

Zeitschrift: Collage : Zeitschrift für Raumentwicklung = périodique du développement territorial = periodico di sviluppo territoriale

Herausgeber: Fédération suisse des urbanistes = Fachverband Schweizer Raumplaner

Band: - (2005)

Heft: 4

Artikel: Gruezi China

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-957273>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Nach Gewährung des «Approved Destination Status» (ADS) an die Schweiz durch die Volksrepublik China im Herbst 2003 traf am 4. September 2004 die erste chinesische Reisegruppe unter dem neuen Status in der Schweiz ein. Für das Ferienland Schweiz beginnt damit eine neue Ära im Tourismusmarketing in Asien. Der Schweizer Tourismusbranche eröffnet sich ein riesiges Potential.

Der ADS war der Schweiz im November 2003 anlässlich des Staatsbesuchs von Bundesrat Pascal Couchepin in der Volksrepublik China zugesprochen worden. Damit fällt für Chinesinnen und Chinesen die obligatorische staatliche Ausreisegenehmigung für Reisen in die Schweiz weg. Nach erfolgter administrativer Umsetzung traf die erste Reisegruppe, die unter dem neuen Status ins Ferienland Schweiz reist, in Genf ein. Während vier Tagen bereisten rund 60 Personen die Schweiz. Eingeladen wurde die aus offiziellen Staatsvertretern, VIPs und Medienschaffenden zusammen gesetzte Gruppe von Schweiz Tourismus und dem Reiseveranstalter Kuoni, der in der Volksrepublik China Reisen in die Schweiz anbietet.

Verdoppelung der Nachfrage aus China bis 2006

Verbringt die aktuelle Gruppe ihren Aufenthalt in der Schweiz noch auf Einladung, fliessen der Schweizer Tourismusbranche und damit auch der helvetischen Volkswirtschaft mit den zukünftigen Gästen aus China namhafte Beträge zu. Schweiz Tourismus, seit 1998 mit einer Niederlassung in China vertreten, rechnet bis 2007 mit 300000 Logiernächten chinesischer Gäste, bis 2015 gar mit 800000. Bei durchschnittlichen Tagesausgaben von CHF 450 ist das ein dreistelliges Millionengeschäft. 2003 konnten in der Schweiz knapp 120000 Logiernächte aus China verbucht werden. Zwar war die Nachfrage aus China zu Beginn des letzten Jahres wegen Sars noch schwach, doch konnte die Schweiz in den Monaten September bis Dezember den Nachholbedarf deutlich spüren und ein Rekordplus von 18% verzeichnen. Für Jürg Schmid, Direktor von

Schweiz Tourismus, ist klar: «Bis Ende 2006 erreichen wir eine Verdoppelung der Nachfrage aus China.»

Der ADS ermöglicht auch restriktionslose öffentliche Tourismuswerbung in China. Aktuelle Marketingmassnahmen von Schweiz Tourismus im Markt China umfassen die Entwicklung eines Ausbildungsprogramms für Reisefachleute, das verstärkte Werben um die Präsenz des Ferien-Reise- und Kongresslandes Schweiz in den Programmen der Tour Operators sowie die direkte Kundeninformation durch Broschüren, einen öffentlichen Informationsdienst und den Ausbau des Internetauftritts unter MySwitzerland.com.cn in chinesischer Sprache.

ユリア、アルビユーラ、フルエラの
 共に三方を囲まれて... 静かなたたずま
 いをみせるエンガディン。グリゾン州
 の北部に位置するこのエンガディンの
 谷は、昔から独自の生活様式を継
 ぎ、その伝統は今に色濃く残
 っています。さわやかな気候、ま
 こ美しいエンガディンの谷、ここ
 こに住む人々のあたたかさ、訪れ
 る人の心をとらえ、今世紀初頭
 流階級の人に深く愛されてきま
 した。しかしだからといって、一般
 の人がこの地が無縁というわけでは
 ありません。都会的センスにあふれるサ
 ャツ、谷あい奥深くにひっそり横た
 わるひなびた山村、そして雄大な自
 然に抱かれたスイス国立公園、エン
 ガディンの谷は、鮮やかなコントラ
 ストを描き出しています。

オフエン峠を越えればミ
 タール、上部エンガディン
 峠を越えればベルゲル。南
 レニナ峠には鉄道も走り、
 から椿へ
 ます。ロマ
 るポスキア
 なヴェルテ
 スの白い頂
 姿を現わし



► ST – Schweiz Tourismus
 Interview mit Jürg
 Schmid, Direktor ST

Alle Illustrationen zum
 Thema:

► Tino Küng

Schweizer Tourismusanbieter bereiten sich seit Bekanntgabe des neuen Status auf die Zunahme chinesischer Gäste vor. Dazu gehört die Sensibilisierung der Leistungsträger der Branche auf die – teils exotisch anmutenden – Bedürfnisse dieses immer wichtiger werdenden Gästesegments durch die Dachorganisationen. So hat Schweiz Tourismus zusammen mit hotelleriesuisse das Vademekum «Chinesen zu Gast in der Schweiz» heraus gegeben, das Vorschläge und Tipps zum Empfang von Gästen aus dem Reich der Mitte für Schweizer Hoteliers bereithält.

Interview mit Jürg Schmid, Direktor Schweizer Tourismus

collage: Nach Berechnungen der Konjunkturforschungsstelle BAK Basel hat die Zahl der Übernachtungen in den Schweizer Hotels in den letzten 12 Monaten um 1,9% zugenommen – das bedeutet die erste Zuwachsrate in den letzten drei Jahren. Sehen Sie eine Trendwende und worauf führen Sie die steigenden Zahlen zurück?

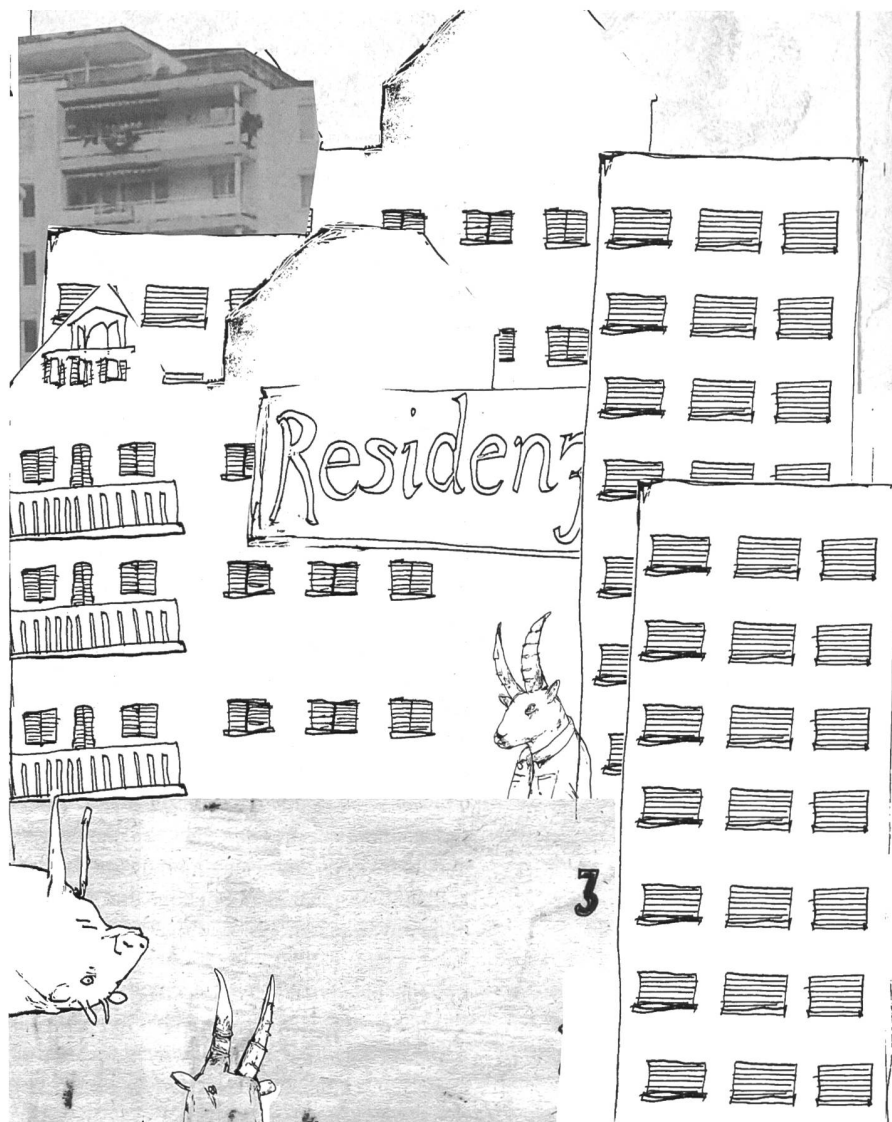
Jürg Schmid: Ja, der Turnaround im Schweizer Tourismus ist geschafft. Für den kommenden Winter rechnet BAK Basel sogar mit einem Wachstum der Hotelübernachtungen um 2.1%. Die Erholung der Nachfrage ist vor allem auf die konjunkturelle Erholung und die verbesserte Konsumstimmung in den Auslandsmärkten zurückzuführen.

collage: Eine Zunahme der Gäste aus dem Ausland vorausgesetzt – auf welche Märkte setzen Sie hier besonders?

Überdurchschnittliche Zunahmen erwarten wir aus den Fernmärkten USA, China, Russland und Japan; aber auch Italien und UK dürften sich positiv entwickeln.

collage: Schweizer Skorte haben viel zu bieten, ein Problem bleibt aber: Winterferien in der Schweiz bleiben eine kostspielige Angelegenheit. Wird die Schweiz da jemals mit Ländern wie Österreich konkurrenzieren können?

Jürg Schmid: Wir stehen ja nicht nur im Wettbewerb mit Österreich, obwohl das im Grossraum Zürich – wohl der geografischen Nähe zu Österreich wegen – so wahrgenommen wird. Wenn sich heute ein Gast für Winterferien im Schnee statt am Strand entschieden hat, haben wir Alpenländer schon einiges richtig gemacht.



Nehmen wir als Beispiel die einheimischen Gäste: Schon im September 2004 wussten 38% der Schweizerinnen und Schweizer, dass sie dieses Jahr Winterferien machen werden. 84% davon wählen für ihre Winterferien die Schweiz, gerade mal 8% Österreich. Als Hauptgründe geben die Wintergäste der kommenden Saison Schneesicherheit, Landschaft und Panorama sowie die Attraktivität der Pisten an. Und genau hier punktet die Schweiz. Unsere Ferienorte liegen höher, unsere Abfahrten sind länger. Bei uns sieht der Winter aus, wie man es erwartet. Im Dorf liegt Schnee, auf dem Heimweg vom Fonduerestau-

Résumé

Bonjour la Chine

A la suite de l'octroi à la Suisse par les autorités chinoises du statut de destination touristique approuvée (Approved Destination Status – ADS) en automne 2003, notre pays a accueilli le 4 septembre 2004 le premier groupe de touristes chinois bénéficiant de ce nouveau statut. Pour le pays de vacances qu'est la Suisse, ce premier voyage marque le début d'une nouvelle ère dans la promotion du tourisme en Asie. Un formidable potentiel de développement s'ouvre ainsi au tourisme suisse.

L'ADS a été attribué à la Suisse lors de la visite d'Etat du Conseiller fédéral Pascal Couchepin en République populaire de Chine en novembre 2003. Grâce à ce statut, les Chinoises et les Chinois n'ont plus besoin d'autorisation de sortie du territoire officielle pour se rendre en Suisse. Après une période de mise en œuvre des formalités administratives, le premier groupe de touristes à bénéficier de l'ADS est arrivé à Genève. Pendant quatre jours, une soixantaine de personnes ont découvert notre pays. Ce groupe, composé de responsables officiels, de personnalités de premier plan et de représentants des médias, a répondu à l'invitation de Suisse Tourisme et du voyageur Kuoni, qui commercialise la destination Suisse en République populaire de Chine. Suisse Tourisme, qui dispose d'un bureau en Chine depuis 1998, estime que le tourisme chinois en Suisse devrait générer 300 000 nuitées d'ici 2007 et même 800 000 à l'horizon 2015. Avec des dépenses moyennes de 450 francs par jour et par personne, ceci représente un volume d'affaires de plusieurs centaines de millions. En 2003, près de 120 000 nuitées d'hôtes en provenance de Chine ont été enregistrées. Même si la demande touristique chinoise était encore timide en début de cette même année en raison de l'épidémie de SRAS, notre pays a bénéficié d'un fort rattrapage entre septembre et décembre 2003, et connu une hausse record des nuitées de 18%. Selon Jürg Schmid, directeur de Suisse Tourisme, «d'ici à fin 2006, nous parviendrons à un doublement de la demande touristique chinoise».

rant knirscht er unter den Schuhen und die Kinder liefern ihren Eltern eine zünftige Schneeballschlacht. Original Winter eben. Und das darf auch etwas kosten.

collage: Einen riesigen Boom erwartet die Branche in den kommenden Jahren mit Touristen aus China, nachdem diese nun leichter in die Schweiz einreisen können. Was erwarten Sie aus diesem Markt für Wachstumszahlen und welche Tourismus-Regionen der Schweiz werden Ihrer Meinung nach besonders profitieren?

Jürg Schmid: ST erwartet einen kontinuierlichen Anstieg von Logiernächten chinesischer Gäste von rund 120 000 im Jahr 2003 auf 300 000 im Jahr 2007, 500 000 im Jahr 2010 und 800 000 im Jahr 2015. Die Tagesausgaben chinesischer Gäste liegen bei rund 450 Franken (Aufenthalt, Mahlzeiten, Transporte und Shopping); der zu erwartende Umsatz liegt also bei 135 Mio. Franken im Jahr 2007, 225 Mio. Franken im Jahr 2010 und 360 Mio. Franken im Jahr 2015.

93% der Chinesen, die die Schweiz bereisen, geben «Schnee» als Hauptreisegrund an, 68% die Landschaft. Das zeigt klar, dass unsere Positio-

nierung richtig ist. Aber auch unsere Städte sind beliebte Reiseziele der Chinesen, Stichwort Shopping und Sightseeing.

collage: Nun ist ein Tourist aus China ja nicht irgendein Tourist, seine Kultur unterscheidet sich von der europäischen oder amerikanischen grundsätzlich. Was für unterstützende Massnahmen unternimmt Schweiz Tourismus, damit sich der Gast aus China hier wohl fühlt?

Jürg Schmid: ST hat schon kurz nach Zuspruch des «Approved Destination Status» China-Workshops für die Branche angeboten und zusammen mit hotelleriesuisse das Vademekum «Chinesen zu Gast in der Schweiz» heraus gegeben, das Vorschläge und Tipps zum Empfang von Gästen aus dem Reich der Mitte für Schweizer Leistungsträger bereithält.

collage: Nachdem die Schweiz von China den «Approved Destination Status» bekommen hat, haben bereits zahlreiche Reisegruppen aus dem Reich der Mitte die Schweiz bereist. Wie sehen die ersten Erfahrungen aus?

Jürg Schmid: Die Chinesen sind begeistert von unserem Land! ■

