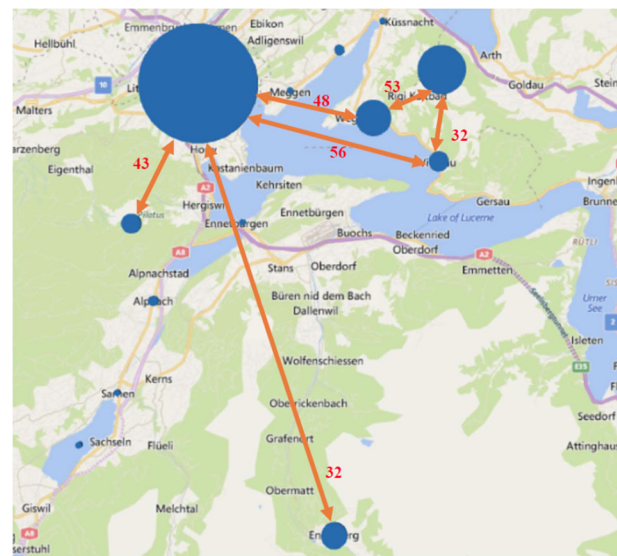
Im Rahmen des FIT-Projekts China hat die Hochschule Luzern Kommentare auf der beliebtesten chinesischen Social Media Reiseplattform Qyer ausgewertet. Basierend auf der Auswertung konnte eine Heatmap der in Kommentaren am häufigsten erwähnten Points of Interests erstellt werden.



Eine studentische Arbeit der Hochschule Luzern wertete zudem verschiedene Online-Reisetagebücher chinesischer Touristen aus, die einen Einblick geben über deren Reiserouten. (Qin, 2018)



Wird die Region rund um die Stadt Luzern genauer betrachtet, zeigt sich, dass die meisten Ausflüge auf die umliegenden Berge – insbesondere auf die Rigi – gemacht wurden. Rot ist die Reisezeit von/nach Luzern in Minuten angegeben.



Interpretation

- Während das Reiseverhalten der chinesischen Gruppenreisenden relativ gut bekannt ist, gibt es zu den chinesischen Individualreisen nur wenige sowie fragmentierte empirischen Daten, insbesondere zu den chinesischen Reisenden, welche Luzern und die Zentralschweiz besuchen.
- Die einzige schweizweite erhobene Datengrundlage ist der Tourismusmonitor Schweiz (TMS) von Schweiz Tourismus. Allerdings werden im Rahmen des TMS ausschliesslich übernachtende Freizeitreisende befragt. Daher kann der TMS keine Daten zu den chinesischen Tagesgästen von Luzern liefern.
- Die LTAG geht davon aus, dass rund 20% der in der Stadt übernachtenden Gäste aus China FIT sind. Das wären (auf Logiernächte bezogen) gut 30'000 FIT Gäste aus China (inkl. Hongkong und Taiwan). Allerdings übernachtet ein Grossteil der FIT ausserhalb der Stadt.
- Gemäss Schätzungen liegt der Anteil der der chinesischen FIT bei 20-30% von allen chinesischen Gästen, wobei dieser Anteil weiter zunehmen dürfte
- Zahlen zum Anteil der chinesischen FIT-Tagesbesucher gibt es nicht.
- Die Analysen im Rahmen des FIT China-Projekts haben ergeben, dass rund 80% der chinesischen Individualreisenden das gleiche Reiseverhalten haben wie die Gruppenreisenden, insbesondere, wenn sie zum ersten Mal in der Schweiz sind und der Besuch in der Schweiz Teil einer Europareise ist. D.h. sie besuchen die Top-Attraktionen und –Sehenswürdigkeiten, suchen ein Bergerlebnis und gehen einkaufen (Shopping), in Luzern insbesondere Uhren und Schmuck. Die einzigen Unterschiede im Reiseverhalten der FIT-Reisenden bestehen in Bezug auf die etwas längere Aufenthaltsdauer, die damit verbundene zeitliche Flexibilität und damit mehr Zeit für den Besuch von weiteren weniger bekannten Sehenswürdigkeiten und Orten. Zudem geben die chinesischen FIT wahrscheinlich weniger Geld beim Shopping aus (Durchschnittsausgaben

	<p>pro Person und Tag 380 CHF, im Vergleich zu den Gruppenreisenden mit 480 CHF pro Person und Tag). Damit dürfte die Wertschöpfung der chinesischen FIT geringer sein als die Wertschöpfung der chinesischen Gruppeneisenden. Genaue Zahlen zum Ausgabeverhalten gibt es aber nicht, d.h. Zahlen die öffentlich zugänglich sind.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die wichtigsten weiteren Hauptreisemotive der übrigen 20% der chinesischen FIT sind die Natur und der Besuch von Trophäen (Top Attraktionen), die Kultur sowie Outdoor-Aktivitäten. Diese Segmente sind aber deutlich kleiner (Nischen). - Der Grossteil der chinesischen FIT besuchen die bekannten Attraktionen und Aktivitäten. Vereinzelt wird der Besuch der Hauptattraktionen gekoppelt mit dem Besuch von weniger bekannten Orten und Sehenswürdigkeiten (vgl. Heat Map der Social Media Daten).
--	--

4.2.17 Daten der Uhren- und Schmuckgeschäfte

Titel	Uhren- und Schmuckgeschäfte in Luzern (Bucherer, Gübelin, Embassy, Casagrande)
Beschreibung	Die Uhren- und Schmuckgeschäfte haben eine sehr grosse Bedeutung für den Tourismus in Luzern, insbesondere für den internationalen Gruppentourismus und vor allem aus China. Die Uhren- und Schmuckgeschäfte verfügen über unterschiedlich umfassende und genaue Daten über ihre Kunden (siehe Ergebnisse). Die meisten Daten sind aber vertraulich und können daher nicht publiziert werden.
Quellen	Unternehmensinterne Statistiken und Daten. Gespräche mit Vertretern von Bucherer, Gübelin und Embassy. Die Informationen aus den Gesprächen sind vertraulich.
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Die Uhren- und Schmuckgeschäfte verfügen über Kundendaten zur Anzahl, Herkunft und zu den Einkäufen (Ausgaben, Umsätze) ihrer Kunden. - Die mit Abstand grösste Bedeutung haben die chinesischen Gruppen. Die anderen Gruppen sind in Bezug auf den erzielten Umsatz vernachlässigbar. - Die Zahlen beziehen sich aber immer nur auf die eigenen Kunden sowie primär auf Gruppenreisende, weil die Gruppen jeweils vom Tourleader angemeldet werden (für die Rückerstattung der Kommissionen). - Die Reisenden der angemeldeten Gruppen werden namentlich gemeldet. Daher sind die Herkunft und Anzahl der Gruppenreisenden sehr genau bekannt, unabhängig davon, ob sie etwas kaufen oder nicht. - Abhängig vom Marktanteil und der Positionierung des Geschäfts (in Bezug auf die Gästesegmente) sind die Zahlen eines einzelnen Geschäfts nur mit Einschränkungen repräsentativ für alle Reisenden. - Die Zahlen von Bucherer sind aufgrund der Grösse und dem hohen Marktanteil repräsentativ und aussagekräftig. Weil Bucherer Verträge mit den wichtigsten Touroperator hat, werden die Gruppen bei Bucherer bereits vor ihrer Anreise nach Luzern angemeldet. - Bei den anderen Uhrengeschäften erfolgt die Anmeldung der Gruppe durch den Tourleader erst, wenn sie vor Ort sind. - Eine Segmentierung der Gruppen (z.B. in Budget-Gruppen, Mittelklasse-Gruppen und Premium-Gruppen) gibt es nicht. Entsprechend gibt es auch keine Daten zum Einkaufsverhalten der verschiedenen Gruppen. - Gemäss den Aussagen der Vertreter der Uhrengeschäfte ist nicht klar, ob und wenn ja inwiefern sich das Einkaufsverhalten der verschiedenen Segmente unterscheidet.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Aufgrund der grossen Bedeutung des Gruppentourismus in Luzern und der Zentralschweiz und der grossen Bedeutung des Shoppings bei den Gruppen (insb. der Kauf von Uhren und Schmuck durch Gruppen aus Asien/China), haben auch die Daten der Uhren- und Schmuckgeschäfte eine sehr grosse Bedeutung. - Die Uhren-/Schmuckgeschäfte verfügen über genaue Daten, die allerdings vertraulich sind. - Besonders wichtig sind die Daten zu den Ausgaben der Touristen, differenziert nach Gruppen- und Individualreisenden sowie bei den Gruppen differenziert nach den verschiedenen Gruppentypen (Segmente).

	<ul style="list-style-type: none"> - Die Anmeldungen der Gruppen bei Bucherer sind eine wichtige Datenquelle, beispielsweise für die gezielte Lenkung der Gruppen über Parkgebühren. Die Anmeldungen könnten ein guter Indikator sein für die Festlegung der Höhe der Parkgebühren. - Aufgrund von diesen Zahlen könnten die Konversionsraten sowie die durchschnittlichen Ausgaben pro Gruppenreisenden und die Gesamtumsätze pro Reisebus berechnet werden. - Zudem könnten grundsätzlich weitere Kennzahlen berechnet werden und es wäre auch möglich, Zeitreihen zu erstellen, z.B. zur Entwicklung der Konversionsraten und durchschnittlichen Ausgaben, differenziert nach Gruppen- und Individualgästen sowie Übernachtungs- und Tagesgästen. - Mit der Erhebung von weiteren Daten wären noch weitere Auswertungen möglich. - Besonders interessant wäre z.B. die Segmentierung der Reiseveranstalter (bzw. Gruppen) in Bezug auf die Kaufkraft, d.h. die Einteilung in: <ul style="list-style-type: none"> - Premium-Reiseveranstalter bzw. Gruppen - Durchschnittliche Reiseveranstalter bzw. Gruppen - Budget-Reiseveranstalter bzw. Gruppen - Diese zusätzliche Segmentierung würde eine differenziertere Steuerung und Lenkung des Gruppengeschäfts aufgrund der unterschiedlichen Wertschöpfung ermöglichen. - Weil es sich bei diesen Zahlen um sensible vertrauliche Zahlen handelt, die nicht publiziert werden, braucht es eine Anonymisierung und/oder Umrechnung von absoluten in relative Zahlen. In jedem Fall müsste dies in enger Zusammenarbeit mit den Uhren- und Schmuckgeschäften erfolgen und setzt eine Kooperationsbereitschaft dieser Unternehmen voraus. - Alternativ könnten die relevanten Zahlen auch nur geschätzt und plausibilisiert werden basierend auf den wenigen verfügbaren Zahlen. Allerdings wären diese Schätzungen wie auch die Validierungen sehr schwierig und die Aussagekraft dieser Schätzungen wesentlich geringer. - Interessante Erkenntnisse zum Gruppentourismus liefern zudem die Studien von AKP (Studie zum Monitoring Cartourismus Schwanenplatz; Befragung Chauffeure) sowie von Hanser Consulting (Gruppentourismus in Luzern).
--	---

4.2.18 Tourismusmonitor Schweiz (TMS)

Titel	Tourismusmonitor Schweiz (TMS)
Beschreibung	Der Tourismus Monitor Schweiz (TMS) wird von Schweiz Tourismus erhoben. Die letzte Befragung fand im Tourismusjahr 2017 (November 2016 bis Oktober 2017) statt und umfasst die Antworten von 21'000 Reisenden aus 130 Ländern, die während ihrer Reise vor Ort in 180 Schweizer Destinationen befragt worden sind. Damit stellt der TMS die schweizweit grösste nationale Gästebefragung dar. Die Gäste werden befragt zu den verwendeten Informationsquellen, ihren Bedürfnissen, den unternommenen Aktivitäten sowie ihre Zufriedenheit mit dem Urlaubsland Schweiz. Obwohl die Befragungen alle drei Jahre durchgeführt werden, ist die Vergleichbarkeit der Daten nur bedingt möglich, weil der Fragebogen zum Teil angepasst wurde.
Quellen	Tourismusmonitor Schweiz (TMS) von Schweiz Tourismus, 2017, 2014, 2011
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Der TMS umfasst nur Rückmeldungen von Übernachtungsgästen und Freizeitreisenden. - Ein Teil der befragten Gäste, die ausserhalb der Stadt und des Kantons Luzern übernachteten, dürfte Luzern im Rahmen eines Tagesausflugs besucht haben. Aufgrund der Daten können dies Reisenden aber nicht identifiziert und damit auch nicht quantifiziert werden. - Weil dieses Segment nicht erkennbar ist, lassen sich aus den Daten keine konkreten Erkenntnisse zu Tagestouristen von Luzern ableiten.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Obschon der TMS keine konkreten und quantitativen Daten liefert zu den Tagestouristen von Luzern, ist der TMS eine interessante Datenquelle in Bezug auf die Merkmale (Motive, Verhalten, Wichtigkeit, Zufriedenheit etc.) der Individualreisenden. - Besonders wertvoll ist die Segmentierung der Befragten. Die Daten zu den verschiedenen Segmenten liefern wichtige Hinweise für die Beschreibung der verschiedenen Gästetypen.

	- Dies erfordert aber eine umfassende und genaue Auswertung der Daten. Besonders empfehlenswert wäre eine Auswertung der Rohdaten des TMS. Dies ist aber nicht möglich, weil die Daten nur über standardisierte Abfragen auf der TMS-Website zugänglich sind. Weitergehende statistische Auswertungen sind daher nicht möglich.
--	---

4.2.19 Datenbedarf, Daten und Datenlücken zu Gästen

Basierend auf der Typologie der Gäste und dem Datenbedarf kann folgendes Raster abgeleitet werden (siehe Abbildung 18). Im Idealfall kann dieses mit den existierenden Daten ausgefüllt werden. Aufgrund der mangelnden Datenlage ergeben sich einige Herausforderungen. Es beginnt auf der obersten Stufe mit der Gesamtzahl Tagesgästen, für die es keine verlässlichen Zahlen gibt.

Zur Abschätzung der Gesamtzahl der Tagesgäste gibt es verschiedene Ansätze. Einerseits gibt es angebotsseitige Annäherungen, in dem Frequenzen bei touristischen Anbietern summiert werden. Andererseits können Daten auch nachfrageseitig erhoben werden, indem die Bevölkerung nach ihrem Reiseverhalten befragt wird.

Angebotsseitige Erfassungen der Tagesgäste können das Phänomen meist nur ungenügend erfassen, da nicht von allen Attraktionen Besucherzahlen erfasst werden können, da oft zwar die Gesamtbesucherzahl, aber nicht der Anteil (Tages-)Touristen erfasst wird und weil es zu Mehrfachzählungen kommt, da ein Teil der Gäste mehrere Angebote kombinieren.

Die folgende Tabelle illustriert die erhobenen Gesamtzahlen zu den Tagesreisen nach Luzern (Stadt und Kanton) und in die Zentralschweiz von verschiedenen Datenquellen sowie eine Abschätzung der Anzahl ausländischer Gäste basierend auf den Übernachtungszahlen in der Tourismusregion Luzern-Vierwaldstättersee.

Der Mikrozensus Verkehr sowie die Haushaltsbefragung zum Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung basieren auf Befragungen der Schweizer Bevölkerung und deren Angaben zum Ausflugsverhalten. Die Wertschöpfungsstudie basiert auf einer Schätzung aufgrund von Gesprächen und früheren Studien.

Abbildung 18: Schätzungen zur Anzahl Tagesreisen/Tagesgäste (in Mio. pro Jahr)

Tagesreisen/Tagesgäste (in Mio./Jahr)	Stadt Luzern	Stadtregion Luzern	Kanton Luzern	Zentral-schweiz	Quellen
Total	--	--	--	24 – 28	Hanser Consulting AG (2019)
Total⁽¹⁾	6.4	8.0	11.8	--	BHP (2015)
Schweizer⁽¹⁾	5.4	6.8	10.0	--	BHP (2015)
Schweizer⁽²⁾	2.3	2.9	--	--	BFS (2015)
Schweizer⁽³⁾	2.0	2.5	3.1	6.6	BFS (2017)
Ausländer⁽¹⁾	0.4	0.5	0.8	--	BHP (2015)
Ausländer⁽⁴⁾	1.1	--	--	--	Hanser Consulting AG (2018)
Ausländer⁽⁵⁾	0.6	--	--	--	BFS (2018)
Geschäftsreisende⁽¹⁾	0.5	0.7	1.0	--	BHP (2015)

Quellen: Eigene Schätzungen und Berechnungen basierend auf folgenden Quellen

- BFS (2018) Beherbergungsstatistik (HESTA)
- BFS (2017) Reiseverhalten (Modul der Haushaltsbudgeterhebung HABE)
- BFS (2015) Verkehrsverhalten der Bevölkerung. Ergebnisse des Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2015.
- BHP (2015). Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern.
- Hanser Consulting AG (2018). Gruppentourismus in Luzern. (Schätzungen)
- Hanser Consulting AG (2019). Erlebnisregion Luzern – Vierwaldstättersee. Touristisches Entwicklungspotential. (Schätzungen).

Bemerkungen zu den Studien, Berechnungen und Annahmen:

- (1) BHP (2015): Schätzung durch BHP aufgrund von Gesprächen mit Akteuren vor Ort und Erfahrungswerten aus Studien, Berichten und Analysen in der Zentralschweiz und anderen Kantonen der Schweiz. Zudem Berücksichtigung der geografischen Lage der Zentralschweiz, bzw. der Erreichbarkeit der Attraktionen für Schweizer Tagesgäste (gemäss Auskunft BHP). Gemäss BHP besuchen 68% der Tagesgäste die Stadtregion (Stadt Luzern, Agglomeration und Agglomerationsumland, vgl. Abgrenzung S.2, Methodik). Hier wird angenommen, dass dieser Anteil für alle Kategorien gleich gilt. Frühere Studien zeigten, dass der Anteil der Stadt gut 80% der Stadtregion ausmacht. Die Werte für die Stadt basieren auf dieser Annahme.

- (2) BFS (2015): Sonderauswertung Stadt Luzern. Annahme für die Stadtregion: 125% der Stadt.
- (3) BFS (2017): Es liegt nur das Total Tagesreisen in der Schweiz vor, ohne dass diese auf Regionen oder Orte heruntergebrochen werden könnten. Die geografische Verteilung der Tagesreisen wurde hier analog der Ankünfte in Hotels (Anteil Stadt Luzern resp. Kanton und Tourismusregion) vorgenommen. Es muss allerdings angenommen werden, dass der Anteil Tagestouristen in Luzern im Verhältnis zu den Übernachtungsgästen effektiv deutlich höher liegt, da die Region aufgrund der Attraktivität und der Erreichbarkeit einen überproportional hohen Anteil an Tagesgästen hat. Annahme für Stadtregion: 125% von Stadt.
- (4) Hanser Consulting (2018): Die Hanser-Studie zum Gruppentourismus weist insgesamt 1.4 Mio. ausländische Gruppentouristen am Schwanenplatz aus. Die Studie schätzt, dass rund 50 Prozent der Gäste in der Region übernachten. Rund 45 Prozent davon entfallen auf die Stadt Luzern. Entsprechend kann die Anzahl ausländischer Gruppentagesgäste aus der Perspektive der Stadt abgeleitet werden. Da allein im chinesischen Markt bereits rund 20% der Besucher als Individualgäste die Stadt besuchen und diese teilweise ebenfalls ausserhalb der Stadt übernachten, dürfte die Zahl der ausländischen Tagesgäste insgesamt noch höher sein.
- (5) BFS (2018): Abgeleitet von den Übernachtungszahlen in Kanton und Region. Annahmen: 90% der ausländischen Übernachtungsgäste im Kanton (Ankünfte) resp. 80% der ausländischen Übernachtungsgäste in der übrigen Tourismusregion (Ankünfte) besuchen auch die Stadt Luzern. Die Zahl könnte darauf hindeuten, dass ein wesentlicher Anteil der Tagesgäste in der Stadt ausserhalb der Tourismusregion übernachtet. Diese Vermutung wird durch die AKP-Studie zum Monitoring Cartourismus Schwanenplatz (Befragung Chauffeure) bestätigt (siehe Kap. 4.3.5).

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Zusammenfassung der Schätzungen mit Bandbreiten, wenn es mehr als eine Zahl gibt.

Abbildung 19: Zusammenfassung der Schätzungen der Anzahl Tagesreisen/Tagesgäste (in Mio. pro Jahr)

Tagesreisen/Tagesgäste (in Mio./Jahr)	Stadt Luzern	Stadtregion Luzern	Kanton Luzern	Zentralschweiz
Schweizer	2.0 – 5.4	2.5 – 6.8	3.1 – 10.0	6.6
Ausländer	0.4 – 1.1	0.5	0.8	--
Geschäftsreisende	0.5	0.7	1.0	--
Total	2.9 – 7.0	3.7 – 8.0	4.9 – 11.8	24 – 28

Quellen: Siehe vorherige Abbildung

Interpretation

- Die nachfrageseitig empirisch am besten abgestützte Zahl zu den Tagesreisen von Schweizern in die Stadt Luzern aus dem Mikrozensus Verkehr liegt mit 2 Mio. deutlich unter den Zahlen der Studie von BHP zur Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Luzern von 6.8 Mio., wobei sich diese Zahl auf die ganze Stadtregion bezieht.
- Die im Mikrozensus Verkehr sowie in der Haushaltsbefragung genannten Zahlen beziehen sich ausschliesslich auf Schweizer. Für den Anteil ausländischer Gäste können die Übernachtungszahlen im Kanton resp. in der Region ein Indikator sein.
- Der Unterschied der Zahlen zu den ausländischen Tagesgästen in der Stadt weist darauf hin, dass ein wesentlicher Anteil der ausländischen Tagesgäste ausserhalb der Region übernachtet. Dies stimmt überein mit den Ergebnissen mehrerer Carstudien. Zudem trifft dies zunehmend auch auf Individualreisende zu und bestätigt die Tendenz vieler internationaler Gäste zu einem Hub & Spoke Verhalten. In anderen Worten ausgedrückt, sie übernachten in zentralen Städten (z.B. Zürich, Basel oder Bern) und unternehmen von dort aus Tagesausflüge.

Wenn trotz der mangelhaften Datenlage versucht wird, das Datenraster auszufüllen und die Factsheets zu beschreiben, zeigen sich einige Herausforderungen. Das folgende Raster (Abbildung 20) wurde unter folgenden Voraussetzungen aufgefüllt:

1. Die Gesamtzahl der Tagesgäste ist unbekannt und die Schätzungen weisen eine hohe Bandbreite auf. Hier wurde von der Schätzung der Anzahl Tagesgästen aus der BHP-Wertschöpfungsstudie ausgegangen.
2. Zur Aufteilung der Gruppengäste gibt es Informationen von den Uhrengeschäften, die hier beigezogen wurden.
3. Die Aufteilung der Individualreisenden basiert primär auf einer Kundenbefragung sowie auf weiteren Informationen und Schätzungen aus persönlichen Gesprächen mit der SGV.

Da die verschiedenen Quellen teilweise nicht übereinstimmen, kann es Abweichungen der Daten zu späteren Abbildungen geben. Es handelt sich hier um eine grobe Schätzung basierend auf selektiven Quellen, die in einem weiteren Schritt von Experten geprüft und validiert werden müsste.

Abbildung 20: Raster Gästetypen (ausgefüllt)

Typologie Tagestourist Sicht: Stadt Luzern					Bewertung		
	Anzahl	Anteil	Entwicklung	Datenquellen		Nutzen	Problembereiche
	Zahl/Schätzung	Anteil in %	Tendenz	Quellen		Skala 1-6	Skala 1-6
	Total	Total					
Tagestourist	8000000	100%	↗	BHP (2015). Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern.		k.A	k.A
						k.A	k.A
Gruppengast	1700000	21%	↗	BHP (2018). Gruppentourismus in Luzern. SGV (2019). Interview mit St. Schulthess		k.A	k.A
Individinalgast	6300000	79%	↗	Total minus Gruppengäste		k.A	k.A
						k.A	k.A
Gruppengast - Schweiz	697000	41%	→	SGV (2019). Interview mit St. Schulthess		k.A	k.A
Gruppengast - Ausland	1003000	59%	↗	BHP (2018). Gruppentourismus in Luzern.		k.A	k.A
						k.A	k.A
Individinalgast - Schweiz	4725000	75%	→	SGV (2019). Interview mit St. Schulthess		k.A	k.A
Individinalgast - Ausland	1575000	25%	↗	SGV (2019). Interview mit St. Schulthess		k.A	k.A
						k.A	k.A
Gruppengast - Europa	2527	0.3%	→	Uhrengeschäfte (2019). Interviews.		k.A	k.A
Gruppengast - USA	58818	5.9%	↗	Uhrengeschäfte (2019). Interviews.		k.A	k.A
Gruppengast - Asien	917359	91%	↗	Uhrengeschäfte (2019). Interviews.		k.A	k.A
Gruppengast - Übrige	24297	2.4%	→	Uhrengeschäfte (2019). Interviews.		k.A	k.A
						k.A	k.A
Individinalgast - Europa	657090	42%	↘	Kundenbefragung SGV 2015		k.A	k.A
Individinalgast - USA	331223	21%	→	Kundenbefragung SGV 2015		k.A	k.A
Individinalgast - Asien	228060	14%	↗	Kundenbefragung SGV 2015		k.A	k.A
Individinalgast - Übrige	358470	23%	→	Kundenbefragung SGV 2015		k.A	k.A
						k.A	k.A
Gruppengast - China	618604	68%	↗	Uhrengeschäfte (2019). Interviews.		k.A	k.A
Gruppengast - Indien	102712	11%	↗	Uhrengeschäfte (2019). Interviews.		k.A	k.A
Gruppengast - Übrige	193299	21%		Uhrengeschäfte (2019). Interviews.		k.A	k.A
						k.A	k.A
Individinalgast - China	114030	50%	↗	Schätzung HSLU		k.A	k.A
Individinalgast - Indien	68418	30%	↗	Schätzung HSLU		k.A	k.A
Individinalgast - Übrige	45612	20%	→	Schätzung HSLU		k.A	k.A

Quellen: Diverse, siehe Spalte «Datenquellen»

Das Raster zeigt Schätzungen der Tagesgäste aus Sicht der Stadt Luzern. Je nach räumlicher Ebene, die betrachtet wird, ergeben sich unterschiedliche Mengengerüste. Von Interesse wäre einerseits eine Gesamtzahl der Touristen in der Region sowie der Anteil übernachtender Gäste (in der Region, im Kanton, in der Stadt) sowie der Tagesgäste. Die Bewertung des Nutzens sowie der Problembereiche wurde nicht ausgefüllt, da einerseits die Datenlage zu dünn ist und andererseits diese je nach Anspruchsgruppe unterschiedlich ausfällt und somit nicht einheitlich und breit abgestützt ist.

Wenn es um Daten zu den einzelnen Gästetypen geht, liefern die zusammengetragenen Datenquellen nur punktuell hilfreiche Informationen, wie den folgenden Abbildungen zu entnehmen ist, welche mögliche Datenquellen sowie Datenlücken für einzelne Gästetypen aufzeigen.

Abbildung 21: Datenquellen und -lücken Gästetypen

Gästetyp	Datenquellen	Datenlücken
Gruppengast – Schweiz	Über Schweizer Gruppengäste weiss man relativ wenig. Buchungen von Gruppentickets (Bergbahnen, SBB, Schifffahrt) können Hinweise liefern.	Anzahl, Anteil, Aufenthaltsdauer, Ausgabeverhalten, Besucherflüsse
Gruppengast – Ausland	Zum ausländischen Gruppentourismus liefern die BHP-Studie zum Gruppentourismus sowie die verschiedenen AKP-Studien hilfreiche - wenn auch nicht konsistente - Informationen.	Anzahl, Anteil, Herkunft, Reiseform, Reiserouten, Ausgabeverhalten, Segmente

Kleingruppen – Ausland	Abgesehen von der Anzahl Kleinbusse auf dem Inseli (6% der Fahrten gemäss AKP), gibt es keine Informationen zu den touristischen Kleingruppen.	Anzahl, Anteil, Herkunft, Reiseform, Reiserouten, Ausgabeverhalten, Segmente
Individualgast – Schweiz	Die Besucherzahlen verschiedener Attraktionen (z.B. Verkehrshaus, Museen, Events) sowie touristischer Anbieter (z.B. SGV, Bergbahnen) liefern Informationen zu Frequenzen.	Anzahl, Anteil, Aufenthaltsdauer, Ausgabeverhalten, Besucherströme
Individualgast – Ausland	Während es zum Individualgast aus China grobes Wissen in Bezug auf Motive und Reiseverhalten gibt, sind andere Herkunftsmärkte kaum erforscht.	Anzahl, Anteil, Aufenthaltsdauer, Ausgabeverhalten, Herkunft, Besucherströme

Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 22: Datenquellen und -lücken Gästetypen: Fokus Schweiz

Gästetyp	Datenquellen	Datenlücken
Typ „Natur (See, Berge)“	Zum Natur-Typ gibt es nur indirekt Informationen, wenn bspw. Frequenzen der Bergbahnen (Berg) oder der SGV (See) beigezogen werden.	Anzahl, Anteil Touristen, Anteil Tagestouristen, Kombinationen, Ausgabeverhalten, Herkunft, Besucherströme
Typ „Stadt“	Zum Stadt-Typ liegen kaum Informationen vor, insbesondere für die Typen „Nightlife/Party“ und „Shopping“. Daten der Messe Luzern und des KKL können Hinweise geben zum Typ „Geschäftsreisen“.	Anzahl, Anteil Touristen, Anteil Tagestouristen, Kombinationen, Ausgabeverhalten, Herkunft, Besucherströme
Typ „Kultur“	Zum Kultur-Typ gibt es einige quantitative Informationen (Besucherzahlen) von Kulturinstitutionen. Insbesondere zum Typ „Museum“ und zum Typ „Theater“ sowie bedingt zum Typ „Konzerte“. Zudem gibt es Besucherzahlen der verschiedenen Musikfestivals.	Anzahl, Anteil Touristen, Anteil Tagestouristen, Kombinationen, Ausgabeverhalten, Herkunft, Besucherströme

Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 23: Datenquellen und -lücken Gästetypen: Fokus China

Gästetyp	Datenquellen	Datenlücken
China Gruppe	Basierend auf der Studie zum ausländischen Gruppentourismus sowie auf den AKP-Studien kann der Anteil chinesischer Gruppengäste grob abgeschätzt werden. Zudem liefern die Studien Informationen zum Reiserouten und Aufenthaltsdauer der Cars.	Anzahl, Anteil, Segmente, Übernachtungsort, Ausgaben, Konversionsrate (Anteil der Gäste, die eine Uhr oder Schmuck kaufen)
China Kleingruppe	Abgesehen von der Anzahl Kleinbusse auf dem Inseli (6% der Fahrten gemäss AKP), gibt es keine Informationen zu den touristischen Kleingruppen.	Anzahl, Anteil, Segmente, Übernachtungsort, Ausgaben, Konversionsrate (Anteil der Gäste, die eine Uhr oder Schmuck kaufen)

China Individual	Zum Individualgast aus China gibt es gewisses generelles Wissen in Bezug auf Motive und Reiseverhalten, aber keine regelmässig erhobene Daten.	Anzahl, Anteil, Übernachtungsort, Besucherströme, Ausgaben, Konversionsrate (Anteil der Gäste, die eine Uhr oder Schmuck kaufen)
- Stadt, See, Berge, Shopping	Bei den FIT gilt dieses Hauptmotiv für schätzungsweise 80%.	
- Natur	Natur ist für nur ca. 5% das Hauptmotiv. Nimmt man Outdoor Aktivitäten (2%) dazu sind es rund 7%.	
- Kultur	Kultur ist das Hauptmotiv für rund 3%, wobei hier auch die Kulinarik (knapp 2%) noch dazu gezählt werden könnte.	
- Geschäftsreisen	Geschäftsreisende sind in Bezug auf Tagesgäste wohl vernachlässigbar.	
- Übrige	Weitere Motive von chinesischen FIT sind Exklusivität, Erholung oder Gesundheit (alle je rund 1 bis 1.5%).	

Quelle: Eigene Darstellung

Im Idealfall könnte für jeden Gästetyp ein Factsheet zusammengetragen werden, wie es hier exemplarisch an drei Anschauungsbeispielen Gruppen illustriert ist. Diese umfassen Gruppenreisende aus China mit Hauptmotiv Stadt, See, Berge, Shopping (Typ 1), Individualreisende aus China mit dem Hauptmotiv Stadt, See, Berge, Shopping (Typ 2) und Gruppenreisende aus der Schweiz am Beispiel von Vereinen (Typ 3). Die Factsheets vermitteln eine dichte und knappe Beschreibung des jeweiligen Gästetyps und differenziert räumliche und zeitliche Angaben. Zudem werden sofern möglich die qualitativen Merkmale mit gestützten quantitativen Angaben ergänzt. Nutzen und Problembereiche der jeweiligen Gästetypen werden beschrieben und untereinander abgewogen. Zum Schluss werden die Datenquellen angegeben, auf welcher sich das Factsheet stützt sowie die Datenlücken eruiert, welche es für eine umfassendere Betrachtung zu schliessen gilt. Im letzten Feld 'Weitere Attribute' werden zusätzliche Informationen angefügt, die zwar relevant sind, jedoch nicht im Raster des Factsheets sinnvoll untergebracht werden können.

Abbildung 24: Factsheet China: Gruppe (Stadt, See, Berge, Shopping)

Typ	China – Gruppe – Stadt, See, Berge, Shopping
Typ / Motiv	Die chinesische Reisegruppe reist in wenigen Tagen durch Europa und möchte an den zahlreichen kurzen Zwischenhalten ein möglichst dichtes und stereotypisches (Bucket-List) Reiseprogramm erleben. In Luzern beinhaltet dies Stadt, See, Berge und Shopping.
Raum / Zeit	Reisen in China sind oft an die Feiertage (Chinesisches Neujahr/Frühlingsfest im Frühjahr bzw. Golden Week/Mondfest/Nationalfeiertag im Herbst) gebunden. Zusätzlich sind die Sommermonate für Rundreisen durch Europa beliebt. Ankunft in Luzern ist meist am späteren Nachmittag, da am Tag oft ein Bergausflug unternommen wird.
Quantitative Angaben	Ein Grossteil der Gruppenreisenden in Luzern stammt aus China. Die verschiedenen Carstudien erhoben Anteile von 47% (Inseli, AKP2015) über 63% und 75% (Schwanenplatz, AKP2014). Bei Bucherer machen Gruppengäste aus China rund 34% aus.
Nutzen	Hohe Wertschöpfung, insbesondere für die Uhren- und Schmuckbranche (Vgl. Gruppentourismus in Luzern - Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung, Hanser Consulting AG, Juni 2018). Gruppengäste von heute werden zudem als die Individualgäste von morgen gesehen, welche als Repeater länger bleiben und sich vertiefter mit der Destination auseinandersetzen.
Problembereiche	Durch die zeitliche und räumliche Konzentration, das kulturell bedingte Verhalten als auch das Verhalten in Gruppen, wird dieses Gästesegment als problembehaftet wahrgenommen. Einseitige Wertschöpfung wird zudem von manchen Bewohnern als unfair

	oder unausgeglichen betitelt. Grundtenor: Kosten werden verallgemeinert, Gewinne privatisiert.
Datenquellen	Angaben von Leistungsträger (siehe auch Gruppentourismus in Luzern - Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung, Hanser Consulting AG, Juni 2018)
Datenlücken	Differenzierte Daten zu Herkunft, Reiseform und Reiserouten fehlen. Insbesondere zu Kleingruppen und Individualreisenden kaum Daten vorhanden. Unterscheidung von Premium-Gruppen und Standard-Gruppen nötig.
Weitere Attribute	Während Chinesen aus Hongkong und Taiwan schon länger in die Schweiz reisen, waren es in den letzten Jahren vor allem die Gäste aus den sogenannten 1st and 2nd tier cities sowie in einer nächsten Welle aus den 3rd and 4th tier cities die für das starke Wachstum sorgten. Unterdessen kommen immer mehr Individualreisende aus China (FIT) nach Luzern. Ein grosses Wachstum liegt zudem bei den Kleingruppen (bis 15 Pax), die ebenfalls oft mit einem Tourguide unterwegs sind.

Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 25: Factsheet China: Individual (Stadt, See, Berge, Shopping)

Typ		China – Individual – Stadt, See, Berge, Shopping
Typ / Motiv		Obwohl sich chinesische Individualreisende in Bezug auf Reisedauer sowie Reise- und Übernachtungsform von Gruppenreisenden unterscheiden, ähneln sich die Motive sehr. Individual wie Gruppenreisende schätzen an Luzern in erster Linie die historische Altstadt, den See und die umliegenden Berge (inkl. Ausflug) sowie das Shopping-Angebot.
Raum / Zeit		Reisende aus China richten ihre Reisen oft nach den gesetzlichen Feiertagen aus (Frühjahrsfest/Chinesisches Neujahr bzw. Mondfest/Nationalfeiertag). Ansonsten sind die Sommermonate beliebt Luzern zu bereisen. Die Stadt (verbunden mit Shopping) wird oft am späteren Nachmittag besucht, der Tag für Anreise resp. Schiff- oder Bergausflug genutzt.
Quantitative Angaben		Gemäss einer Schätzung von rund 15 touristischen Leistungsträger im Rahmen des FIT China- Projekts macht dieses Segment 80 % der chinesischen FIT-Gäste aus.
Nutzen		Im Vergleich zu den Gruppenreisenden besteht der Nutzen insbesondere in der geringeren Anzahl Personen (1- 6 Pax). Diese lassen sich einfacher in bestehende Frequenzen integrieren und sind von ihrem Verhalten her aufmerksamer und spontaner. So können sich auch Begegnungen mit Einheimischen ergeben.
Problembereiche		Die zunehmende Anzahl von Individualreisenden bringt auch neue Herausforderungen mit sich. Lassen sich Reisebusse noch einfacher regulieren (z.B. durch Verbote und Gebühren) ist dies im öffentlichen Verkehr (Zug) und/oder im motorisierten Individualverkehr (Mietauto) herausfordernder. Zudem wird in der Bevölkerung oft nicht differenziert und Gäste lediglich gemäss ihrer Herkunft klassifiziert.
Datenquellen		FIT China- Projekt (Innotour), TMS Schweiz Tourismus
Datenlücken		Zusätzliche Erkenntnisse über Buchungsverhalten, Reisedauer, Angebotspräferenzen werden im Rahmen des Projekts noch erarbeitet bzw. gilt es zusätzlich zu erheben.
Weitere Attribute		Aufgrund von Erfahrungen aus anderen Fernmärkten (insbesondere Südkorea und Japan) aus vergangen Jahren nehmen mit zunehmender Reisesicherheit und Sprachkenntnisse die Individualreisen auf Kosten der Gruppenreisen zu.

Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 26: Factsheet Schweiz: Gruppe (Vereine)

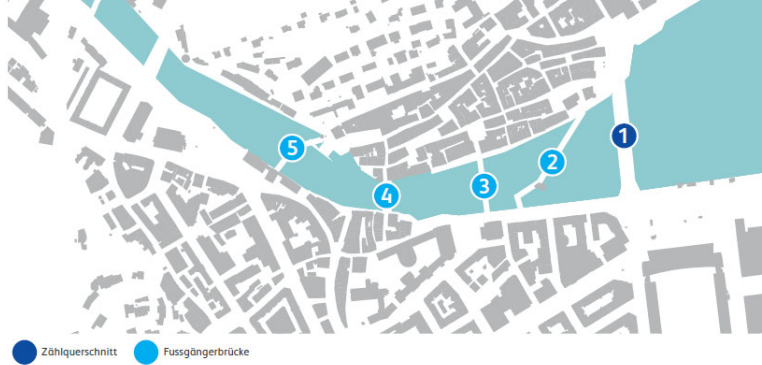
Schweiz – Gruppe – Vereine	
Typ / Motiv	Die Schweizer Ausflugsgruppe verstehen wir als freizeitorientierte Tagestouristen, die sich beispielsweise durch Verein, Freundschaft oder Verwandtschaft kennen und gemeinsam etwas unternehmen. Hauptmotiv kann eine Schifffahrt auf dem Vierwaldstättersee oder der Besuch eines Ausflugsbergs sein, woraus sich auch einen Aufenthalt in der Stadt Luzern ergibt. Dieser kann einen Spaziergang am Seeufer, den Besuch der Altstadt oder lediglich das Umsteigen von verschiedenen Verkehrsträger beinhalten.
Raum / Zeit	Die Raumnutzung konzentriert sich auf das Stadtzentrum (Altstadt, Reuss und Seeufer) und hängt stark von den benutzten Verkehrsträgern ab. Wird lediglich von Zug auf Schiff umgestiegen, beschränkt sich die Raumnutzung rund um den Bahnhofplatz. Je nach Aufenthaltsdauer weitet sich die räumliche Nutzung weiter aus. Typischerweise reist diese Gästegruppe in der Vor- oder Nebensaison bzw. im Sommer. Viele dieses Typus sind bereits pensioniert und sind daher nicht an die freien Arbeitstage (Wochenende/Feiertage) gebunden. Reisezeiten sind morgens und abends oft identisch mit den Pendlerströmen, manchmal auch zeitversetzt (Anreise ab 9 Uhr, Rückreise ab 19 Uhr).
Quantitative Angaben	Zur Anzahl der Schweizer Gruppen gibt es keine verlässlichen Zahlen. Basierend auf Informationen der SGV, die einer der grössten touristischen Akteure in der Region ist, kann von einem Anteil der Schweizer Gruppen von rund 10% ausgegangen werden. Ausgehend von 8 Mio. Tagesgästen (BHP, 2015) und unter der Annahme, dass 6 bis 7 Mio. davon Schweizer Individualgäste sind, kann man von rund 600'000 bis 700'000 Schweizer Gruppengästen ausgehen.
Nutzen	Die Ausgaben fokussieren sich auf den Transport, welche jedoch durch die guten Kenntnisse des Preissystems auf ein Minimum reduziert werden kann. Souvenirs werden selten gekauft, weitere Konsumation sind eher zurückhaltend.
Problembereiche	Das Konfliktpotential mit anderen Reisenden sowie Einheimischen ist gering. Durch das Sprachverständnis und den geteilten kulturellen Werten entstehen wenig Reibungsflächen. Eher kann sich diese Gästegruppen an anderen Tagesgästen enervieren, welche nicht aus dem gleichen Kulturkreis stammen. Ein weiteres Konfliktpotential ist mit Berufspendlern auszumachen, welche sich in ihrer täglichen Zugfahrt durch das Verhalten der Ausflügler gestört fühlen.
Datenquellen	Besucherzahlen SGV, Eintritte Verkehrshaus, Frequenzen Bergbahnen
Datenlücken	Datenquellen geben keine oder ungenügenden Hinweise auf Herkunft, Verweildauer und Ausgabeverhalten der Nutzergruppen.
Weitere Attribute	Es wird in Zukunft von keinem dynamischen Wachstum dieses Gästesegments ausgegangen.

Quelle: Eigene Darstellung

Die Zusammenführung der erhobenen Daten mit dem Datenbedarf zeigt, dass in Bezug auf die Informationen zu den Gästetypen viele Datenlücken bestehen oder Daten nicht validiert werden können.

4.3 Daten zum Raum

4.3.1 Monitoring Gesamtverkehr Luzern

Titel	Monitoring Gesamtverkehr Luzern
Beschreibung	Der Bericht Monitoring Gesamtverkehr Luzern 2017 beinhaltet Daten von Messungen/Zählungen aus der Periode 2012-2017. Unter anderem enthält er Daten zum Mobilitätsverhalten in Luzern (quantitativ) und misst Bewegungen auf den Reussbrücken. Die Daten zu den Fussgängern basieren auf Hochrechnungen aus Messungen während 2 Wochen/Jahr.
Quellen	VVL, Stadt Luzern, Kanton Luzern (2017). Monitoring Gesamtverkehr Luzern.
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Im Jahr 2017 wurden 81'500 Reussquerungen von Fussgängern pro Tag gemessen. Dazu kommen 4000 Velos, 35500 ÖV, 52000 MIV. - Im Innenstadtkordon wurden 2017 14500 Velos (3%), 195000 ÖV (43%) und 246000 MIV (54%) Personen pro Tag gemessen. 
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Daten ermöglichen über die Zeit betrachtet Tendenzen beim Verkehrsaufkommen zu erkennen. - Allerdings lassen sie keine Rückschlüsse zu über den touristischen Anteil oder die Struktur der Touristen (bzw. Gästetypen). - Auch können keine saisonalen, wöchentliche oder tägliche Schwankungen abgeleitet werden, da es sich – bei den Fussgängerzahlen – um einen hochgerechneten Jahresdurchschnitt handelt.

4.3.2 24-stündiger Motorfahrzeugverkehr

Titel	24-stündiger Motorfahrzeugverkehr
Beschreibung	Verkehrsaufkommen Motorfahrzeuge, laufend (jährlich, monatlich ausgewiesen)
Quellen	LUSTAT
Ergebnisse	<p>Durchschnittlicher Tagesverkehr</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Kordon" Region Luzern (beide Richtungen): 283'588 (2016) - Korridor Reuss (beide Richtungen): 130'898 - Seebrücke Luzern (beide Richtungen): 35'987
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Daten erlauben das Erkennen von Entwicklungen im Motorfahrzeugverkehr. - Sie können Auskunft geben über zeitliche Schwankungen. - Sie erlauben keine Aussagen zum Anteil des touristischen Verkehrs.

4.3.3 Pendler

Titel	Pendler
Beschreibung	Pendlerinnen und Pendler, jährlich
Quellen	https://reporting.sbb.ch LUSTAT
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Passagierbewegungen (PB) Bahnhof Luzern: 164'000 PB/Werks- tag - 2016 verzeichnete die Stadt Luzern 47'500 Zupendler (und 20'600 Wegpendler). - Modal Split bei den Zupendlern: 3000 Langsamverkehr, 19'100 MIV, 25'300 ÖV.

Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Pendler verursachen einen grossen Teil der Frequenzen an bestimmten Orten in der Stadt Luzern, insbesondere am Bahnhof. - Zu den Pendlerzeiten sind sie für einen wesentlichen Teil des Verkehrsaufkommen verantwortlich und vermischen sich mit dem einheimischen und touristischen Verkehr.
----------------	--

4.3.4 Car-Daten

Titel	Car-Daten Erhebung
Beschreibung	Am Schwanenplatz und Löwenplatz werden Daten zu den Cars erhoben. Es liegen Daten im Jahres-, Monats- sowie Tagesverlauf (Uhrzeit) für die Standorte Schwanenplatz und Löwenplatz vor.
Quellen	Stadt Luzern. Erhoben durch Verkehrssicherungsdienst der SECURITAS sowie seit 2018 mittels Sensoren
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - 2017 wurden am Schwanenplatz 50'898 und am Löwenplatz 30'394 Cars gezählt. - Das ergibt in der Summe (durch 2) 40'646 Cars. - In Bezug auf die Auslastung der Cars gibt es nur Schätzungen. - Ausgehend von einer durchschnittlichen Auslastung von 35 Personen pro Car ergibt dies 1'422'610 Gruppengäste. - Eine Auswertung der Sensordaten durch die AKP (2019) ergibt für das Jahr 2018 folgende um einen Korrekturfaktor bereinigte Zahlen: Schwanenplatz rund 60'000, Löwenplatz rund 80'000, Kasernenplatz rund 4'750 Cars.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Daten werden regelmässig erhoben und ermöglichen das Beobachten der Entwicklung der Anzahl Cars sowie von Spitzen im Tages-, Wochen- und Jahresverlauf. - Sie liefern keine Informationen über die Herkunft der Gäste, über das Preissegment, über das Ausgabeverhalten oder über das Reiseverhalten (Übernachtungen, Kombination von Attraktionen). - Mit einer systematischeren Auswertung und der Analyse der Zeitreihen sowie der Erfassung von weiteren Informationen (genaue Auslastung der Cars, Typologie der Cars in Budget, Durchschnitt und Premium oder Übernachtungsort) und der Kombination mit anderen Datenquellen (z.B. den Anmeldungen der Gruppen bei den Uhrengeschäften) oder der Erhebung der Besucherflüsse (vgl. AKP-Berichte) könnten sehr wichtige zusätzliche Erkenntnisse und Einsichten gewonnen werden für ein besseres Verständnis sowie eine zielgerichtete Steuerung und Lenkung (z.B. über Parkgebühren).

4.3.5 AKP-Studie zum Monitoring Cartourismus Schwanenplatz (Befragung Chauffeure)

Titel	Monitoring Cartourismus Schwanenplatz – Ergebnisbericht Erhebungen und Befragungen
Beschreibung	Zum besseren Verständnis der Abläufe, Frequenzen und Nutzungszwecke des Cartourismus am Schwanenplatz, wurde während einer Woche (Mo 29.09.2014 – So 05.10.2014) ein umfassendes Monitoring durchgeführt. Erhebungszeiten: Mo – Sa: 08.00 – 20.00 Uhr, So: 08.30 – 19.30 Uhr
Quellen	AKP Verkehrsingenieur AG (Leuenberger, Kaufmann, Gubser) (2014) Beobachtungen, Befragungen sowie Daten Zählstelle Seebrücke vom 29.09.2014 – 05.10.2014
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl Cars: <ul style="list-style-type: none"> - Während der Erhebungsperiode von einer Woche wurden insgesamt 1'622 Carbewegungen gezählt welche von 918 unterschiedlichen Cars erzeugt wurden. - Durchschnittlich wurden in der Erhebungswoche 228 Carbewegungen pro Tag gezählt. Davon fuhren 54% den Schwanenplatz zum Einladen von Passagieren an, 43% zum Ausladen von Passagieren und 3% waren Durchfahrten (ohne ein- oder ausladen von Passagieren).

	<ul style="list-style-type: none"> - Bis 10.00 Uhr werden am Schwanenplatz primär Fahrgäste ausgeladen und ab 18.00 Uhr primär eingeladen. Das höchste Caraufkommen tritt zwischen 19.00 und 19.30 Uhr auf. - 45% der Cars führen den Schwanenplatz nur einmal an. 43% führen, meist am gleichen Tag, zweimal an den Schwanenplatz. - Die Aufenthaltszeit der Cars zum Ausladen von Passagieren ist deutlich kürzer als zum Einladen von Passagieren. Im Laufe des Tages verkürzt sich insbesondere die beobachtete Aufenthaltszeit zum Einsteigenlassen von Passagieren. - Die Besucher aus der Volksrepublik China machen in der Erhebungswoche mit 63% mit sehr grossem Abstand den grössten Teil der Passagiere aus. Weitere Märkte: 6% Indien, 8% übriges Asien, 8% Nordamerika, Nord- und Westeuropa 5% - Insgesamt kamen 43% der Reisegruppen direkt aus dem Ausland. Für 21% der Gruppen war die letzte Reisedestination Italien (insbes. Mailand) gefolgt von Frankreich 10%, Deutschland 6%, Österreich 5% und Benelux & UK 1%. Weiter kamen 11% aus dem Raum Zürich, weitere 11% vom Berner Oberland (insbes. Interlaken), 10% aus Ob-/Nidwalden und 15% aus der übrigen Schweiz. Nur 10% kamen aus der Stadt & Agglomeration Luzern. - Die nächste Destination führte für 39% der Reisegruppen ins Ausland, d.h. 20% Frankreich (v.a. Paris und Dijon), 9% Italien, 5% Deutschland, 4% Österreich, Benelux & UK 1%. Wenn die Reise in der Schweiz fortgeführt wurde, führten die Reisen in den meisten Fällen in folgende Regionen: Berner Oberland (insbes. Interlaken) 14%, Agglomeration Zürich 12%, Ob- /Nidwalden 12%. Nur für 8% der Reisegruppen war die nächste Destination in der Stadt und Agglomeration Luzern.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Daten geben Auskunft über das Ein- & Ausladeverhalten, der Aufenthaltszeit sowie den Spitzen des Caraufkommens. - Die Daten liefern zudem sehr interessante Erkenntnisse in Bezug auf die Herkunftsmärkte der Cartouristen sowie die jeweils letzte Reisedestination (Herkunft) und die nächste Reisedestination (Weiterreise) und somit in Bezug auf die Besucherströme der Gruppentouristen. - Es fehlen aber Informationen in Bezug auf die Unterteilung in Übernachtungs- und Tagestouristen.

4.3.6 AKP-Monitoring Cartourismus Schwanenplatz (Befragung Reiseleitungen)

Titel	Monitoring Cartourismus Schwanenplatz – Ergebnisbericht Befragung Reiseleitungen
Beschreibung	<p>Befragungen der Reiseleitungen für Erkenntnisse und Optimierungspotential zum Regime mit den getrennten Aus- und Einsteigeorten</p> <p>Zusätzlich zu den Befragungen am Bahnhofquai und Löwenplatz erfolgten die Erhebungen mittels Fragebogen in den PR-Offices der Firmen Bucherer AG und Gübelin AG am Schwanenplatz. Die Fragebogen wurden in beiden PR-Offices aufgelegt. Befragung Reiseleitungen: n 169, Fragebogen PR-Offices: n 123.</p> <p>Die Befragungen fanden über einen Zeitraum von zwei Wochen statt (24.11. – 07.12.2014) jeweils in den Spitzenstunden zwischen 17.00 und 19.00 Uhr.</p>
Quellen	<p>AKP Verkehrsingenieur AG (Leuenberger, Gut). Monitoring Cartourismus Schwanenplatz – Ergebnisbericht Erhebungen und Befragungen (AKP, 2014)</p> <p>Beobachtungen und Befragungen vor Ort sowie Erhebungen in PR-Offices</p>
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Die meisten Reisegruppen kommen auch in der Nebensaison aus dem asiatischen Raum, primär aus China. Die Reiseleitungen planen mehrheitlich eine Aufenthaltszeit von etwas über 3 Stunden in Luzern. Dabei kommen 34% aller befragten Reisegruppen ausschliesslich zum Shopping am Schwanenplatz in die Stadt. Rund 66% der Reiseleitungen planen noch weitere Aktivitäten in der Stadt Luzern oder der nahen Umgebung. - Nebst dem Shopping am Schwanenplatz besichtigen 68 (55%) aller befragten Reiseleitungen mit ihren Gruppen auch noch die Sehenswürdigkeiten in der Stadt Luzern (Altstadt, Kapellbrücke, ...). Aber auch die Landschaft in und um Luzern gehört zu den Aktivitäten einiger Reisegruppen (28%). Weiter planten 27 Reiseleitungen (22%) mit ihren Gruppen den Besuch eines Restaurants in der Stadt Luzern.

	<ul style="list-style-type: none"> - Es zeigt sich, dass die Reiseleitungen gut über das Regime getrennter Aus-/Einstiegeort vorinformiert wurden (u.a. durch Touroperators und Uhrengeschäfte). Die grundsätzliche Akzeptanz zeigt sich darin, dass die Reisegruppen teilweise vor dem Einkauf am Schwanenplatz bereits selbst den Weg vom Löwenplatz zum Schwanenplatz einplanen. Weiter zeigt sich die hohe Akzeptanz des Löwenplatzes als Einstiegsort in der aktiven Wahl des Löwenplatzes als Alternative zum Bahnhofquai. - Eine Gehdistanz von 5 Minuten und mehr wird von knapp 70% der Reiseleitungen als zumutbar beurteilt. Bei Gehzeiten von bis zu 10 Minuten liegt der Anteil noch bei 29%. Die beim aktuellen Regime geforderte Gehdistanz zum Einstiegsort Bahnhofquai oder Löwenplatz wurde von einem Viertel der Reiseleitungen als zu lange beurteilt. - Am Einstiegsort müssen aus Sicht der Reiseleitungen primär eine Toilette und Sitzgelegenheiten vorhanden sein. Weiter sollte der Einstiegsort überdachte Wartezonen zur Verfügung stellen und ausreichend signalisiert sein.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - In Bezug auf die Gruppentouristen liefert die Studie interessante Informationen, u.a. über Aufenthaltsdauer und Zusammensetzung der Gruppen in Bezug auf die Herkunftsmärkte. - Darüber hinaus gibt sie Auskunft über Aktivitäten der Cartouristen, die über das Shopping in den Uhrengeschäften hinaus gehen.

4.3.7 AKP-Monitoring Carparkplatz Inseli Luzern

Titel	Monitoring Carparkplatz Inseli Luzern – Ergebnisbericht
Beschreibung	Monitoring des Carparkplatzes Inseli Luzern das aufzeigt, von wem der Parkplatz zu welchen Zeiten genutzt wird und wie die Gesamtkapazität ausgenutzt wird. Beobachtung und Befragung (Mo 13.07. bis So 19.07.2015, jeweils 07.00-19.00 Uhr)
Quellen	AKP Verkehrsingenieur AG (Leuenerberger, Gut) (2015). Monitoring Carparkplatz Inseli Luzern – Ergebnisbericht. Erhebungen und Befragungen
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Anzahl Cars: <ul style="list-style-type: none"> - 1169 Zu- und 1059 Wegfahrten (=2228 Fahrten, dies entspricht 68% der insgesamt 3265 Fahrten). - Durchschnittlich wurden 167 Zu- und 151 Wegfahrten von Car oder Kleinbussen pro Tag und 15 Zu- und 14 Wegfahrten pro Stunde gezählt. - Im Mittel fuhren pro Stunde rund 13 Cars, 2 Kleinbusse und 7 übrige Fahrzeuge, also total rund 22 Fahrzeuge auf den Carparkplatz wobei Spitzen von bis zu 46 Fahrzeugen (34 Cars) erhoben wurden. - Der Carparkplatz wird grösstenteils von Touristenbussen angefahren. Vereinzelt Ausflugs- und Fernreisebusse nutzen den Carparkplatz zum Ein- und Aussteigen oder als Pausenort. - Durchschnittliche Aufenthaltszeiten: <ul style="list-style-type: none"> - Touristenbus: 1h54min - Ausflugsbus: 32min - Fernreisebus: 17min - Rund 66% der befragten Chauffeure gaben an den Carparkplatz zur Zwischenparkierung zu nutzen. Deren Passagiere kamen somit nicht zum Carparkplatz Inseli. Der Aufenthaltszweck unterschied sich bezüglich der Nationalität der Passagiere. Reisende aus Europa nahmen den Weg vom oder zum Inseli deutlich öfter auf sich als Reisende von anderen Kontinenten (Asien, Nordamerika, Südamerika) welche meist am Schwanen- oder Löwenplatz abgeladen und abgeholt wurden. - Reisegruppen aus Asien (60%), primär aus China (47%), generierten mehr als die Hälfte des Carverkehrs am Carparkplatz Inseli. - Ein Grossteil der Reisegruppen kam von Italien via Berner Oberland und den Kantonen Ob- und Nidwalden nach Luzern und fuhr weiter in die Agglomeration Zürich.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studie analysierte die Anzahl Cars am Standort Inseli. Sie gibt Auskunft über die Herkunftsländer der Touristen, über die zuletzt besuchte Destination sowie über das nächste Ziel.

	- Die Studie analysiert ebenfalls die Struktur der Fahrzeuge sowie deren Anteil und Aufenthaltsdauer. Die Aufteilung (z.B. Kleinbusse) kann einen Hinweis geben auf den Anteil an Kleingruppen an diesem Standort.
--	--

4.3.8 AKP-Konzept Car-Parkierung Stadt Luzern

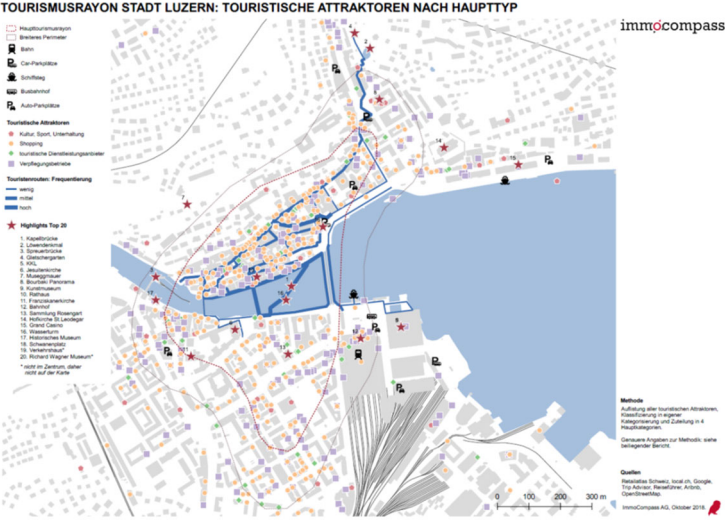
Titel	Konzept Car-Parkierung Stadt Luzern - Analyse und Massnahmenvorschläge
Beschreibung	Das Konzept Car-Parkierung analysiert die Carsituation in der Stadt Luzern (Schwanenplatz bis Alpenquai) und schlägt Massnahmen vor. Analysiert wurden die Anzahl Cars in den Erhebungsjahren 2014/2015.
Quellen	AKP Verkehrsingenieur AG (Leuenberger, Kaufmann, Stamm) (2016). Konzept Car-Parkierung Stadt Luzern - Analyse und Massnahmenvorschläge
Ergebnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Das maximale tägliche Caraufkommen am Schwanen- und Löwenplatz hat von 2014 (506 Cars/Tag) auf 2015 (591 Cars/Tag) um knapp 17% zugenommen - Durchschnittlich dauert der Aufenthalt in Luzern rund 2 Stunden. - Die Studie zur touristischen Wertschöpfung im Kanton Luzern beschreibt die typische Gruppe wie folgt: „Nach einem Frühstück in der Umgebung von Mailand reist der Tagesbesucher im Car nach Luzern und bewundert als erstes die Aussicht vom Gipfel eines nahe Luzern liegenden Berges. Anschliessend besucht er die Uhren- und Souvenirgeschäfte, kauft sich eine Uhr für 10'000 CHF und flaniert am See. Nach einem Nachtessen in der Umgebung der Stadt Luzern fährt die Gruppe nach Deutschland, um in der Nähe der nächsten Attraktion zu übernachten“
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studie basiert primär auf den früheren Analysen der AKP. Sie gibt u.a. Auskunft über die Anzahl Cars am Schwanenplatz und die Aufenthaltsdauer. - Die Aufenthaltsdauer der Tagesgäste wird in dieser Studie mit durchschnittlich 2 Stunden angegeben. In der AKP-Studie zum Monitoring des Cartourismus am Schwanenplatz wurden 3 Stunden angegeben (siehe oben). - Hauptfokus der Studie ist das Vorschlagen von Massnahmen zur besseren Lenkung des Caraufkommens.

4.3.9 PwC-Studie zum Carverkehr in der Luzerner Innenstadt

Titel	Studie zum Carverkehr in der Luzerner Innenstadt
Beschreibung	Carbewegungen (quantitativ & qualitativ) in der Stadt Luzern (Erhebung 2009-2013), wobei Einsteigen und Aussteigen je einer Carbewegung entspricht.
Quellen	PwC – Lodging & Tourism Clients Group (2014). Studie zum Carverkehr in der Luzerner Innenstadt.
Ergebnisse	Anzahl Carbewegungen <ul style="list-style-type: none"> - 2009-2013: Durchschnittlich 55 Carbewegungen (Ein- und Aussteigen gilt als zwei Bewegungen). Die Maximalfrequenz lag bei 342 Bewegungen, was 171 Cars entspricht. - Die Maximalkapazität am Schwanenplatz wird auf zirka 300 Carbewegungen täglich berechnet. - Geschätzte Gruppengrösse 35 Personen pro Car - Anzahl Tagestouristen total 6000 pro Tag (171 Gruppen à 35 Personen)
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studie analysiert bestehende Cardaten und erarbeitet Empfehlungen und Szenarien für die zukünftige Entwicklung der Carbewegungen in der Luzerner Innenstadt. - Sie liefert keine zusätzlichen Daten zum Verhalten oder zur Herkunft der Touristen.

4.3.10 Tourismusrayon Stadt Luzern

Titel	Tourismusrayon Stadt Luzern
Beschreibung	Die Studie legt im Rahmen der Diskussion um die Ladenöffnungszeiten einen Tourismusrayon für die Stadt Luzern fest.
Quellen	Immocompass (Thurnheer, Sottas, Grob) (2018). Tourismusrayon Stadt Luzern.

<p>Ergebnisse</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studie führt die Top 20 touristischen Attraktionen der Stadt Luzern auf. - Im Rahmen einer Besichtigung wurden folgende 7 Highlight-Orte genauer beobachtet und in Stichworten beschrieben: Bahnhof Luzern, Schwanenplatz, Bourbaki Panorama, Löwendenkmal, Altstadt, Kappelbrücke, KKL/ Kunstmuseum - Der Tourismusrayon wird wie folgt abgegrenzt.  <p>The map shows the city of Luzern with various attraction types marked by icons and colors. A legend on the left lists these types: Hauptverkehrsachsen, Baulines/Panorama, Bahn, Courtoisbrücke, Siedlung, Bushaltestelle, AutoParkplätze, Touristische Attraktionen (Kultur, Sport, Unterhaltung, Shopping, Touristische Dienstleistungsbetriebe, Verkaufsgeschäfte), and Tourismusindikator (Freizeitnutzung: wenig, mittel, hoch). A 'Highlights Top 20' list is provided, including: 1. Kapellbrücke, 2. Löwendenkmal, 3. Schwanenplatz, 4. KKL/Kunstmuseum, 5. Bourbaki Panorama, 6. Altstadt, 7. Kappelbrücke, 8. Bahnhof, 9. Siedlung, 10. Hauptverkehrsachsen, 11. Bushaltestelle, 12. AutoParkplätze, 13. Courtoisbrücke, 14. Hauptverkehrsachsen, 15. Grand Canal, 16. Schwanenplatz, 17. Kappelbrücke, 18. Schwanenplatz, 19. Kappelbrücke, 20. Richard Wagner Museum. A note states: 'Keine Orte gelistet, aber nicht auf der Karte.' The map also includes a scale bar (0-300m) and the immocompass logo.</p>
<p>Interpretation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studie liefert eine mögliche Eingrenzung des Tourismusrayons, die auch für mögliche Erhebungen (räumliche Betrachtungsweise) als Abgrenzung verwendet werden kann.

Auch eine Studie von Interface hat sich mit der Carsituation in der Stadt Luzern befasst, ohne dass sie für diesen Bericht relevante zusätzliche Informationen liefert: Interface (Haefeli, Duarte) (2018). Einen Schritt voraus wagen – Ein mittel- und langfristiger Ansatz zur Lösung des Carproblems in der Luzerner Innenstadt.

4.3.11 Statistik der Unternehmensstruktur

Titel	Statistik der Unternehmensstruktur (STATENT)
Beschreibung	Auswertung der Anzahl Beschäftigten und Vollzeitäquivalente in der Stadt Luzern nach Quartieren
Quellen	BFS. Statistik der Unternehmensstruktur (STATENT) https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken/publikationen.assetdetail.5986632.html LUSTAT https://www.lustat.ch/daten/objekt?id=19307
Ergebnisse	LUSTAT verfügt mit der Statistik der Unternehmensstruktur (STATENT), welche seit 2011 vom BFS durchgeführt wird, über eine Datenquelle, mit welcher die wichtigsten Strukturmerkmale der Unternehmen und deren Arbeitsstätten ausgewertet werden können. Diese Daten (Arbeitsstätten, Unternehmen, Anzahl Beschäftigte, Wirtschaftszweige) können nach Quartieren oder Kleinquartieren aufgearbeitet werden, wobei es gewisse Einschränkungen aufgrund des Datenschutzes gibt. Standardmässig werden auf Quartiers-ebene nur die Anzahl Beschäftigten und Vollzeitäquivalenten ausgewertet.
Interpretation	<ul style="list-style-type: none"> - Zurzeit gibt es keine detaillierten Informationen zur Unternehmensstruktur aufgeteilt in geographische Räume in der Stadt Luzern. - Mit der STATENT gibt es eine Grundlage für spezifische Auswertungen. - Eine vertiefte Auswertung der Daten könnte hilfreich sein, um Veränderungen der Unternehmensstruktur, insbesondere der Ladenstruktur in der Innenstadt zu beobachten.

4.3.12 Datenbedarf, Daten und Datenlücken zum Raum

Basierend auf der räumlichen Betrachtungsweise und dem Datenbedarf kann folgendes Raster abgeleitet werden, das im Idealfall mit den existierenden Daten ausgefüllt werden kann. Aufgrund mangelnder räumlicher Daten ist das Raster nicht ausfüllbar.

Abbildung 27: Raster Raum

Attraktionen/ Standorte	Wie viel?				Wann?	Wo?
	Anzahl (Zahl, Schätzung)				(zeitlich)	(räumlich)
	Einwohner	Pendler	Übernachtungsgäste	Tagesgäste	Jahres-, Wochen-, Tagesverlauf	Ort, Besucherfluss
Schwanenplatz	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Löwenplatz	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Bahnhof (Inseli)	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.

Quelle: Eigene Darstellung

Es gibt kaum Datenquellen, welche direkt auf touristische Frequenzen und Verhalten im Raum schliessen lassen, wie die folgende Abbildungen zeigt.


Abbildung 28: Daten zum Raum

Raum	Datenquellen	Datenlücken
Schweiz	Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung, Mikrozensus Verkehr	Anzahl, Anteil der Gäste, Ausgabeverhalten, Besucherströme, zeitliche Konzentrationen
Erlebnisregion Luzern- Vierwaldstättersee	Übernachtungsgäste, Bergbahnen	
Agglomerationsraum	Übernachtungsgäste, Monitoring Gesamtverkehr, Pendler	
Tourismusrayon	Verkehrszählungen, Studie Gruppentourismus, Studie immocompass	
Platzperspektive	Verkehrszählungen, Cardaten, AKP-Studien, Studie Hanser Consulting zum Gruppentourismus Luzern	

Quelle: Eigene Darstellung

Im Idealfall könnte für jeden zu betrachtenden Raum ein Factsheet erstellt werden, wie es hier exemplarisch für den Schwanenplatz illustriert ist.

Abbildung 29: Factsheet Raum: Beispiel Schwanenplatz

Raum: Schwanenplatz	
Beschreibung	<p>Zentralgelegener Platz zwischen Seeufer, Kapellbrücke und Altstadt (Grendel), der einfach mit dem Reisebus zu erreichen ist und eine hohe Dichte an touristischen Attraktionen (insbesondere Shopping) bietet.</p> 
Verhalten	<p>Höchste Nutzung in den Sommermonaten (Juni – August) und in der zweiten Tageshälfte, da das Reiseprogramm meist einen Bergausflug in der ersten Tageshälfte oder eine lange Anreise (z.B. aus Mailand) vorsieht. Gemäss der AKP-Studie zum Schwanenplatz kommen 34% der befragten Reisegruppen ausschliesslich zum Shopping am Schwanenplatz in die Stadt. Rund 66% planen noch weitere Aktivitäten in der Stadt Luzern oder der nahen Umgebung. 55% besichtigen neben dem Shopping auch noch die Sehenswürdigkeiten in der Stadt Luzern (Altstadt, Löwendenkmal, Kapellbrücke, etc.). 22% planen den Besuch eines Restaurants in der Stadt Luzern. Genauere Angaben zum Verhalten gibt es nicht.</p>
Anzahl	<p>Am Schwanenplatz hielten 2017 40'646 Cars. Bei einer angenommenen Auslastung von 35 Personen pro Car, ergibt dies 1'422'610 Gruppengäste. Weitere Angaben zu den Frequenzen am Schwanenplatz gibt es nicht.</p>
Attraktivität	<p>Zentrale Lage, klare Positionierung als Uhren- und Schmuck-Mekka, Verlust des Branchen-Mixes, Veränderung bisherige Ladenstruktur, Hauptattraktion für viele (primär asiatische) Gruppengäste.</p>
Intensität / Dichte	<p>Hohe räumliche und zeitliche Konzentration der Besucherströme, was zu sehr hohen Tourismusintensität zu bestimmten Zeiten führt mit Spitzen um die 280 Cars pro Tag.</p>
Wertschöpfungsintensität	<p>Hohe Wertschöpfungsintensität, die primär bei den Uhren- und Souvenirgeschäften anfällt. Die durch den Gruppentourismus generierte Wertschöpfung am Schwanenplatz beträgt von CHF 224 Mio.</p>
Kapazität	<p>Die Kapazität bzgl. Cars wird von PWC (2014) auf 300/ Tag geschätzt. Mittels Car-Regime und Verkehrsvorschriften kann eine relative gute Lenkbarkeit erreicht werden.</p>
Datenquellen	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoring Gesamtverkehr Luzern (VVL, Stadt Luzern, Kanton Luzern, September 2018) - Car-Daten Erhebung durch Verkehrssicherungsdienst der SECURITAS - Einen Schritt voraus wagen - Ein mittel- und langfristiger Ansatz zur Lösung des Carproblems in der Luzerner Innenstadt (Interface, Februar 2018) - Monitoring Cartourismus Schwanenplatz – Ergebnisbericht Erhebungen und Befragungen (AKP Verkehrsingenieur AG, Dezember 2014) - Konzept Car-Parkierung Stadt Luzern - Analyse und Massnahmenvorschläge (AKP Verkehrsingenieur AG, Dezember 2016)

	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoring Cartourismus Schwanenplatz – Ergebnisbericht Befragung Reiseleitungen (AKP Verkehrsingenieur AG, Dezember 2014) - Studie zum Carverkehr in der Luzerner Innenstadt (PwC - Lodging & Tourism Clients Group, Juni 2014) - Gruppentourismus in Luzern - Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung (Hanser Consulting AG, Juni 2018) - Touristische Wertschöpfung im Kanton Luzern - Schlussbericht zuhanden der Luzern Tourismus AG und der Dienststelle Raum und Wirtschaft des Kantons Luzern (BHP – Hanser und Partner AG, Juni 2015) - Bedeutung des Tourismus für die Volkswirtschaft des Kantons Luzern (BHP Hanser und Partner AG, April 2011)
Datenlücken	<ul style="list-style-type: none"> - Differenzierung Gruppenreisende/Einzelreisende - Differenzierung der unterschiedlichen Gruppen (Art und Grösse der Gruppe) - Differenzierung nach Herkunft - Differenzierte Wahrnehmung durch die Anspruchsgruppen insb. Bevölkerung

Quelle: Eigene Darstellung

Die Zusammenführung der erhobenen Daten mit dem Datenbedarf zeigt, dass es viele Datenlücken gibt in Bezug auf Informationen zum Raum. Es fehlen insbesondere genaue Daten zu den Besucherflüssen.

Nachfolgend werden die Besucherflüsse anhand von drei Beispielen von chinesischen Tagestouristen illustriert:

- Chinesische Carreisende mit Kurzaufenthalt in der Stadt Luzern am Vormittag (Budgetgruppe)
- Chinesische Carreisende mit Kurzaufenthalt in der Stadt Luzern am Nachmittag
- Chinesische Individualreisende mit einem Tagesausflug nach Luzern

Die Besucherflüsse sind lediglich eine Einschätzung der Autoren basierend auf den verfügbaren Studien und Daten. Die Besucherflüsse müssten nun basierend auf empirisch erhobenen Daten sowie Gesprächen mit touristischen Leistungsträgern sowie weiteren Anspruchsgruppen validiert werden. Die Beispiele illustrieren, welche Auswirkungen ein unterschiedliches Verhalten im Raum und aufgrund des unterschiedlichen Shopping-Verhaltens in Bezug auf die Wertschöpfung hat. Zudem zeigen die Beispiele welcher Informationsbedarf damit verbunden ist.

Nachfolgend werden die drei Gästetypen zuerst in Bezug auf ihr Verhalten kurz beschrieben sowie anschliessend auf einer Karte die daraus resultierenden Besucherflüsse illustriert.

Bei der Illustration gilt es zu beachten, dass es lediglich eine sehr vereinfachte Darstellung mit Hilfe von Google-Maps ist. Als Folge davon ist der gezeichnete Besucherfluss zum Teil ungenau. Eine genauere Illustration basierend auf genaueren Daten und mit Hilfe von spezifischen Softwareprogrammen war unter anderem aufgrund der fehlenden Daten nicht möglich.

Abbildung 30: Besucherfluss chinesische Carreisende (Kurzaufenthalt Vormittag, Budgetgruppe)

Chinesische Carreisende mit Kurzaufenthalt in der Stadt Luzern am Vormittag (Budgetgruppe)	
Anreise	- Mit dem Car von Mailand
Aufenthaltsdauer	- 09:30 bis 10.45 Uhr; 75 Min.
Verhalten	- Aus- UND Einsteigen am Schwanenplatz: Aufenthalt nur rund 75 Min. mit Shopping (Bucherer, Casagrande) am Schwanenplatz und Grendel sowie kurzem Sightseeing der Seebrücke und Kappelbrücke (bis Mitte Brücke), des Rathausquais, zurück zum Schwanenplatz, Einsteigen Car und dann Weiterreise
Ausgaben	- Keine genauen Daten zu den Ausgaben für diesen Typ Gruppenreisende in Luzern. - Ausgaben gemäss TMS: 450 CHF pro Person/Tag (Durchschnitt von allen chinesischen Gruppenreisenden). - Zahlen zum Ausgabeverhalten der Gruppenreisenden der Uhrengeschäfte sind vertraulich.
Weiterreise	- Die Gruppe reist direkt weiter nach Frankreich, z.B. nach Dijon oder Paris.



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 31: Besucherfluss chinesische Carreise (Kurzaufenthalt Nachmittag)

Chinesische Carreise mit Kurzaufenthalt in der Stadt Luzern am Nachmittag	
Anreise	- Mit dem Car von Brunnen (Übernachtungsort)
Aufenthaltsdauer	- Dauer 90 Min., um 17-18.30 Uhr
Verhalten	- Aussteigen am Schwanenplatz, Einsteigen am Löwenplatz: Aussteigen beim Schwanenplatz, Shopping am Schwanenplatz und Grendel (Bucherer, Casagrande, Gübelin, weitere Mono-Brand-Uhregeschäfte), Seebrücke, Kappelbrücke Rathausquai, Rathaussteg, Rathausplatz, Altstadt, Hertensteinstrasse, Souvenir-Shopping an Zürichstrasse (Tissot/Swatch) und Löwenplatz (Casagrande, weitere), Sightseeing Löwendenkmal (ohne Gletschergarten), zurück an Löwenplatz, Einsteigen in Car.
Ausgaben	- Keine genauen Daten zu den Ausgaben für diesen Typ Gruppenreise in Luzern. - Ausgaben gemäss TMS: 450 CHF pro Person/Tag (Durchschnitt von allen chinesischen Gruppenreisenden). - Zahlen zum Ausgabeverhalten der Gruppenreisenden der Uhregeschäfte sind vertraulich.
Weiterreise	- Die Gruppe reist direkt weiter nach Engelberg mit Besuch des Titlis.



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 32: Besucherfluss chinesische Individualreisende mit einem Tagesausflug nach Luzern

Chinesische Individualreisende mit einem Tagesausflug nach Luzern	
Anreise	- Anreise mit dem Zug von Zürich (mit Swiss Travel Pass)
Aufenthaltsdauer	- 5 Std., 10-15 Uhr
Verhalten	- Kommen vom Bahnhof Luzern, über die Bahnhofstrasse, Sightseeing, Rathaussteg, Kappelbrücke, Altstadt, Restaurantbesuch (Mittagessen), Shopping (Souvenirs, aber weil sie Wiederholungsbesucher sind, kaufen sie keine Uhr), weiter über Museggmauer zu Löwenplatz/-denkmal, Besuch des Gletschergartens, zurück über den Schweizerhofquai via KKL, Kunstmuseum, etc., zurück zum Bahnhof und Rückreise nach Zürich.
Ausgaben	- Keine genauen Daten zu den Ausgaben für diesen Typ Individualreisende in Luzern. - Ausgaben gemäss TMS: 350 CHF pro Person/Tag (Durchschnitt von allen Individualreisenden). - Zahlen zum Ausgabeverhalten der Individualreisenden der Uhrengeschäfte sind vertraulich.
Weiterreise	- Rückreise mit dem Zug nach Zürich (mit Swiss Travel Pass)



Quelle: Eigene Darstellung

4.4 Daten zu den Anspruchsgruppen

Abbildung 33: Bevölkerungsbefragung Kanton Luzern

Titel	Bevölkerungsbefragung Kanton Luzern
Beschreibung	Der Regierungsrat hat beschlossen, regelmässig eine kantonale Bevölkerungsbefragung durchzuführen. Die Befragungen sollen Einstellungen, Einschätzungen und die Zufriedenheit der Bevölkerung, insbesondere in jenen Lebensbereichen, die für die kantonale Politikgestaltung von Wichtigkeit sind, in Erfahrung bringen. Die Bevölkerungsbefragungen erlauben der Regierung, die Bedürfnisse der Bevölkerung zu verstehen und auf diese einzugehen.
Quellen	LUSTAT: https://www.lustat.ch/ueber-uns/projekte-und-referenzen/bevoelkerungsbefragung
Ergebnisse und Interpretation	Die Bevölkerungsbefragung beinhaltet keine Fragen, die sich direkt auf den Tourismus beziehen. Die Befragung kann somit nicht beigezogen werden zur Beurteilung der Wahrnehmung des Tourismus in der Bevölkerung.

Quelle: Eigene Darstellung

Bisher gibt es keine Daten zur Wahrnehmung des Tourismus durch die verschiedenen Anspruchsgruppen, weder qualitativ noch quantitativ, aggregiert oder disaggregiert. Es gibt einen erheblichen Datenbedarf in Bezug auf die Wahrnehmung des Tourismus durch die unterschiedlichen Anspruchsgruppen.

4.5 Fazit

Allgemein

- Es gibt nur eine lückenhafte Datengrundlage für die Einordnung des Tagestourismus.
- Es gibt lediglich aggregierte Daten (z.B. Gesamtzahlen pro Jahr oder berechnete Durchschnittswerte) basierend auf lückenhaften und fragmentierten Datenquellen sowie Schätzungen und Hochrechnungen.
- Es gibt kaum disaggregierte Daten nach Segmenten oder Untergruppen und es fehlen genauere Daten zu den Frequenzen sowie zu deren zeitlichen und räumlichen Verteilung.
- Es gibt kaum qualitative Daten, welche für die Interpretation hilfreich wären.
- Es gibt lediglich einige isolierte Datensätze oder spezifische Studien, die aber nicht vernetzt werden können.
- Es fehlt ein Konzept mit einer umfassenden Gesamtsicht für eine integrale Datenerhebung sowie Vernetzung der verschiedenen Datensätze und Studien, die neben aggregierten Daten auch disaggregierte Daten beinhalten sowie Daten zur zeitlichen und räumlichen Verteilung, zum Verhalten (um Besucherflüsse zu messen) und zu den Ausgaben (insb. Shopping). Es fehlen zudem systematische Kennzahlenanalysen, Zeitreihenanalysen und Benchmarkingdaten und es fehlt die Verbindung der personen- und raumbezogenen Daten mit den Daten zu den Anspruchsgruppen.

Gäste

- Es gibt keine Verhaltensdaten der unterschiedlichen Typen. Deshalb sind auch die Besucherflüsse der Gäste nicht bekannt.
- Es gibt keine Daten zum Ausgabeverhalten der verschiedenen Gästetypen (zu den Gesamtausgaben, zur Struktur und Verteilung dieser Ausgaben, d.h. welche Branchen profitieren). Damit können keine Aussagen gemacht werden zum wirtschaftlichen Nutzen der Gästetypen.
- Die Uhrengeschäfte verfügen zwar über unterschiedlich genaue Daten zur Herkunft sowie zu den Ausgaben ihrer Kunden in ihrem Geschäft, insbesondere zu den Gruppenreisenden. Aufgrund der Teilnehmerlisten der Tourleader sind auch die genauen Zahlen der Gruppengrößen pro Reiseкар bekannt. Basierend auf diesen Daten können die Uhrengeschäfte die Konversionsraten und die durchschnittlichen Ausgaben pro Gruppe bzw. pro Person berechnet werden. Diese Daten sind aber vertraulich und nicht öffentlich zugänglich.
- Frequenzzahlen gibt es nur zu den Gruppenreisenden, die mit dem Car anreisen aufgrund der Frequenzzählungen der Cars am Schwanenplatz. Es gibt aber nur Zahlen zur Anzahl Cars. Genaue Zahlen zur Anzahl Reisenden gibt es nicht, weil diese nicht gezählt werden. Dazu gibt es nur eine grobe Schätzung (35 Personen pro Car).
- Die Datenlage zu den Individualreisenden ist noch schlechter. Die Gesamtzahl der Individualreisenden ist nicht bekannt und es gibt auch keine Daten zum Verhalten oder den Ausgaben (Shopping).
- Es gibt keine Zeitreihen zur Entwicklung der Frequenzen (ausser den Gruppen aufgrund der Frequenzzählungen der Cars am Schwanenplatz), des Verhaltens und der Ausgaben.
- Es gibt keine Benchmarkdaten und damit sind auch keine Vergleiche der Gäste in Luzern oder mit den Gästen von anderen Destinationen möglich.
- Die meisten Daten beruhen auf allgemeinen Messungen und Zählungen von Frequenzen. Dabei kann der Anteil der Touristen bzw. Tagestouristen meist nicht bestimmt werden (siehe Daten zum Raum).
- Besucher von Sehenswürdigkeiten und Attraktionen, die keinen Eintritt verlangen, werden in der Regel nicht erfasst.
- Auch zu den Gästen, die primär für das Shopping oder den Ausgang nach Luzern kommen, gibt es kaum Daten.

Raum

- Die meisten Daten zum Raum basieren auf Verkehrszählungen oder den Erhebungen und Studien zu den Reise-cars.
- Es gibt keine oder nur vereinzelt fragmentierte Daten zur räumlichen Verteilung der Besucher aufgrund von einzelnen Studien (wiederum vor allem basierend auf Verkehrs- oder Car-Studien).

- Bei Frequenzzählungen zu einzelnen Plätzen ist nur die Gesamtzahl bekannt, nicht aber die Struktur der Frequenzen, d.h. die Unterscheidung nach Einheimischen, Pendlern und Touristen mit der Unterscheidung nach Tages- und Übernachtungsgästen oder nach Herkunft.
- Die existierenden Daten sind in der Regel nur Punktmessungen an ausgewählten Orten bzw. ausgewählten Plätzen (z.B. Schwanenplatz), die zum Teil noch zeitlich beschränkt sind und keine Aussagen zu den Besucherflüssen ermöglichen.
- Für die Orte und Plätze, für die Jahreszahlen verfügbar sind, fehlen wichtige Informationen zum Jahres- Monats-, Wochen- und Tagesverlauf.
- Daten mit Raumbezug gibt es meist nur punktuell zu einzelnen Attraktionen.
- Datenbedarf besteht insbesondere in Bezug auf die Besucherflüsse, also die Kombination von Angeboten und Standorten sowie in Bezug auf den Anteil Tagesgäste an den Gesamtfrequenzen und deren zeitlichen und räumlichen Verteilung.

Anspruchsgruppen

- Zu den Anspruchsgruppen gibt keine Daten.
- Es gibt keine Daten zum Tourismusbewusstsein und –empfinden der Bevölkerung, weder in quantitativer noch qualitativer Form und auch keine Zeitreihen zur Entwicklung sowie Benchmarkingdaten zum Vergleich mit anderen Destinationen.
- Es fehlen spezifische Daten zur (unterschiedlichen) Einschätzung und Wahrnehmung der verschiedenen Anspruchsgruppen (insb. die Bevölkerung im Vergleich zu den touristischen Leistungsträgern). Diese Daten sind wichtig, weil die Wahrnehmung von Problembereichen subjektiv und abhängig von der persönlichen Perspektive sind.
- Bei der Bevölkerung fehlen differenzierte und disaggregierte Daten, z.B. differenziert nach den verschiedenen Quartieren und Stadtteilen oder differenziert nach dem Verhalten (Besuch der neuralgischen Plätze wie z.B. der Schwanenplatz) oder ob bzw. in welchem Umfang jemand direkt oder indirekt vom Tourismus profitiert.
- Es fehlen vertiefende qualitative Studien und Daten als Ergänzung zu den quantitativen Daten. Diese wären notwendig, um die Hintergründe und Zusammenhänge genauer zu erheben sowie das Verständnis zu verbessern.

Die folgende Abbildung gibt nochmals eine Übersicht über die in diesem Bericht zusammengestellten und ausgewerteten Daten und Studien. Während einige dieser Daten einmalig erhoben worden sind, werden andere regelmäßig erfasst und können über die Zeit beobachtet werden. Die Erhebungsmethoden und auch die Qualität der Daten ist unterschiedlich. Es gilt insbesondere zu berücksichtigen, dass es sich bei den Car Daten zu den jährlichen Verkehrsaufkommen auf dem Schwanen- und Löwenplatz um Zähldaten der Verkehrsdienste handelt, welche zum Teil Lücken aufweisen.

Abbildung 34: Übersicht über die Datenquellen

Anbieter	Einheit	Jahr	Total	Touristen	Tages-touristen
Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung (BFS 2017)	CH Tagesreisen/ Jahr	2017			2'002'054
Mikrozensus Verkehr (BFS 2015)	CH Tagesreisen/ Jahr	2015			2'321'206
Ausländische Tagestouristen (Basis: LN)	Ausländische Tagesgäste/Jahr	2018			578'711
Übernachtungsgäste (BFS 2018)	Übernachtungsgäste/Jahr	2018		1'399'288	
Der Tagestourismus in der Schweiz (BAK 2003)	Tagesgäste/Jahr	2003			4'000'000
Gruppentourismus (BHP 2018)	Ausländ. Gruppengäste/Jahr	2018	1'400'000	1'400'000	1'085'000
Wertschöpfungsstudie (BHP 2015)	Tagesgäste/Jahr	2015			8'160'000
Wertschöpfungsstudie (BHP 2011)	Tagesgäste/Jahr	2009			6'600'000
Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee (2019)	Tagesgäste/Jahr	2019			24-28 Mio.
SGV		2017	2'676'060		
Bürgenstock Bahn	Frequenzen/ Jahr	2018	249'784		
Bürgenstock Shuttle	Frequenzen	Mai-Dez 2018	317'000		
Pliatus	Frequenzen/ Jahr	2017	779'420		
Rigi	Frequenzen/ Jahr	2017	850'000		
Titlis	Frequenzen/ Jahr	2017/2018	1'237'128		
Stanserhorn	Frequenzen/ Jahr	2017	163'506		
Sonnenberg- Bahn	Frequenzen/ Jahr	2017	46'626		
Stoosbahnen	Frequenzen/ Jahr	2017/2018	355'000		
Melchsee- Frutt	Frequenzen/ Jahr	2017	392'000		
KKL	Besucher/ Jahr	2017	>500000		
Messe Luzern	Besucher/ Jahr	2017/18	363'790		
Grand Casion Luzern	Besucher	2017	215'300		
Luzerner Theater	Besucher	2015/16	63'232		31'616
Verkehrshaus	Besucher/ Jahr	2017	519'997	374'398	296'398
Gletschergarten	Besucher/ Jahr	2017	114'904		
Bourbaki- Panorama	Besucher/ Jahr	2017	32'730		
Natur- Museum	Besucher/ Jahr	2017	46'103		
Historisches Museum	Besucher/ Jahr	2017	40'080		
Kunstmuseum	Besucher/ Jahr	2017	49'373		
Sammlung Rosengart	Besucher/ Jahr	2017	41'657		
Richard- Wagner- Museum	Besucher/ Jahr	2017	5'502		
Lucerne Festival	Eintritte	Ø	s. KKL		
Lucerne Blues Festival	Eintritte	Ø	11'000		
Blue Balls Festival	Eintritte	Ø	100'000		
Comix Festival Fumetto	Eintritte	Ø	40'000		
Luzerner Fasnacht	Besucher	Ø	100'000		
Lucerne Regatta	Eintritte	Ø	10'000		
Luzern Marathon	Läufer und Zuschauer	Ø	40'000		
Leichtathletik Meeting	Eintritte	Ø	6'500		
FCL Heimspiele	Eintritte	Ø	180'000		
Monitoring Gesamtverkehr	Reussquerungen Fussgänger	2017	81'500		
24- stündiger Motorfahrzeugverkehr	MIV Bewegungen Seebücke	2017	35'987		
Pendler (Passagierbewegungen Bahnhof Luzern)	PB/Werktag	2017	164'000		
Car- Daten	Bewegungen Schwanenplatz	2017	50'898		
Car- Daten	Bewegungen Löwenplatz	2017	30'394		
Car- Daten	Personen (35/Car)	2017	1'422'610		
AKP- Studie	Carbewegungen/Tag Schwanenplatz	2014	228		
AKP- Studie	Carbewegungen/Tag Inseli	2015	167		
AKP- Studie	Carbewegungen/Tag Schwanenplatz/Löwenplatz	2015	591		
PWC- Studie	Carbewegungen/Tag Schwanenplatz	2013	55		

Quelle: Eigene Darstellung

5. Empfehlungen zu zukünftigen Datenerhebungen

5.1 Datenerhebungskonzept

Vorbemerkungen

Das nachfolgend vorgeschlagene Datenerhebungskonzept basiert auf bereits existierenden und neu zu erhebenden Daten. Es ist als erste Grundlage für eine konzeptionelle und systematische Herangehensweise zu verstehen. Es stellt jedoch keinesfalls eine abschliessende Erhebungsgrundlage dar. Das Phänomen des Tagestourismus wird dabei in einen grösseren Kontext gestellt, da die Zusammenhänge und Wechselwirkungen mit anderen touristischen Ausprägungen berücksichtigt werden müssen. Wie erwähnt, macht ein isoliertes Tagestourismus-Monitoring nur bedingt Sinn und stellt eine verkürzte Sicht dar, die der Komplexität der Fragestellung nicht gerecht wird. Das abschliessende fünfte Kapitel baut auf den Erkenntnissen der vorgängigen Kapiteln auf und fasst diese in den wichtigsten Punkten zusammen. So lassen sich die Empfehlung zu zukünftigen Datenerhebungen auch als eigenständiger Auszug aus dem Bericht nachvollziehen.

Struktur des Datenerhebungskonzepts

Das Datenerhebungskonzept besteht aus drei Teilen:

- **Steuerung der Tourismusedwicklung**

Die Steuerung der Tourismusedwicklung bildet den übergeordneten Rahmen. Sie umfasst die Visionen und Strategien, die relevanten Problembereiche (räumlich, zeitlich, nach Anspruchsgruppen), ein Dash-Board mit systematisch und kontinuierlich erhobenen Kennzahlen und einem Monitoring sowie den aus den Strategien und Problembereichen abgeleiteten Massnahmen zur Lenkung und Steuerung der Tourismusedwicklung.

- **Datengrundlagen**

Die Datengrundlagen bilden die Basis für die Strategien, die Kennzahlen und Massnahmen. Sie sind unterteilt in die drei Betrachtungsperspektiven der Gäste (Typen), Raum und Anspruchsgruppen. Sie beinhalten konzeptionelle Grundlagen, Datenübersichten und ausgewählte Factsheets strukturiert nach den drei Perspektiven. Diese Datengrundlagen werden mit weiteren Strukturdaten kombiniert, z.B. zur Ladenstruktur, zur Hotellerie, AirBnB und geben Hinweise auf die weiteren Auswirkungen der touristischen Entwicklung.

- **Datenerhebung und Studien**

Die Datengrundlagen werden aus unterschiedlichen bereits bestehenden und neuen Datenerhebungen und Studien abgeleitet. Die qualitativen und quantitativen Daten und Studien werden aufgrund von einer systematischen und umfassenden Methodik erhoben bzw. durchgeführt.

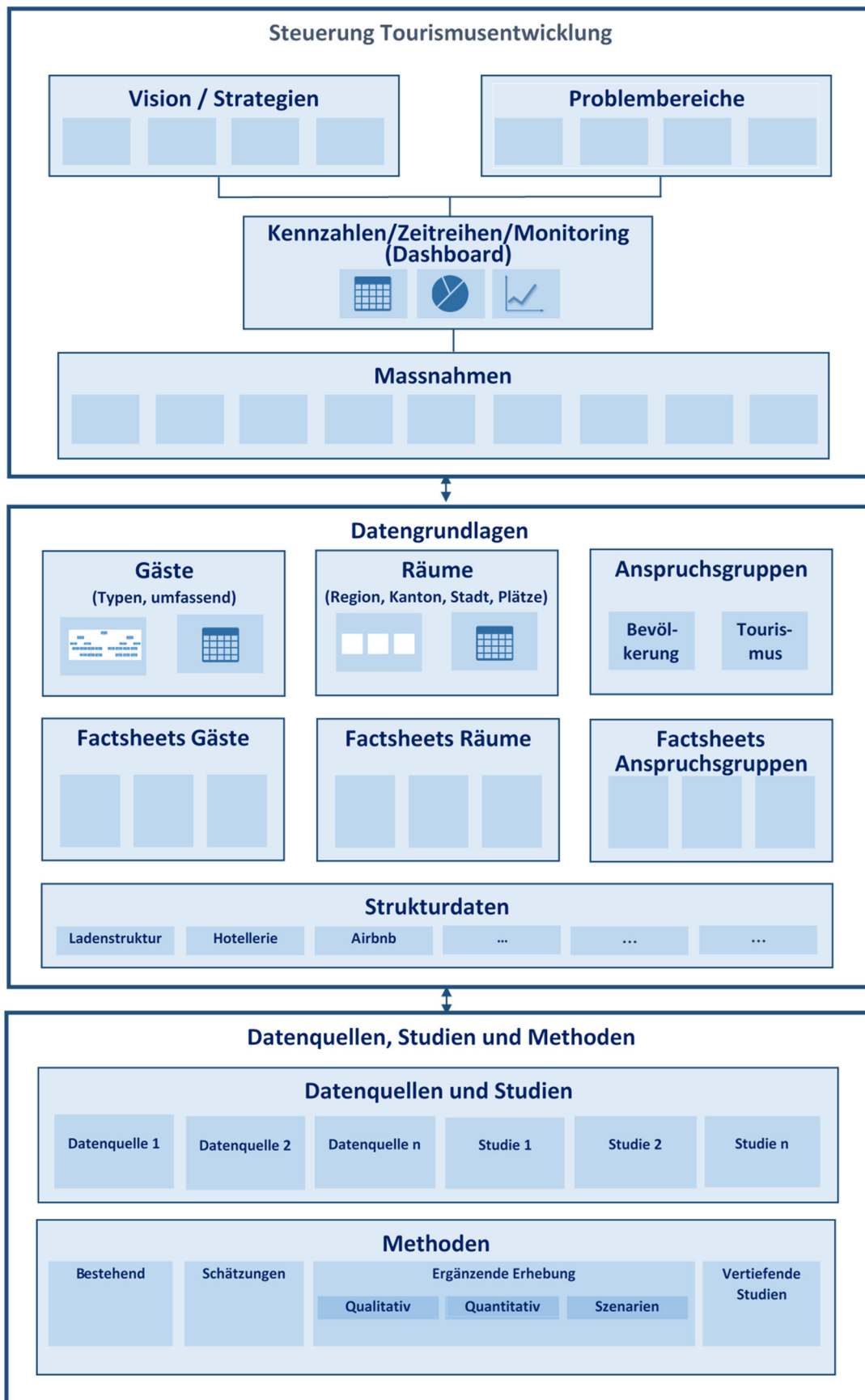
Governance und partizipativer Prozess

Da sich der Tourismus auf die verschiedenen Bereiche des öffentlichen Lebens auswirkt, ist er von Bedeutung für die Wirtschaft, Gesellschaft und die Umwelt. Es wird daher empfohlen, dass der Prozess von einer übergeordneten und politisch legitimierten Stelle geführt wird und ihn gegenüber den Anspruchsgruppen proaktiv und transparent kommuniziert. Daraus ergibt sich, dass die Leitung des Steuerungsprozesses bei der öffentlichen Hand anzusiedeln ist, d.h. bei der Stadt und beim Kanton. Von zentraler Bedeutung ist dabei der enge Einbezug der Anspruchsgruppen im Rahmen eines kontinuierlichen partizipativen Prozesses.

In der Übersicht der empfohlenen Datenerhebungsmethoden am Ende dieses Kapitels (siehe Abbildung 36) wird dieser Punkt explizit angesprochen und eine Zuteilung der Zuständigkeiten vorgeschlagen. In der Spalte Umsetzung wird zwischen Öffentliche Hand (intern), LTAG (Leistungsvereinbarung) und Dritten (Auftrag) unterschieden. Dabei wird ersichtlich, dass die Prozesssteuerung vorzugsweise von Stadt und Kanton ausgeht, diese aber in Form von Vereinbarungen und Aufträgen an designierte Institutionen delegiert werden kann.

Auf der nächsten Seite folgt die Übersicht über das Datenerhebungskonzept. Anschliessend werden die einzelnen Teile und Komponenten des Datenerhebungskonzepts genauer beschrieben.

Abbildung 35: Datenerhebungskonzept: Übersicht



Quelle: Eigene Darstellung

Teil 1: Steuerung der Tourismusedwicklung

Vision/Strategien:

- Analyse der verschiedenen touristischen Leitbilder der räumlichen Gebietskörperschaften (Stadt Luzern, Kanton Luzern, Erlebnisregion), der Strategien und Businesspläne der Destinations-Management-Organisationen (Luzern Tourismus AG, Regionale Tourismusorganisationen, Rigi Plus, etc.) sowie soweit möglich der wichtigsten touristischen Leistungsträger (insb. Uhrengeschäfte, Bergbahnen, Zentralbahn und SGV).
- Aufzeigen der konkreten Auswirkungen der Leitbilder und Strategien auf die Problembereiche (Zusammenhänge und Wechselwirkungen).
- Abstimmung der verschiedenen Leitbilder, Strategien und Businesspläne soweit dies möglich ist bzw. die Bereitschaft dazu besteht. Entwicklung einer gemeinsamen übergeordneten Vision und Strategie im Rahmen eines gemeinsam vereinbarten und abgestimmten Prozesses.

Problembereiche:

- Identifizierung der einzelnen Problembereiche in räumlicher und zeitlicher Hinsicht, nach Gästetypen und Räumen sowie unter Einbezug der Perspektiven und Wahrnehmungen der Anspruchsgruppen.
- Bewertung der Auswirkungen sowie der aktuellen und zukünftigen Problembereiche und Konfliktpotenziale.
- Priorisierung und Einordnung der Problembereiche und Konfliktpotenziale.

Kennzahlen/Zeitreihen/Monitoring (Dashboard):

- Definition und Ausarbeitung von Kennzahlen und Zeitreihen, gestützt auf die Vision/Strategie und Problembereiche
- Entwicklung eines Monitorings zur systematischen und kontinuierlichen Messung der Kennzahlen.
- Systematischer Vergleich mit anderen Destinationen (Benchmarking).
- Messung der Umsetzung der Massnahmen sowie regelmässige Prüfung der Wirksamkeit und Effizienz der Massnahmen.

Massnahmen:

- Entwicklung von verschiedenen Massnahmen (Bündel) zur Steuerung und Lenkung der Tourismusströme.
- Differenzierung von Massnahmen im Vorfeld der Reise (Marketing, De-Marketing, Reisevorbereitung).
- Differenzierung von Massnahmen vor Ort (räumliche und zeitliche Entflechtung des Customer Journeys).

Teil 2: Datengrundlagen

Gäste:

- Struktur der verschiedenen Gästetypen nach Ausprägungen wie Herkunft, Reiseform etc.
- Beschreibung und Bewertung der jeweiligen Gästetypen in einem Analyseraster (Matrix).
- Detaillierte Factsheets für ausgewählte Gästetypen mit qualitativen und quantitativen Angaben.

Raum:

- Räumliche Betrachtung auf unterschiedlichen Ebenen.
- Beschreibung und Bewertung der Räume in Analyseraster (Matrix).
- Detaillierte Factsheets für ausgewählte Orte und Attraktionen mit qualitativen und quantitativen Angaben.

Anspruchsgruppen:

- Differenzierung zwischen verschiedenen Akteuren, Leistungsträgern und Interessengruppen.
- Erhebung von quantitativen und qualitativen Daten, wenn möglich mit Zeitverlauf.
- Ausarbeitung von Factsheets die Kosten und Nutzen umfassend darstellt (Multi-Perspektive).

Teil 3: Datenerhebung und Studien

- Die Datengrundlagen des zweiten Teils basieren auf unterschiedlichen Datenquellen und Studien.
- Es braucht eine systematische Darlegung der verschiedenen qualitativen und quantitativen Methoden, die zur Erhebung der Daten und für die Erarbeitung der Studien verwendet werden.
- Es braucht eine Gesamtsicht über die Studien und Daten sowie deren Vernetzung, um die Synergien zu nutzen bei der Auswertung und Kontextualisierung der bestehenden und neuen Datenerhebungen und Studien.
- Der Aufwand für die Datenerhebung ist abhängig von der strategischen Bedeutung, den Problembereichen, dem Anspruch an die Genauigkeit und Aktualität der Daten (Häufigkeit/Regelmässigkeit der Datenerhebung) sowie den Kosten für die Datenerhebung.
- Dabei geht es um eine Optimierung der Ziele, Nutzen und Kosten. In vielen Fällen dürften Schätzungen oder qualitative Daten ausreichend sein.

Grundlegende Überlegungen und Fragen zu den Datengrundlagen und zur Datenerhebung

Es gibt eine Vielfalt an Datenerhebungen, die sich unter anderem in Bezug auf den Aufwand und die Kosten unterscheiden. In Bezug auf die Datengrundlagen und die Datenerhebung stellen sich folgende grundlegende Überlegungen und Fragen, die bei der konzeptionellen Ausarbeitung des Datenerhebungskonzepts zu beachten sind:

Bestimmen des konkreten Datenbedarfs: Wer oder was soll gemessen werden?

- Gästetypen bzw. deren Verhalten (Frequenzen, Verhalten, Ausgaben, Nutzen, Probleme)
- Daten zum Raum: Einzelne Plätze, Tourismusrayon Stadt Luzern, Stadt Luzern, Kanton Luzern, Erlebnisregion Vierwaldstättersee
- Anspruchsgruppen: Einheimische, Touristische Leistungsträger, Nicht-Touristische Leistungsträger, etc.

Bestimmen der Frequenz/Intensität: Wie oft soll gemessen werden?

- Dauernd: Fortlaufende Frequenzmessung (24/7)
- Regelmässig: Zeitreihen (z.B. wöchentlich, monatlich, jährlich, alle 3 oder 5 Jahre)
- Punktuell: Einzelstudien zur Vertiefung nach Bedarf

Bestimmen der Methoden und der Genauigkeit: Wie und wie genau soll gemessen werden?

- Schätzungen (Expertenmeinungen)
- Qualitative Erhebungen (Befragungen, Fokusgruppen)
- Quantitative Erhebungen (Befragungen, Zählungen, Messungen, etc.)

Die vorgeschlagene Datenerhebung orientiert sich an folgenden Grundsätzen:

1. *Bestehende Daten als Basis nutzen:* Es gibt eine Vielzahl an Studien und Erhebungen die gezielt erweitert oder zusätzlich ausgewertet (falls Zugang zu Rohdaten gewährleistet ist) werden können.
2. *Mut zu Schätzungen:* Gut orchestrierte Schätzungen haben starke Aussagekraft. Dabei gilt es mit wissenschaftlichen Schätzverfahren (allenfalls mehrstufig, vgl. Delphi-Studien) mit legitimierten Panels bestehende quantitative Daten einzuschätzen und zu kontextualisieren.
3. *Verbindung und Kombination von Datensätzen:* Aus isolierten Datensätzen lassen sich keine umfassenden Erkenntnisse ableiten. Erst durch die Triangulation verschiedener Aussagen kann die gewünschte Gesamtsicht entstehen.
4. *Kennzahlen bestimmen:* Aus der Fülle von bestehenden Studien und laufenden Erhebungen gilt es bestimmte Kennzahlen zu definieren, um diese im Sinne eines Monitorings kontinuierlich zu messen und auszuwerten.
5. *Zeitreihen und Benchmarks:* Einmalige Erhebungen lassen keine Entwicklungstendenzen ableiten, dazu ist eine regelmässige und kontinuierliche Datenerhebung (mit vergleichbaren Parametern) notwendig. Idealerweise lassen sich die erhobenen Daten mit Vergleichsdestinationen im In- und Ausland messen.
6. *Qualitative Methoden* können viel über die Ursachen der Herausforderungen aussagen. Ein Problem kann selten durch alleiniges Messen gelöst werden, es braucht ein vertieftes Verständnis der Gründe.
7. *Quantitative Methoden* können eine gute Basis für eine rationale Argumentation liefern, sollten aber stets in Kombination mit qualitativen Methoden (siehe oben) angewendet werden.

Anwendungsbeispiel der vorgestellten Grundsätze:

Tagestouristen in Luzern sind oftmals Übernachtungsgäste in Zürich, Basel oder Bern. Mit *bestehenden Daten* (1), beispielsweise den Logiernächten der Stadt Zürich, kann der Anteil der Personen die einen Tagesausflug auf Luzern unternehmen *geschätzt* (2) werden. Daraus kann eine *Kennzahl* (3) abgeleitet werden die mit verschiedenen anderen Datensätzen (Eintritte, Verkauf Tageskarten, Auslastung SBB, Mietwagenverleih, Anzahl Flixbus etc.) *verbunden und kombiniert* wird. Über die Erhebung dieser Kennzahl über einen Zeitraum entsteht eine *Zeitreihe* (5), die sich auch mit Vergleichsdestinationen (z.Bsp. Rheinfall) vergleichen lässt. Durch *qualitative Gespräche in Fokusgruppen* (6) mit Hoteliers und Anbietern von Tagesausflügen in Zürich (z. Bsp. Best-of-Switzerland) können zudem wertvolle Hintergründe (Motive, Verhalten, Trends und Entwicklungen) der Tagestouristen gewonnen werden. Diese können zudem mit *statistischen Daten* (7) ergänzt und validiert werden.

Die nachfolgende Abbildung zeigt das Datenerhebungskonzept mit einem Vorschlag zum Datenbedarf, zu den Datengrundlagen sowie zur Frequenz und Intensität.

Abbildung 36: Datenerhebungskonzept: Vorschlag zum Datenbedarf, zu den Datengrundlagen und zur Frequenz und Intensität

Datenbedarf	Datengrundlagen: Datenquellen, Studien und Methodik (wie)	Frequenz/Intensität
Gäste		
<ul style="list-style-type: none"> - Touristen in der Zentralschweiz - Anzahl, Herkunft, Anteile, Entwicklung - Motive und Verhalten (->Besucherflüsse) - Segmentierung (Gästetypen) - Ausgaben - Nutzen und Problembereiche 	<ul style="list-style-type: none"> - Tourismusmonitor Schweiz (TMS von Schweiz Tourismus) - Systematische Auswertung der Rohdaten - Motive, Verhalten - Segmentierung - Zeitreihen - Benchmarkanalysen 	<ul style="list-style-type: none"> - Alle 3 Jahre (2017, 2020) sowie laufend nach Bedarf
<ul style="list-style-type: none"> - Strukturdaten, Kennzahlen, Zeitreihen, Benchmarking, Monitoring 	<ul style="list-style-type: none"> - Wertschöpfungsstudie Tourismus Erlebnisregion Vierwaldstättersee - Weiterentwicklung und Erweiterung basierend auf bereits bestehenden touristischen Wertschöpfungsstudien der Kantone Luzern und Nidwalden inkl. Engelberg - Regionalisierung (nach Kantonen und Tourismusregionen) - Quantitative und empirische Erhebungen: Besucherbefragungen der übernachtenden und Tagestouristen - Analyse der Besucherflüsse nach Segmenten (Gästetypen) - Wertschöpfungsanalyse: Berechnung der touristischen Wertschöpfung differenziert nach Segmenten (Gästetypen) und Regionen - Zeitreihen und Monitoring 	<ul style="list-style-type: none"> - Alle 5 Jahre
	<ul style="list-style-type: none"> - Digitale Gästekarte und Gästeportal Luzern - Auswertung der Benutzerdaten der digitalen Gästekarte und der Daten des Gästeportals Luzern - Digitale Gästekarte liefert nur Daten zu Übernachtungsgästen aber nicht zu Tagesgästen - Frequenzen, zeitliche und räumliche Verteilung - Zeitreihen - Vertiefende Auswertungen und Analysen 	<ul style="list-style-type: none"> - Jährlich oder nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Social Media Content Analyse - Kommentare und Bewertungen auf Social Media Plattformen und Bewertungsportalen (wie zum Beispiel TripAdvisor) - Quantitative Auswertungen (Kennzahlen) und qualitative Auswertung von Stichworten mit Hinweisen zu Besucherqualität, Präferenzen und typologische Ausprägungen (Persona) 	<ul style="list-style-type: none"> - Monatlich, halbjährlich oder nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Weitere Daten von touristischen Leistungsträgern - Besucherzahlen und Besucherbefragungen der Leistungsträger der Erlebnisregion - Optional: Gezielte Befragungen der Leistungsträger für spezifische Themen - Nutzung der Daten und Studien für Vertiefungen und zur Validierung 	<ul style="list-style-type: none"> - Kontinuierlich oder nach Bedarf

Datenbedarf	Datengrundlagen: Datenquellen, Studien und Methodik (wie)	Frequenz/Intensität
Gäste		
	<ul style="list-style-type: none"> - Tourismusobservatorium - Aufbau eines Observatoriums, das laufend Daten und Informationen zu Gästen erhebt und publiziert (analog Wallis, Tessin, Freiburg u.a.) - Motive, Verhalten, Segmentierung, Zeitreihen, Benchmarkanalysen - Angebotsseitige Daten 	- laufend
<ul style="list-style-type: none"> - Asiatische (oder Fokus auf chinesische) Gruppentouristen - Anzahl, Herkunft, Entwicklung - Differenziert: pro Tag, Woche, Monat, Jahr - Motive, Verhalten in Tourismuszone (Besucherflüsse) - Ausgaben (insb. Shopping) - Typologie: Premium-, Mittelklasse-, Budget-Gruppen - Nutzen und Problembereiche - Zeitreihen - Prognose: für Lenkungsmaßnahmen (z.B. Carparkplatzgebühren) 	<ul style="list-style-type: none"> - Car-Daten (Securitas-Erhebungen; siehe auch unter Raum) - Erhebung Anzahl Cars - Zusätzlich: Erhebung der Herkunft, Touroperator, Anzahl Reisende pro Car: evtl. nur Stichprobenerhebung (abgestimmt auf die Daten der Gruppenanmeldung) 	- Laufend (stündlich, täglich, wöchentlich, monatlich, jährlich)
	<ul style="list-style-type: none"> - Anmeldung der Gruppen (Bucherer) - Für Typologie der Gruppentouristen und Prognose (Lenkungsmaßnahmen) 	- Laufend (täglich)
	<ul style="list-style-type: none"> - Auswertung der Kundendaten der Uhrengeschäfte - In Kooperation mit den Uhrengeschäften - Anonymisierte Zahlen, soweit möglich absolute oder sonst relative Zahlen - Frequenzen, Konversionsraten, durchschnittliche Ausgaben (sofern möglich) 	- Laufend, wöchentlich, monatlich, jährlich (unterschiedlich je nach Daten)
	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefungsstudie Cartourismus - Basierend auf AKP-Studie - Quantitative und qualitative Befragungen (Touroperator, Tourleader, Chauffeure) - Ergänzende und gezielte Vertiefung von spezifischen Fragestellungen 	- Alle 3-5 Jahre (bzw. nach Bedarf)
	<ul style="list-style-type: none"> - Besucherflussanalysen - Siehe Ausführungen unter Datenbedarf Raum 	- Nach Bedarf
<ul style="list-style-type: none"> - Asiatische (oder Fokus auf chinesische) Individualtouristen - Anzahl, Herkunft pro Tag, Entwicklung - Motive, Verhalten (Besucherflüsse) - Ausgaben (insb. Shopping) - Nutzen und Problembereiche - Zeitreihen und Monitoring 	<ul style="list-style-type: none"> - FIT China-Projekt zu chinesischen Individualtouristen: Weiterführung - Auswertung der Ergebnisse des Projekts - Weiterführung: Monitoring, regelmässige Updates durch Lake Lucerne Region - Gezielte Angebotsentwicklung und -vermarktung (zur Lenkung) 	- Jährlich
	<ul style="list-style-type: none"> - Hotel-Übernachtungen von Drittstädten - Erhebung und Monitoring der Übernachtungen (z.Bsp. in Basel, Bern, Zürich) - Übernachtungen als Indikator für die Berechnung und Schätzung der daraus resultierenden Tagestouristen (Koeffizienten) und das Monitoring in der Stadt Luzern 	- Monatlich, jährlich
	<ul style="list-style-type: none"> - Auswertungen Kundendaten der Uhrengeschäfte - In Kooperation mit den Uhrengeschäften - Anonymisierte Zahlen, soweit möglich absolute oder sonst relative Zahlen - Frequenzen, Konversionsraten, durchschnittliche Ausgaben (sofern möglich) 	- Nach Bedarf (Jährlich)

Datenbedarf	Datengrundlagen: Datenquellen, Studien und Methodik (wie)	Frequenz/Intensität
Gäste		
	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefungsstudien zu den asiatischen (chinesischen) Individualtouristen - Untersuchung von spezifischen Fragestellung - Z.B. im Rahmen von studentischen Arbeiten 	- Nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Besucherflussanalysen - Siehe Ausführungen unter Datenbedarf Raum 	- Nach Bedarf
<ul style="list-style-type: none"> - Weitere Wachstumsmärkte wie z.B. Indien oder Golfstaaten 	<ul style="list-style-type: none"> - Abhängig von der Entwicklung der Wachstumsmärkte sowie allfälligen damit verbundenen Problemen sind analoge oder angepasste Datenerhebungen wie bei den asiatischen (chinesischen) Touristen empfohlen 	- Nach Bedarf
Raum		
<ul style="list-style-type: none"> - Plätze: Schwanenplatz und Löwenplatz - Anzahl Personen, Anteil der Touristen differenziert nach Gästetypen (Herkunft, Tages-/übernachtende Touristen, Gruppen- und Individualtouristen) - Kapazität, räumliche und zeitliche Konzentration, Intensität/Dichte - Besucherflüsse - Wertschöpfungsintensität 	<ul style="list-style-type: none"> - Car-Daten (Securitas-Erhebungen; siehe auch unter Gäste) - Erhebung Anzahl Cars - Zusätzlich: Erhebung der Herkunft, Touroperator, Anzahl Reisende pro Car: evtl. nur Stichprobenerhebung - Kombination mit Daten zum Gesamtverkehrsaufkommen (siehe unten) - Prüfung der Weiterentwicklung der manuellen eher fehleranfälligen Messung (z.B. Entwicklung einer App) 	- Laufend (stündlich, täglich, wöchentlich, monatlich, jährlich)
<ul style="list-style-type: none"> - Tourismuszone, Stadt/Agglomeration Luzern, Kanton Luzern, Erlebnisregion Vierwaldstättersee - Frequenzen - Besucherflüsse 	<ul style="list-style-type: none"> - Digitale Gästekarte - Auswertung der Benutzerdaten der digitalen Gästekarte Luzern - Digitale Gästekarte liefert nur Daten zu Übernachtungsgästen aber nicht zu Tagesgästen - Frequenzen, zeitliche und räumliche Verteilung 	- Nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Swisscom Daten - Mobildaten der Kunden von Swisscom (~60% Marktanteil) sowie Kunden anderer Anbieter, die das Swisscom Netz nutzen (M-Budget Mobile, Wingo Mobile und ausländische Sim-Karten mit Roaming über das Swisscom Netz) - Aufgrund der hohen Kosten: Fokussierung auf klare Fragestellungen (Vertiefungsstudien) und zeitlich beschränkt (Stichproben) sowie Kooperation mit Partnern und Nutzung der Daten für verschiedene Zwecke (Tourismus und Mobilität) 	- Nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Axinova-Daten - Footprint-Panel von 2'000 Personen, repräsentativ (Alter, Geschlecht und Region) verteilt über die gesamte Schweiz (Keine Panel-Teilnehmer im Ausland) - Besucherflüsse aufgrund der Bewegungsmuster des Panels (auch ex-post) 	- Nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Vertiefungsstudie Cartourismus - Frequenzen und Besucherflüsse - Ergänzende und gezielte Vertiefung von spezifischen Fragestellungen 	- Alle 3-5 Jahre (bzw. nach Bedarf)

Datenbedarf	Datengrundlagen: Datenquellen, Studien und Methodik (wie)	Frequenz/Intensität
Raum		
	<ul style="list-style-type: none"> - Artificial Intelligence-Daten (Daten kombiniert mit Künstlicher Intelligenz) - Tracking und Triangulation von Social-Media-Trends (hashtags) unterschiedlicher Plattformen, öffentlich zugänglicher big data (open data) sowie Satelliten-Daten zum Nachvollziehen der Customer Journeys, behaviour und satisfaction (mehr Info unter https://www.future-tourism.com) - Future Tourism ist Jungunternehmen und bietet kontinuierliches Messen der Daten an. Auswertung von Besucherflüssen, Einstellungen und Wahrnehmung möglich. 	- Nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Infrarotmessungen mit Spezialkameras - Frequenzen und Besucherflüsse an neuralgischen Orten und spezifischen Plätzen. - Sehr eingeschränkt und fokussiert auf einzelne ‚Hot-Spots‘ - Grundsätzlich kontinuierliche Datenerhebung möglich, hoher Initialaufwand, geringer Betriebsaufwand - Hohe Genauigkeit in Bezug auf Frequenzen, aber beschränkte Aussagekraft wegen fehlenden Angaben zu den Personen (Herkunft) - Preisvoranschlag eines Anbieters (eco-counter) in der Vorstudie ersichtlich (3'000 Euro pro Kamera + 300 Euro Lizenzgebühren) 	- Nach Bedarf
	<p>Besucherflussanalysen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Systematische Erhebung von Experten-Schätzung zur Identifikation strategischer Besucherströme (SBS) durch das St.Galler Modell für Destinationsmanagement SGDM. - Zusammenführen einzelner SBS zu einer variablen Geometrie. - Analyse von Nachfrage- und Angebotsnetzwerke unter Erkennung von Stellhebel und Einflussmechanismen. 	-
<ul style="list-style-type: none"> - Daten zum Gesamtverkehr - Daten zur Entwicklung des Gesamtverkehrs - Fahrzeug- und Personenbewegungen an bestimmten Orten (wie zum Beispiel Reussüberquerungen) - Zeitreihen und Monitoring 	<ul style="list-style-type: none"> - Verkehrszählungen - Differenziert nach Fussgänger, Velos, ÖV, MIV bzw. 24-stündiger Motorfahrzeugverkehr (LUSTAT, laufend) - Betrachtung der Hauptverkehrsachsen um Gesamtbild der Besucherströme über gesamte Stadtregion herzuleiten - Quantitative Erhebungen mit hoher Genauigkeit - Angaben zu Herkunft und Reiseform der Verkehrsteilnehmer fehlen - Verbindung mit touristischen Strukturdaten (Logiernächte, Besucherzahlen, Umsätze) zur Schätzung des touristischen Mehrverkehrs 	- Nach Bedarf (stündlich, täglich, wöchentlich)

Datenbedarf	Datengrundlagen: Datenquellen, Studien und Methodik (wie)	Frequenz/Intensität
Anspruchsgruppen		
<ul style="list-style-type: none"> - Bevölkerung - Einschätzung, Perspektive, Wahrnehmung, Beurteilung des Nutzens und der Problem-bereiche in Bezug auf bestimmte Orte, Zeiten und Gästesegmente - Soziodemografische Merkmale, Tourismus-bewusstsein - Differenzierung nach Wohnort (Quartier), Besuch der Tourismuszone, Abhängigkeit vom Tourismus (Anstellung) - Zeitreihen und Monitoring - Benchmarking, Vergleiche - Weitere Anspruchsgruppen: Touristische Leistungsträger, Detailhandel, Gewerbe - Einschätzung, Perspektive, Wahrnehmung, Beurteilung des Nutzens und der Problem-bereiche in Bezug auf bestimmte Orte, Zeiten und Gästesegmente 	<ul style="list-style-type: none"> - Quantitative Bevölkerungsbefragung - Repräsentative Stichprobe der Bevölkerung der Stadt Luzern, mit Repräsentativität auf Stufe der Quartiere (entsprechend grosse Stichprobe) - Fragen zu den Touristen (Gästetypen) und Räumen - Auswertung unter Berücksichtigung der soziodemografischen Merkmale 	<ul style="list-style-type: none"> - Zu Beginn jährlich, später alle 2-3 Jahre oder nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Quantitative Befragung der weiteren Anspruchsgruppen - Repräsentative Stichprobe (soweit möglich) der Anspruchsgruppen - Gleiche Fragen wie bei der quantitativen Bevölkerungsbefragung 	<ul style="list-style-type: none"> - Zu Beginn jährlich, später alle 2-3 Jahre oder nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Qualitative Bevölkerungsbefragung: Fokus-Gruppen - Ausgewählte Anspruchsgruppen (Bevölkerung, Leistungsträger, Touristen etc.) - Zur Vertiefung und Diskussion ausgewählter Themen aufgrund der quantitativen Befragungen und für den partizipativen Austausch - Selektive Auswahl der Personen nach repräsentativen Kriterien 	<ul style="list-style-type: none"> - Nach Bedarf
	<ul style="list-style-type: none"> - Befragung zur zukünftigen Entwicklung des Tourismus - Befragung der Bevölkerung und weiteren Anspruchsgruppen zu möglichen Optionen (Szenarien) der zukünftigen Entwicklung des Tourismus und der Stadt Luzern inkl. Bewertung und Priorisierung von Kosten und Nutzen dieser Optionen - Befragung der Präferenzen und Akzeptanz für die verschiedenen Optionen - Methode: Choice Modelling (Conjoint-Analyse) - Vergleich der Einschätzung nach den verschiedenen Anspruchsgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> - Einmalig
<ul style="list-style-type: none"> - Short Time-Rentals - Entwicklung Short Time-Rentals - Zeitreihen und Monitoring 	<ul style="list-style-type: none"> - Auswertung Short Term Rentals - Auswertung von Kurzzeit-Vermietungen (Airbnb, HomeAway) nach Grösse, Art, Auslastung und Preisentwicklung der Mietobjekte, sowie Reiseverhalten (Lieblingsdestinationen), Herkunft, Alter, Geschlecht, Sprache, Onlineverhalten der Gäste (https://www.airdna.co) - Stadt und Kanton Luzern als Eingrenzung bei Suchanfrage möglich, sowie auch einzelne Gemeinden (wie beispielsweise Vitznau, Kriens) - Auswertung mit Zeitreihen auf Monatsbasis möglich. 	<ul style="list-style-type: none"> - Jährlich, nach Bedarf
Strukturdaten		

Datenbedarf	Datengrundlagen: Datenquellen, Studien und Methodik (wie)	Frequenz/Intensität
Strukturdaten		
<ul style="list-style-type: none"> - Ladenstruktur - Entwicklung der Landstruktur in der Stadt Luzern - Zeitreihen und Monitoring 	<ul style="list-style-type: none"> - Auswertung Grundbuchamt - Auswertung Handänderungen, Nutzungszwecke, Besitzerverhältnisse - Auswertung Handelsregister - Auswertungen Handelsregisteränderungen, Firmengründungen, Firmenzwecke - Auswertung LUSTAT - Auswertung von statistisch erhobenen Kennzahlen von LUSTAT 	<ul style="list-style-type: none"> - Jährlich, nach Bedarf

Quelle: Eigene Darstellung

5.2 Haupterkenntnisse und Empfehlungen

5.2.1 Herausforderungen

Die Studie zeigt die Herausforderungen auf, welche durch die Erfassung der Anzahl, der Strukturen und des Verhaltens der Tagestouristen entstehen. Wie in Kapitel 2.2 dargelegt, können die Herausforderungen wie folgt zusammengefasst werden:

- *Datenlage*: Zum Tagestourismus gibt es keine übergeordneten zentral erfassten Daten. Dies hat insbesondere mit den unterschiedlichen Aktivitätsmustern der Tagestouristen sowie dem grossen Aufwand für die Datenerhebung zu tun. Diese Umstände verunmöglichen eine zentrale Datenerfassung. Daten zum Tagestourismus aus bestehenden Studien und Auswertungen zeigen eine grosse Bandbreite auf und sind mit Unsicherheiten verbunden.
- *Unterschiedliche Definitionen*: Die Abgrenzung des Tagestouristen muss für den betrachteten Fall jeweils individuell gemacht werden. Daraus folgt, dass aufgrund unterschiedlicher Erhebungsmethoden die Daten von unterschiedlichen Quellen meist nicht direkt vergleichbar sind.
- *Abgrenzung*: Ein Übernachtungsgast im Kanton Luzern kann gleichzeitig ein Tagesgast in der Stadt Luzern sein (und umgekehrt). Entsprechend sind die Abgrenzung und der berücksichtigte Perimeter relevant bei der Bestimmung und Analyse des Tagestourismus. Zudem resultieren daraus vielfältige Probleme der Erfassung und Zuordnung der Gäste sowie das Problem von Doppelzählungen (einmal als übernachtender Gast und dann nochmals als Tagesgast).
- *Überlagerung unterschiedlicher Gruppen*: Bei einer räumlichen Betrachtung überlagern sich verschiedene Gruppen (Einheimische, Pendler, Übernachtungstouristen, Tagestouristen). Für die Steuerung ist die Information über die Anzahl und das Verhalten der unterschiedlichen Gruppen aber zentral.
- *Die Herausforderungen zeigen, dass die Interpretation bestehender Daten mit grossen Unsicherheiten verbunden ist und dass die Erfassung des Phänomens Tagestourismus aufgrund der hohen Komplexität äusserst anspruchsvoll ist.*

5.2.2 Datenbedarf und Datenstruktur

Aufgrund der hohen Komplexität des Phänomens Tagestourismus stellt sich in Bezug auf den Datenbedarf die Frage, nach welchen Kriterien Daten systematisch erfasst und strukturiert werden können. Unter Berücksichtigung der Situation in der Stadt Luzern sind folgende Erkenntnisse relevant:

- Das Zählen von *Frequenzen* alleine ist nicht hinreichend, um das Phänomen des Tagestourismus befriedigend zu erfassen. Zusätzlich müssen das Verhalten der Tagesgäste (z.B. Anzahl, Anteil, Herkunft, Reiseform, Besucherflüsse, Ausgabeverhalten, Segmente, Entwicklung) sowie der Nutzen und mögliche Problembereiche der Tagestouristen erfasst und bewertet werden.
- Das Verfolgen eines *problem-zentrierten Ansatzes* hilft, den Datenbedarf zu strukturieren und zu priorisieren. Dabei zeigt sich, dass differenzierte Daten in Bezug auf die drei *Betrachtungsperspektiven* (1) Gäste, (2) Raum und (3) Anspruchsgruppen relevant sind.
 - (1) *Gäste*: Die Betrachtung der verschiedenen Typen von Tagesgästen ist von Interesse, weil diese ein unterschiedliches Verhalten aufweisen und zu unterschiedlichen Nutzen und Problemen führen. Die Gäste werden idealerweise nach Herkunftsmarkt sowie nach Reiseform (Gruppereisende und Individualreisende) typologisiert. Dabei sollte ein besonderer Fokus auf den Schweizer sowie den chinesischen Tagestouristen gelegt werden. Die Schweizer Tagestouristen sind relevant, weil sie mit Abstand den grössten Anteil der Tagestouristen ausmachen und es zu den Schweizer Tagestouristen keine genauen Zahlen gibt. Die chinesischen Tagestouristen reisen mehrheitlich in grossen Gruppen, die zudem alle ein sehr ähnliches Verhalten haben, was zu einer hohen räumlichen und zeitlichen Konzentration der Besucherströme führt. In Kombination mit den kulturellen Unterschieden sind Konflikte die Folge. Deshalb sind in der Diskussion um die touristische Entwicklung die chinesischen Gruppenreisenden von besonderem Interesse.
 - (2) *Raum*: Die räumliche Betrachtung ist von Bedeutung, da sich die Herausforderungen in bestimmten Räumen manifestieren und räumliche Informationen für das Planen allfälliger Lenkungsmassnahmen zentral sind. Je nach Informationsbedarf sind unterschiedliche räumliche Betrachtungsebenen relevant, wobei sich die Gäste und Besucherflüsse nicht an politischen Grenzen orientieren sondern an Erlebnisräumen. Ein spezieller Fokus gilt neuralgischen Plätzen wie beispielsweise dem Schwanenplatz.

- (3) *Anspruchsgruppen*: Die Betrachtung von Anspruchsgruppen ist zentral, da die Bewertung von Nutzen und Problemen des Tourismus sowie die Interpretation von Daten von der Perspektive und Wahrnehmung der Anspruchsgruppen abhängt. Zu den zentralen Anspruchsgruppen gehören insbesondere die Bevölkerung sowie die touristische Leistungsträger, der Detailhandel, das Gewerbe und die Quartiervereine.
- Die *Strukturierung* des Datenbedarfs kann je nach Bedarf und Entwicklungen angepasst und ergänzt werden. So kann die Gästetypologisierung bei Bedarf auf weitere Herkunftsmärkte wie beispielsweise Indien oder die Golfstaaten (GCC) ausgeweitet werden.
 - *Es besteht ein Datenbedarf in Bezug auf die Gäste und deren Verhalten sowie in Bezug auf den Raum und auf die verschiedenen Anspruchsgruppen. Für eine gezielte Erhebung von Daten empfiehlt es sich zudem, den Fokus auf bestimmte Gästesegmente und Räume zu legen und diese Daten mit den Einschätzungen der Anspruchsgruppen zu verbinden.*

5.2.3 Ergebnisse: Datenlage und Datenlücken

Auch wenn die Datenlage insgesamt lückenhaft ist, gibt es verschiedene Quellen mit quantitativen und qualitativen Daten, welche beigezogen werden können. Aufgrund der Analyse der bestehenden Daten können folgende Erkenntnisse zusammengefasst werden:

Gäste:

- Je nach Datenquelle oder Studie werden in Bezug auf die Anzahl Tagesgäste unterschiedliche Grössenordnungen genannt. Die Schätzungen der Anzahl Tagestouristen in der *Stadt Luzern* variieren beispielsweise zwischen 2.9 und 7 Mio. und für den *Kanton Luzern* zwischen 4.9 und 11.8 Mio. pro Jahr. Aufgrund der unterschiedlichen Datenquellen und Erhebungsmethoden, können die Zahlen nicht miteinander verglichen werden. Eine Beurteilung der Verlässlichkeit der einzelnen Studien ist nicht möglich.
- Die nachfrageseitig erhobenen Zahlen zu den Tagesreisen von Schweizern in die Stadt Luzern aus dem Mikrozensus Verkehr liegt mit 2 Mio. deutlich unter den Zahlen anderer Quellen wie beispielsweise der Wertschöpfungsstudie Tourismus Kanton Luzern.
- Verschiedene Studien zeigen, dass ein wesentlicher Anteil der ausländischen Tagesgäste *ausserhalb der Region* übernachtet. Dies trifft zunehmend auch auf Individualreisende zu und bestätigt die Tendenz vieler internationaler Gäste zu einem Hub & Spoke Verhalten, d.h. dass sie oft in zentralen Städten (z.B. Zürich, Basel oder Bern) übernachten und von dort aus Tagesausflüge unternehmen.
- Der Anteil der Gäste, die in der *Stadt übernachten* variiert beträchtlich. Bei den Gästen aus China (35%) und Indien (38%) ist der Anteil besonders klein, während er bei den Gästen aus den USA (77%), Hongkong (79%) oder Taiwan (92%) deutlich höher liegt.
- Ein Grossteil der Besucher des Kantons resp. der Tourismusregion *besucht auch die Stadt*. Umgekehrt bewegen sich ca. 21% der Übernachtungsgäste (nur Leisure) in einer Schweizer Stadt im Umkreis von 20 km und sogar 39% in einem weiteren Perimeter. Nur 40% bewegen sich nur innerhalb der Stadt (ST TMS Auswertung 2019).
- Es gibt *keine Verhaltensdaten* zu den unterschiedlichen Gästetypen. Deshalb sind auch die *Besucherflüsse* oder das *Ausgabeverhalten* der Gäste nicht bekannt. Es gibt kaum Zeitreihen zur Entwicklung der Frequenzen, des Verhaltens und der Ausgaben. Wo es Zählungen von Frequenzen gibt, kann in der Regel der Anteil der Touristen bzw. Tagestouristen nicht bestimmt werden.
- Während es Zahlen zur *Anzahl Cars* gibt, fehlen genaue Zahlen zur *Anzahl Reisenden in Gruppen* und deren *Verhalten*. Die Datenlage zu den *Individualreisenden* ist noch schlechter. Die Gesamtzahl der Individualreisenden ist nicht bekannt und es gibt auch keine Daten zum Verhalten oder den Ausgaben (Shopping).
- *Trotz bestehender Datenlücken können mithilfe der bestehenden Daten mit einem verhältnismässigen Aufwand noch weitere wichtige Erkenntnisse gewonnen werden. Voraussetzung ist eine noch systematischere Auswertung und Kombination bestehender Daten, welche punktuell mit ergänzenden Datenerhebungen erweitert werden. Mit diesem Vorgehen könnte eine Grundlage geschaffen werden, um einen partizipativen Diskurs mit den Anspruchsgruppen zu führen und dann die noch bestehenden Datenlücken schrittweise sowie abgestimmt auf die konkreten Ziele und Probleme kontinuierlich zu schliessen. Die Analysen haben zudem gezeigt, dass es aufgrund der diversen Herausforderungen nicht sinnvoll ist, den Tagestourismus separat zu untersuchen. Vielmehr sollte der Tourismus aus der Gästeperspektive umfassend und integral betrachtet werden.*

Raum:

- 2017 wurden am *Schwanenplatz* 50'898 und am *Löwenplatz* 30'394 Cars gezählt. Das ergibt in der Summe (geteilt durch 2) 40'646 Cars. Bei einer angenommenen durchschnittlichen Auslastung von 35 Personen pro Car ergibt dies 1'422'610 Gruppengäste an diesen Plätzen im 2017.
- Die Besucher aus *China* machen bei den Cartouristen mit grossem Abstand den grössten Teil der Gruppenreisenden aus.
- In Bezug auf die *Besucherflüsse* gibt es insbesondere Anhaltspunkte zu den chinesischen Gruppengästen. Insgesamt kamen 43% der Reisegruppen direkt aus dem Ausland, 11% aus dem Raum Zürich, weitere 11% vom Berner Oberland (insbes. Interlaken). Nur 10% kamen aus der Stadt & Agglomeration Luzern. Die nächste Destination führte für 39% der Reisegruppen ins Ausland, 14% ins Berner Oberland (insbes. Interlaken) 12% in die Agglomeration Zürich. Nur für 8% der Reisegruppen war die nächste Destination in der Stadt und Agglomeration Luzern.
- Aus den vorhandenen allgemeinen *Verkehrsdaten* lassen sich kaum Aussagen zur Entwicklung des Tourismus ableiten, da die Zusammensetzung der Frequenzen nicht bekannt ist. Hilfreich sind die Daten einzelner Leistungsträger (z.B. Schifffahrt, Bergbahnen), die teilweise zusätzliche Informationen zum Besucherverhalten erheben.
- Es gibt keine oder nur fragmentierte Daten zur *räumlichen Verteilung* der Besucher. Bei Frequenzzählungen an einzelnen Orten ist nur die Gesamtzahl bekannt, nicht aber die Struktur der Frequenzen, d.h. die Unterscheidung nach Einheimischen, Pendlern und Touristen mit der Unterscheidung nach Tages- und Übernachtungsgästen oder nach Herkunft. Für die Orte und Plätze für die Jahreszahlen verfügbar sind, fehlen wichtige Informationen zum Jahres- Monats-, Wochen- und Tagesverlauf.
- *Die Datenlage ist in Bezug auf die räumlichen Informationen ungenügend. Da das Erheben von räumlichen Daten in der Regel sehr anspruchsvoll und aufwändig sowie mit hohen Kosten verbunden ist, lohnt sich der Fokus auf ausgewählte neuralgische Punkte (wie z.B. Schwanenplatz). Es muss jeweils für den Einzelfall geprüft werden, ob entsprechende Erhebungen auch Sinn machen und einen Mehrwert schaffen für die Diskussion.*

Anspruchsgruppen:

- In Bezug auf die Anspruchsgruppen gibt es *kaum verlässliche Daten*. Die Diskussion wird primär gesteuert über informelle Äusserungen, Wortmeldungen in Leserbriefen oder politische Vorstösse.
- Es fehlen insbesondere Daten zum Tourismusbewusstsein und -empfinden der *Bevölkerung* sowie *Zeitreihen* zur Entwicklung respektive *Benchmarkingdaten* zum Vergleich mit anderen Destinationen.
- Bei der *Bevölkerung* fehlen differenzierte und disaggregierte Daten, z.B. differenziert nach den verschiedenen Quartieren und Stadtteilen oder differenziert nach dem Verhalten (Besuch der neuralgischen Plätze wie z.B. der Schwanenplatz) oder ob bzw. in welchem Umfang jemand direkt oder indirekt vom Tourismus profitiert.
- Aber auch zu den *weiteren Anspruchsgruppen* gibt es keine verlässlichen Daten zu deren Sicht und Beurteilung der aktuellen Situation und zukünftigen Entwicklung des Tourismus.
- *Daten zu den unterschiedlichen Perspektiven und Wahrnehmungen der verschiedenen Anspruchsgruppen haben eine sehr grosse Relevanz. In Bezug auf die Wahrnehmung und Einschätzung des Tourismus durch die verschiedenen Anspruchsgruppen gibt es keine Daten und den grössten Handlungsbedarf. Die rasche und systematische Schliessung der Datenlücken zu den Anspruchsgruppen ist daher unumgänglich und hat eine entsprechend hohe Priorität.*

Fazit:

Insgesamt gibt es nur lückenhafte Datengrundlagen für die Einordnung des Tagestourismus. Es fehlen insbesondere disaggregierte Daten nach Segmenten oder Untergruppen und genauere Daten zu den Frequenzen sowie zu deren zeitlichen und räumlichen Verteilung (Besucherstruktur und Besucherflüsse) und dem Ausgabeverhalten. Des Weiteren gibt es einen Datenbedarf in Bezug auf systematische Kennzahlenanalysen, Zeitreihenanalysen und Benchmarkingdaten sowie in Bezug auf die Verbindung der gäste- und raumbezogenen Daten mit den Daten zu den Anspruchsgruppen.

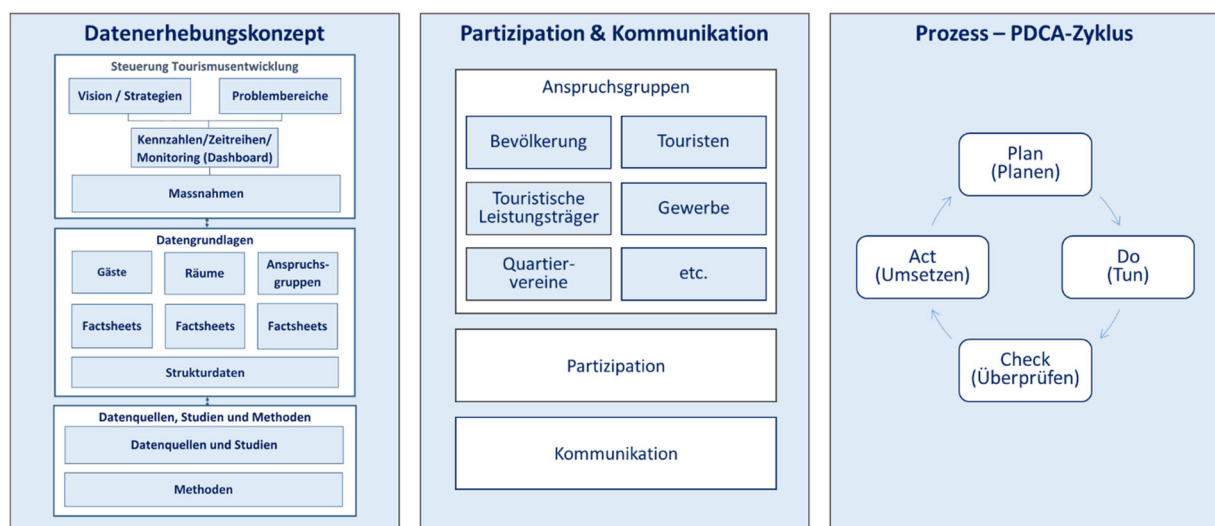
5.2.4 Empfehlungen zur Datenerhebung

Aufgrund der Vielfalt an unterschiedlichen Datenerhebungen und der damit verbundenen Kosten, gilt es die Datenerhebungen gezielt zu planen und zu priorisieren.

Gesamtsicht

- Empfohlen wird eine *Gesamtsicht* der Datenerhebung, die aus drei Teilen besteht:
 - Ein *Datenerhebungskonzept*, das die Steuerung der Tourismusentwicklung, die Datengrundlagen sowie die Datenquellen, Studien und Erhebungsmethoden umfasst.
 - Die *Partizipation* und *Kommunikation*, d.h. der Einbezug der relevanten Anspruchsgruppen sowie die Kommunikation mit diesen Anspruchsgruppen.
 - Der *Prozess* bzw. *PDCA-Zyklus* mit den generellen Schritten der Planung (Plan), Tun (Do), Überprüfung (Check) und Umsetzung (Act) für die Steuerung der Datenerhebung und die Partizipation sowie Kommunikation.
- Die folgende Abbildung zeigt die Gesamtsicht der Datenerhebung. Anschliessend wird die Gesamtsicht kurz beschrieben.

Abbildung 37: Datenerhebung Gesamtsicht



Quelle: Eigene Darstellung

Datenerhebungskonzept

- Es braucht eine *integrale Gesamtbetrachtung des Tourismus*, die über den Tagestourismus hinausgeht. Es hat sich gezeigt, dass eine isolierte Betrachtung des Tagestourismus nicht zielführend ist, sondern vielmehr das Tourismusaufkommen als Ganzes analysiert werden muss sowie soweit nötig und möglich mit einer Unterteilung in Tagesgäste und übernachtende Gäste sowie nach Gästetypen.
- Der konkrete *Datenbedarf* in Bezug auf die benötigten *Datengrundlagen* ergibt sich aus:
 - den übergeordneten Strategien
 - den konkreten Problembereichen
 - dem Bedarf an Kennzahlen
 - den Massnahmen
- In Bezug auf die *Strategien* geht es darum, die verschiedenen Visionen und Strategien zum Tourismus der relevanten Anspruchsgruppen (Stadt, Kantone, LTAG, wichtigste Leistungsträger) zu analysieren und dabei zu prüfen, inwiefern sie übereinstimmen oder sich unterscheiden und den Bedarf für eine Abstimmung abzuleiten. Entscheidend bei den Strategien sind die *Umsetzung* und *Verbindlichkeit*, d.h. dass die operativen Aktivitäten (z.B. die Angebotsentwicklung und Vermarktung) auf die gemeinsam vereinbarte Vision und Strategie abgestimmt sind.

- Bei den Datengrundlagen gilt es zudem die benötigten Daten zu den *Gästen* in Bezug auf den *Raum* sowie die *Anspruchsgruppen* in ein Gesamtkonzept einzubetten, um das Vorgehen zu *koordinieren*, Synergien zu nutzen sowie unerwünschte Nebenwirkungen zu verhindern und aussagekräftige Resultate zu erhalten.
- Nur eine *Kombination* der verschiedenen Datenquellen und deren *Vernetzung* kann zu einem umfassenden Verständnis des Tourismusaufkommens führen. Die wichtigste Datenquelle in Bezug auf die Gesamtbetrachtung des Tourismus ist dabei eine umfassende *touristische Wertschöpfungsstudie* mit einer empirischen Befragung der übernachtenden Gäste und der Tagesgäste.
- Die Datenerhebung sollte *gezielt* erfolgen statt generisch. Dies bedingt, dass strategische Entscheide und Ziele sowie konkreten Problembereiche unter Einbezug der Perspektive und Wahrnehmung der *Anspruchsgruppen* geklärt werden. Daten sind nach Bedarf (Strategie, Ziele, Probleme) zu erheben und zu differenzieren.
- In Bezug auf die *Methoden der Datenerhebung* gilt es bei der Planung der zukünftigen Erhebungen folgende Erkenntnisse zu berücksichtigen:
 - *Weniger ist oft mehr*: So viele Daten wie nötig, so wenige wie möglich unter Berücksichtigung der Kosten und Nutzen der Datenerhebung.
 - *Mut zu Schätzungen*: Oft fehlen empirisch erhobene quantitative oder qualitative Daten. Gute Schätzungen sind aber oft auch ausreichend, zumindest zu Beginn als Grundlage für einen partizipativen Prozess.
 - *Drei Betrachtungsweisen*: Wichtig sind die drei Perspektiven Gäste, Raum und Anspruchsgruppen sowie deren Verbindung.
 - *Zeitreihen, Monitoring* und *Benchmarking* sind wichtig für die Messung der Entwicklung und die frühzeitige Antizipation von Problemen.
 - Wichtig ist eine *Gesamtsicht* mit gezielter Vernetzung und Kombination der verschiedenen bestehenden und neuen Datenquellen.
- *Auf bestehenden Daten und Grundlagen aufbauen*:
 - Bestehende Daten geben bereits Auskunft über grundlegende Attribute der Gäste. Durch eine Verfeinerung, Erweiterung und Kombination der Daten können weiterführende Erkenntnisse gewonnen werden.
 - Es gilt bestehende Datensätze mit zusätzlichen Erhebungen zu verbinden, um ein aussagekräftiges Bild über die touristische Situation in Luzern zu erhalten.
- *Neue Methoden* bei der Datenerhebung nutzen:
 - Die Digitalisierung und *neue Technologien* eröffnen neue Handlungsfelder unter anderem für die Erfassung der Besucherflüsse.
 - Diese Technologien sind oft *aufwendig* zu implementieren, können jedoch anschliessend oft mit geringen Ressourcen genaue und aufschlussreiche Daten liefern.
 - Die Technologien unterliegen einem konstanten *Wandel*, was regelmässige Anpassungen und Erweiterungen nach sich zieht.
 - Die Nutzung der digitalen Technologien und der digitalen Daten wird eingeschränkt durch die zum Teil *hohen Kosten* und *rechtlichen Einschränkungen* aufgrund des Datenschutzes.

Die Abbildung auf der nächsten Seite zeigt in einer Tabelle die *empfohlenen Datenerhebungen* aus der *Perspektive der Datenerhebung* mit Informationen zum anvisierten *Datenbedarf*, zu den *Kosten*, zur *Datengrundlage* und zu den *Verantwortlichkeiten* bei der Umsetzung.

Nachfolgend eine kurze *Erläuterung der Tabelle*:

- *Schliessen der Datenlücken*: In diesen Spalten wird angegeben, zu welcher Betrachtungsweise (Gäste, Raum, Anspruchsgruppen) die Erhebung primär Daten liefert. Daraus wird ersichtlich, dass die erhobenen Daten in vielen Fällen Informationen zu mehreren Aspekten liefern. Dies ermöglicht eine Vernetzung der Daten und Perspektiven sowie die Nutzung von Synergien.
- *Kosten*: Die Angaben zu den Kosten beruhen lediglich auf groben Schätzungen, aufgeteilt in drei Kategorien (<20'000, 20'000 – 100'000, >100'000 CHF). Die Kosten sind abhängig von der Art und vom Umfang der Umsetzung, d.h. der gewählten Methode der Datenerhebung und des Vorgehens, die sich aus dem Anspruch an die Genauigkeit sowie die Aktualität (und damit die Häufigkeit) ergeben. In der Regel werden die Erhebungen bei späteren Anwendungen günstiger, da die Entwicklungskosten wegfallen.

Abbildung 38: Übersicht empfohlene Datenerhebungsmethoden

Erhebung	Schliessen von Datenlücken			Kosten (CHF)			Datengrundlage			Umsetzung		
	Gäste	Raum	Anspruchsgruppen	Gering (<20'000)	Mittel (20'000 – 100'000)	Hoch (>100'000)	Bestehend	Erweiterung bestehende Daten	Neue Datenerhebungen	Öffentliche Hand (intern)	LTAG (Leistungsvereinbarung)	Dritte (Auftrag)
Tourismusmonitor Schweiz (TMS von Schweiz Tourismus)	X			X			X				X	
Wertschöpfungsstudie Tourismus Erlebnisregion Vierwaldstättersee	X					X		X				X
Digitale Gästekarte und Gästeportal Luzern	X	X			X			X			X	
Social Media Content Analyse	X	(X)			X		(X)	X			X	
Weitere Daten von touristischen Leistungsträgern	X	(X)			X			X				X
Tourismusobservatorium	X	X	X			X			X			X
Car-Daten (Securitas-Erhebungen; siehe auch unter Raum)	X	X			X			X		X		
Anmeldung der Gruppen (Bucherer)	X	(X)		X			X				X	
Auswertung der Kundendaten der Uhrengeschäfte	X			X			X				X	
Vertiefungsstudie Cartourismus	X	X				X			X			X
AI-Daten	X	(X)			X				X			X
Wärmebild-Kameras		X			X				X	X		
Besucherflussanalysen	X	X			X				X			X
FIT China-Projekt: Weiterführung	X				X			X			X	
Hotel- Übernachtungen	X			X			X				X	
Vertiefungsstudien zu den asiatischen (chinesischen) Individualtouristen	X	(X)			X				X			X
Swisscom Daten		X			X				X	X		
Axinova-Daten	(X)	X			X				X	X		
Verkehrszählungen		X		X				X		X		
Quantitative Bevölkerungsbefragung			X			X			X			X
Quantitative Befragung der weiteren Anspruchsgruppen			X		X				X			X
Qualitative Bevölkerungsbefragung: Fokus-Gruppen			X		X				X			X
Befragung zur zukünftigen Entwicklung des Tourismus (Szenarien)			X		X				X			X
Ergänzung Bevölkerungsbefragung (LUSTAT)			X	X				X		X		
Strukturdaten: Auswertung Short Term Rentals		X	(X)		X							X
Strukturdaten: Erhebung Ladenstruktur		X	(X)							X		

Quelle: Eigene Darstellung

- *Datengrundlagen*: In dieser Spalte wird angegeben, ob die Datenerhebung basierend auf einer (1) Analyse bestehender Daten erfolgen kann oder ob (2) aufbauend auf einer bestehenden Datenquelle Anpassungen und Erweiterungen nötig sind in Bezug auf die Datenerhebung (d.h. zusätzliche Daten erhoben oder die Erhebungsmethodik angepasst werden müssen) oder die Auswertungen angepasst und vertieft werden müssen oder ob (3) ganz neue Erhebungen oder Studien durchgeführt werden müssen.
- *Umsetzung*: Der Lead für die Umsetzung liegt grundsätzlich bei der öffentlichen Hand (Stadt resp. Kanton oder Zentralschweizer Kantone). Die effektive Umsetzung kann entweder (1) selbst durchgeführt, (1) in der Leistungsvereinbarung der LTAG festgehalten oder (3) Dritte damit beauftragt werden.

Diesen Vorschlag gilt es kritisch mit den relevanten Anspruchsgruppen zu prüfen und auf die übergeordneten Strategien und Problembereiche abzustimmen sowie in einem partizipativen Prozess und im Rahmen einer Gesamtplanung kontinuierlich umzusetzen.

Partizipation & Kommunikation

Partizipation:

- Der Einbezug der *relevanten Anspruchsgruppen* ist zentral, um deren Perspektiven und Wahrnehmungen gezielter einzubeziehen.
- Die *Bevölkerung* dürfte in Bezug auf die Problematik des Tagestourismus und die zukünftige Entwicklung des Tourismus wahrscheinlich die wichtigste Anspruchsgruppe sein. Daher ist ein Fokus auf die Bevölkerung äusserst sinnvoll. Gleichzeitig sollten aber auch *weitere relevante Anspruchsgruppen* einbezogen werden, um die unterschiedlichen *Perspektiven* und *Wahrnehmungen* zu kennen und vergleichen zu können.
- Die *Partizipation* ist ein laufender Prozess mit verschiedenen Formen und Formaten. Wichtig sind eine *Gesamtplanung* sowie die *Kontinuität*. Die Formen und Formate können dabei laufend aufgrund der Erfahrungen und den sich ändernden jeweiligen Problembereichen angepasst werden.
- Eine wichtige Grundlage für den partizipativen Prozess bilden ausreichende *Datengrundlagen* in Form von Schätzungen sowie qualitativen und quantitativen Datenquellen. Der *Datenbedarf* ergibt sich dabei aus den übergeordneten Strategien und Problembereichen sowie den Massnahmen.
- Für einen *sachlichen* und *fundierten Partizipationsprozess* ist es wichtig, dass bei den Befragungen ein möglichst konkreter Bezug zu den Gästen und den räumlichen Aspekten und damit verbundenen konkreten Problemen unter Berücksichtigung der übergeordneten Strategien sichergestellt ist, damit die verschiedenen Daten miteinander kombiniert werden können. Wichtig sind zudem *Zeitreihen* und *Vergleiche* (Benchmarking).

Kommunikation:

- Weil es sich beim Tagestourismus und seinen Auswirkungen um ein sehr *emotionales Thema* handelt, das abhängig von der persönlichen Situation und Perspektive sehr unterschiedlich wahrgenommen wird, ist eine gute *Kommunikation* wichtig.
- Eine kontinuierliche Kommunikation und ein *laufender Dialog* mit den Anspruchsgruppen ist entscheidend für den Erfolg eines partizipativen Prozesses.
- Auch in Bezug auf die Kommunikation wird empfohlen, die *unterschiedlichen Formen und Formate* zu nutzen, um möglichst alle relevanten Anspruchsgruppen zu erreichen, insbesondere diejenigen, die sich nicht aktiv an den verschiedenen Partizipationsmöglichkeiten beteiligen, denn dies wird erfahrungsgemäss die überwiegende Mehrheit sein.

Prozess – PDCA-Zyklus

- Der dritte Baustein bildet ein *gut geplanter Prozess*, der die kontinuierliche Datenerhebung mit der Partizipation und Kommunikation optimal verbindet und aufeinander abstimmt.
- Wichtig sind auch hier eine *Gesamtkoordination* und eine vorausschauende *Mehrjahresplanung*. Diese Mehrjahresplanung ergibt sich auch aus den Strategien, Problembereichen und Massnahmen bzw. sie sind darauf abzustimmen.

- Empfohlen wird die Ausrichtung des Prozesses am bekannten und bewährten *PDCA-Zyklus* (oft auch Demingkreis genannt). Der PDCA-Zyklus beschreibt einen *iterativen vierphasigen Prozess* für kontinuierliches Lernen und laufende Verbesserungen. PDCA steht für das Englische «*Plan – Do – Check – Act*», was im Deutschen auch mit «*Planen – Tun – Überprüfen – Umsetzen*» oder «*Planen – Umsetzen – Überprüfen – Handeln*» übersetzt wird. Die Ursprünge des Prozesses liegen in der Qualitätssicherung.
- Wichtig sind eine klare *Governance* und klare *Verantwortlichkeiten*. Der *Lead* für diesen Prozess sollte dabei bei der *öffentlichen Hand* (Stadt Luzern in Absprache mit dem Kanton Luzern bzw. allen Zentralschweizer Kantonen).

Das *Datenerhebungskonzept* baut auf den Erkenntnissen der ersten vier Kapitel auf und leitet aus den Erkenntnissen zu Datenbedarf und Datenstruktur sowie Datenlage und Datenlücken konkrete Empfehlungen zur Datenerhebung ab. Es wurde aufgezeigt, dass aufgrund der komplexen Ausgangslage eine *gesamtheitliche Herangehensweise* nötig ist, um den vielfältigen Herausforderungen zu Gäste, Raum und Anspruchsgruppen zu begegnen. Das vorliegende Datenerhebungskonzept bietet nun die Grundlage für eine zukünftige Herangehensweise und bietet konkrete *Handlungsempfehlungen* zur Umsetzung eines Tourismus-Monitorings in Stadt und Kanton Luzern und dem Erlebnisraum Vierwaldstättersee.

6. Anhang

6.1 Problembereiche Overtourism

Verschiedene Studien der letzten Jahre haben mögliche Problembereiche identifiziert und in unterschiedlichen Kategorien zusammengefasst.

McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council (2017, pp. 17–19)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alienated local residents 2. Degraded tourist experience 3. Overloaded infrastructure 4. Damage to nature 5. Threats to culture and heritage
Milano (2017, p. 5, 2018, p. 554)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Congestion of public spaces 2. The privatization of public spaces 3. The growth of cruise tourism and the consequential seasonal congestion 4. The rise in housing prices 5. The loss of residents' purchasing power 6. The unbalanced number of locals compared to visitors 7. Commercial gentrification 8. Environmental deterioration, including waste, noise, air quality and water quality issues
HOTREC (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Increased congestion 2. Infrastructure under pressure 3. Degradation in the quality of life of local residents 4. Rising costs of living 5. Impact on built and natural environment
Koens et al. (2018, p. 5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Overcrowding in city's public spaces 2. Pervasiveness of visitor impact due to inappropriate behavior 3. Physical touristification of city centers and other often-visited areas 4. Residents pushed out of residential areas due to Airbnb and similar platforms 5. Pressure on local environment
Jordan et al. (2018, p. 5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Increased congestion 2. Infrastructure under pressure 3. Increased energy demand and pollution 4. Nuisance behavior by visitors 5. Damage to historical sites and monuments 6. Loss of identity and authenticity (e.g. local shops) 7. Rising cost of living for local residents 8. Environmental degradation 9. Rising inequality among local residents 10. Backlash by local residents
Weber et al. (2017, p. 3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Low visitor satisfaction 2. Bad governance 3. Environmental impacts 4. Concentration of benefits 5. Reduced quality of life (Insufficient involvement, Poor working conditions, High prices, Low level of tourism awareness, Inappropriate visitor behavior, Crime) 6. Capacity problems 7. Overuse of infrastructure 8. Inadequate implementation of strategies

6.2 Massnahmen Overtourism

Die Ansätze und Strategien um Problemen im Kontext Overtourism zu begegnen resp. diese zu verhindern und/oder zu bewältigen, können wie folgt zusammengefasst werden.

McKinsey & Company and World Travel & Tourism Council (2017, pp. 40–49)	1. Smooth visitors over time <ul style="list-style-type: none"> - Establish arrival limits - Deploy reservation and ticketing systems - Use technology to nudge visitors in real time - Extend seasons and shift the focus of promotions
	2. Spread visitors across sites <ul style="list-style-type: none"> - Promote less-visited attractions - Develop new routes and attractions
	3. Adjust pricing to balance supply and demand <ul style="list-style-type: none"> - Implement specific taxes and fees - Charge the “actual” cost - Shift to variable or tiered pricing
	4. Regulate accommodation supply
	5. Limit access and activities
UNWTO (2018)	1. Spreading visitors around the city and beyond
	2. Time-based rerouting
	3. Creating itineraries
	4. Regulation
	5. Visitor segmentation
	6. Make residents benefit from the visitor economy
	7. Create city experiences that benefit both visitors and local residents
	8. Improve city infrastructure and facilities
	9. Communicating with and involving visitors
	10. Communicating with and involving local stakeholders
HOTREC (2018)	1. Tourism activity must be accurately governed
	2. Consider applying sensible thresholds on visitor capacity
	3. Ease the pressure, spread the demand
	4. Help every visitor to become a responsible visitor
	5. Dialogue & consultation go a long way
Jordan et al. (2018, pp. 8–29)	1. Strategy formation, city planning and zoning
	2. Forming partnerships
	3. Smart marketing
	4. On-the-ground visitor management
	5. Technological solutions
	6. Public education
	7. Managing the collaborative economy
	8. Taxes, caps and limitations
	9. Measurement and monitoring
	10. Dialogue and consultation
Weber et al. (2017, pp. 194–195)	1. Policies & regulations
	2. Economic incentives
	3. Social capacity building (Community engagement, Participation & involvement, Awareness raising & training)
	4. Environmental measures
	5. Attraction management and product development
	6. Infrastructure facilities
	7. Tourism management (Strategic planning, Monitoring & evaluation, Certifications & concepts, Marketing & de-marketing)
	8. Visitor management (Visitor guidance, Temporal distribution, Spatial distribution)

7. Quellenverzeichnis

Studien und wissenschaftliche Artikel

- AKP Verkehrsingenieur AG (2019). Carparkierung Stadt Luzern. Aufbereitung, Analyse Sensordaten 2018 Analyse Zählzeiten 2014 - 2018 (Adrian Leuenberger, Thomas Flück), Luzern.
- AKP Verkehrsingenieur AG (2016). Konzept Car-Parkierung Stadt Luzern, Analyse und Massnahmenvorschläge (Adrian Leuenberger, Andreas Kaufmann, Dominik Stamm), Luzern.
- AKP Verkehrsingenieur AG (2015). Monitoring Carparkplatz Inseli Luzern Ergebnisbericht (Adrian Leuenberger, Christoph Gut), Luzern.
- AKP Verkehrsingenieur AG (2014). Monitoring Cartourismus Schwanenplatz, Ergebnisbericht Befragung Reiseleitungen (Adrian Leuenberger, Andreas Kaufmann, Christoph Gut), Luzern.
- AKP Verkehrsingenieur AG (2014). Monitoring Cartourismus Schwanenplatz, Ergebnisbericht Erhebungen und Befragungen (Adrian Leuenberger, Andreas Kaufmann, Dominic Gubser), Luzern.
- Axinova (2019). Tourismusforschung mit Footprints, Präsentation an der HSLU-W am 23.01.2019.
- BAK Basel (2003). Der Tagestourismus in der Schweiz. Schlussbericht November 2003 (Richard Kämpf, Kaspar Weber), Basel.
- BHP Hanser und Partner AG (2007). Bedeutung des Tourismus für die Volkswirtschaft des Kantons Luzern. Präsentation von Bau- Umwelt und Wirtschaftsdepartement Kanton Luzern, Zürich.
- BHP Hanser und Partner AG (2011). Bedeutung des Tourismus für die Volkswirtschaft des Kantons Luzern. Präsentation von Bau- Umwelt und Wirtschaftsdepartement Kanton Luzern (Goetz, Meier), Zürich.
- BHP Hanser und Partner AG (2015). Touristische Wertschöpfung in Luzern. (René Goetz, Irene Bösch, Linard Sonder), Zürich.
- Bundesamt für Statistik BFS (2017). Reiseverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung 2017 (Modul der Haushaltsbudgeterhebung HABE), Neuchâtel und Bern.
- Bundesamt für Statistik BFS (2019). Schweizer Tourismusstatistik 2017, Neuchâtel und Bern.
- Bundesamt für Statistik/Bundesamt für Raumentwicklung (2017). Verkehrsverhalten der Bevölkerung. Ergebnisse des Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2015, Neuchâtel und Bern.
- Bundesamts für Statistik BFS (2018). Übernachtungsstatistik HESTA <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/tourismus/erhebungen/hesta.html>.
- FHS St. Gallen (2016). Geschäftsmodell "touristische Besucherströme" - Überprüfung der Tragbarkeit für die TSO AG (Andreas Kunz, Rosella Toscano-Ruffilli), St. Gallen.
- Gletschergarten Luzern (2017). Das Jahr 2017 in Bild und Wort, Luzern.
- Hanser Consulting AG (2018). Gruppentourismus in Luzern, Analyse der volkswirtschaftlichen Bedeutung, Schlussbericht, Zürich.
- Hanser Consulting AG (2019). Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee, Touristisches Entwicklungspotenzial bis 2030, Schlussbericht (René Götz, Patricia Fritschi, Jürg Kuster), Zürich.
- Hochschule Luzern - Wirtschaft (2014). KTI-Projekt „Wertschöpfungspotentiale im Freizeit- und Tourismusverkehr, Arbeitsbericht Nr. 7. Profil der Bahnnutzung ausländischer Touristinnen und Touristen in der Schweiz Ergebnisse von Sekundäranalysen des Tourismusmonitors Schweiz 2010, (Thomas Diggelmann, Jonas Frölicher, Helmut Schad, Widar von Arx), Luzern.
- Hochschule Luzern - Wirtschaft (2015). Kundenbefragung SGV, Ergebnisse der Befragung von Passagieren der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees 2015, Schlussbericht (Christian Weibel, Widar von Arx), Luzern.
- Hochschule Luzern – Wirtschaft (2017). Wertschöpfungspotentiale im Freizeit- und Tourismusverkehr. Kundensegmente der Schweizer Bahnen in Bezug auf Freizeitmobilität und touristische Reisen (Helmut Schad, Jonas Frölicher, Timo Ohnmacht, Widar von Arx) ITW Working Paper 003/2017, Luzern.
- Hochschule Luzern – Wirtschaft (2018). Vorstudie zur Tourismusentwicklung der Stadt Luzern (Jürg Stettler, Florian Egli, Lukas Huck, Lukas Keller), Luzern.

- Hochschule Luzern - Wirtschaft und Manova (2018). WEBMARK Museen 2017. Touristische Management- und Umfrageinstrumente, Softwarelösungen für ein erfolgreiches Management von Destinationen und touristischen Unternehmen. Besucherbefragung im Verkehrshaus der Schweiz, Luzern.
- ImmoCompass AG (2018). Tourismusrayon Stadt Luzern (Felix Thurnheer, Thérèse Sottas, Tabea Grob), Zürich.
- INTERFACE (2018). Einen Schritt voraus wagen: Ein mittel- und langfristiger Ansatz zur Lösung des Carproblems in der Luzerner Innenstadt (Ueli Haefeli und Marcelo Duarte), Luzern.
- KKL Luzern Management AG (2016). Geschäftsbericht 2016, Luzern.
- KOF Konjunkturforschungsstelle, ETH Zürich (2017). Prognosen für den Schweizer Tourismus (Yngve Abrahamsen, Florian Hälg, Banu Simmons-Süer, Jan-Egbert Sturm), KOF Studien, Nr. 101, Oktober 2017, Zürich.
- KOF Konjunkturforschungsstelle, ETH Zürich (2018). Prognosen für den Schweizer Tourismus (Yngve Abrahamsen, Florian Hälg, Alexander Rathke, Samad Sarferaz, Jan-Egbert Sturm) KOF Studien, Nr. 118, Oktober 2018, Zürich.
- Kursaal-Casino AG Luzern (2018) Geschäftsbericht 2018, Luzern.
- LUSTAT (2016). Jahrbuch 2016, Kultur, Medien und Sport (S. 335 – 352), Luzern.
- LUSTAT (Karte Stadt Luzern): <https://www.lustat.ch/services/lexikon/raumgliederungen/stadtkreise-und-quartiere>
- Luzern Tourismus AG (2017). GESCHÄFTSBERICHT 2017, Luzern – Vierwaldstättersee.
- Luzern Tourismus AG (2018). GESCHÄFTSBERICHT 2018, Luzern – Vierwaldstättersee.
- Ohnmacht, T. Grotrian, J., Amstutz, M. (2008). Wie viel Verkehr erzeugt Tourismus? Definitionen, Datenlage, Kennzahlen. In: Freyer/Naumann/Schuler (Hrsg.) Standortfaktor Tourismus und Wissenschaft, Herausforderungen und Chancen für Destinationen, Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V., Berlin.
- PwC - Lodging & Tourism Clients Group (2014). Studie zum Carverkehr in der Luzerner Innenstadt.
- Qin Yuan (2018). Identifying visitor flows of free independently travelled chinese social media influencers visiting Switzerland. A qualitative content analysis of online travelogues.
- Schweiz Tourismus (2017). Tourismus Monitor Schweiz (2017, 2014 und 2011), Zürich.
- Schweizer Tourismus-Verband, STV (2018). Schweizer Tourismus in Zahlen 2017, Struktur- und Branchendaten, Bern.
- Stadt Luzern, Stadtrat (2014). Wirtschaftsbericht der Stadt Luzern. Bericht und Antrag an den Grossen Stadtrat von Luzern vom 9. Juli 2014 (StB 533), Luzern.
- Stettler, J. (2017). Der Tourismus in Luzern: Zur Bedeutung des Tourismus heute und mögliche Entwicklungen, Luzern. Retrieved from <https://www.hslu.ch/de-ch/wirtschaft/ueber-uns/news/2017/10/09/news-itw/>
- Stettler, J., Eggli, F., Huck, L., Perren, M. (2019). Motive und Verhalten von chinesischen Individualreisenden in der Zentralschweiz. In: Bieger/Beritelli/Laesser (Hrsg.), Neue Technologien und Kommunikation im alpinen Tourismus. Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2018/2019 (S. 19-30), Berlin.
- Stettler, J., Huck, L., Kaufmann, M., Siegfried, P. (2018). Analysing User-Generated Content on the Chinese Social Media Platform Qyer: The Case of Switzerland. Advances in Destination Management (14.06.2018), St. Gallen.
- Universität St. Gallen IMP-HSG (2012). Regionalwirtschaftliche Bedeutung des Kultur und Kongresszentrums Luzern, St. Gallen.
- UNO (2010). International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Series M No. 83/Rev.1, New York.
- UNWTO (2011). Tourism Towards 2030: Global Overview: World Tourism Organization (UNWTO).
- Verband Museen der Schweiz (2011). Museumsbesuche in der Schweiz, Statistischer Bericht 2011 (Yonca Krahn, David Vuillaume), Zürich.
- Verein Verkehrshaus der Schweiz (2017) Geschäftsbericht 2017, Luzern.
- Weber, F., Stettler, J., Priskin, J., Rosenberg-Taufer, B., Ponnappureddy, S., Fux, S., & Camp, Marc-Antoine, Barth, Martin. (2017). Tourism destinations under pressure: Challenges and innovative solutions. University of Applied Sciences and Arts, Lucerne.

Wetterstation Liestal: <https://www.wetterstation-liestal.ch/content/wetterberichte/schweiz-regionen/zentralschweiz/>

Tiefbauamt der Stadt Luzern (TBA), Dienststelle Verkehr und Infrastruktur des Kantons Luzern (vif), VVL (2017). Monitoring Gesamtverkehr Luzern (Milena Scherer, Christian Ferres, Danièle Müller, Daniel Heer, Roman Steffen), Luzern.

Interviews

Vertrauliche Interviews wurden geführt mit Vertretern von Bucherer, Embassy, Gübelin sowie der SGV.