

Fallstudie Incoming

## Massentourismus in der Jungfrau Region



Modul : 721 Incoming

Dozent : Roland Schegg

Klasse : 702\_a

Schule : HES-SO Wallis, Siders

Studenten:

- André Marchand
- Loucine Maugère
- Nina Molier

Abgabedatum : 30.5.2018

## Einleitung

Schon vor hundert Jahren war die Schweiz eine beliebte Tourismusdestination. Thomas Cook führte die ersten Pauschalreisen für Engländer in unser kleines Alpenland ein. Schon früh war das Berner Oberland eine populäre Destination. Dies wirkte natürlich für die Wirtschaft der Region positiv aus. Allerdings kommen nun immer mehr Touristengruppen, vor allem aus Asien, die im Blitztempo die Bergen besichtigen wollen. Am Morgen Interlaken, am Nachmittag schnell auf die Jungfrau Joch steigen, und am nächsten Tag schon in Paris. Dieser Massenansturm auf die Jungfrau hat nicht nur positive Auswirkungen. Genau diese Auswirkungen auf die Region, ob positiv oder negativ, wollen wir nun besser unter die Lupe nehmen. Darum stellten wir uns die Frage, wie der Massentourismus die Jungfrau Region beeinflusst in den Bereichen Wirtschaft, Natur und Kultur. Und welche Prognosen können wir für die Zukunft machen?

## Geschichte der Destination (André)

Bereits 1863 entdeckte Thomas Cook die Jungfrau-Region, die zu einem touristischen Ziel wurde. Damals organisierte er Reisen und führte 62 englische Touristen von Genf nach Luzern, durch das Wallis und die Jungfrau Region.

Viele berühmte und legendäre Namen haben den Mythos der Jungfrau Region geprägt. Zuerst durch das UNESCO-Welterbe Jungfrau-Aletsch, dann durch das renommierte Trio des Alpes: Eiger, Mönch und Jungfrau; mit den Städten Grindelwald, Wengen, Lauterbrunnen und Mürren; und natürlich die touristischen Orte: Jungfrau-Joch - Top of Europe, Schilthorn - Piz Gloria, Schynige Platte, Männlichen, Grosse und Kleine Scheidegg.

Die Geschichte des Wintersports beginnt in der Jungfrau Region, wobei Mürren und Wengen als Wiege des Skisports gelten. Das erste Skirennen und die ersten Weltmeisterschaften (1931) fanden in Mürren statt. Auch das Bergsteigen spielt in der Jungfrau Region eine wichtige Rolle. Einerseits war die Jungfrau der erste eroberte 4000er der Schweiz (1811), andererseits lockte die dramatische Erstbesteigung der Eigernordwand viele Touristen in die Region.

Die Jungfrau Region verzaubert nicht nur im Winter, sondern auch im Sommer mit Aktivitäten für alle Altersgruppen im Tal.

Schwindelerregende Höhen, idyllische Seen und unberührte Landschaften: Die Jungfrau Region hat viele Facetten. In den autofreien Dörfern Wengen und Mürren können sich die Gäste auftanken oder an den traditionellen Umzügen teilnehmen. Auf der First beschleunigt sich das Tempo: Aktivitäten in rasantem Tempo treiben die Gäste in die Luft oder treiben sie an, die Region zu entdecken. Auf dem Jungfrau-Joch - Top of Europe können Besucher das einzigartige Panorama genießen. Der Eispalast taucht sie in eine andere Welt und bringt sie der faszinierenden Welt aus Eis, Schnee und Gletschern näher. Ebenso beeindruckend sind die vielen Lauterbrunnen-Wasserfälle, die die Region prägen. Nostalgiker: Der Zug von Wilderswil nach Schynige Platte ist einen Umweg wert. Grindelwald ist bekannt für seine sportlichen Herausforderungen dank Ultra-Trail, Jungfrau Marathon und Eiger Bike Challenge. In Meiringen-Hasliberg erwarten die Kinder lustige Abenteuer rund um den Muggestutz.

Im Wintersport ist die Region weltweit bekannt: Jedes Jahr treffen sich die Elite-Skifahrer am Lauberhorn zum Weltcup. Die 4 Skigebiete Grindelwald-First, Petite Scheidegg-Männlichen, Mürren-Schilthorn und Meiringen-Hasliberg bieten ein komplettes Programm, nicht nur für Profis. 213 Pistenkilometer für Wintersportler in der unglaublichen Landschaft von Eiger, Mönch und Jungfrau.

## Umsatz Tourismus Schweiz (Loucine)

Laut dem Schweizer Tourismusverband schöpft die Schweiz viel Wert aus dem Tourismus. Der Tourismus trägt einen wesentlichen Beitrag zur Wertschöpfung bei und schafft Arbeitsplätze. Dies kann man beim Bundesamt für Statistik nachlesen.

### Übersicht der wirtschaftlichen Kerngrössen des Tourismus

	2012	2013	2014	2015	2016 <sup>1</sup>
Touristische Bruttowertschöpfung zu laufenden Preisen, in Mio. CHF	16'223	16'381	16'662	16'497	16'864
Wachstum in %	0.4	1.0	1.7	-1.0	2.2
Touristische Nachfrage zu laufenden Preisen, in Mio. CHF	46'412	46'382	45'251	45'761	46'740
Wachstum in %	0.2	-0.1	-0.3	-1.1	2.1
Touristische Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten	160'042	162'739	163'679	164'878	165'675
Wachstum in %	0.7	1.7	0.6	0.7	0.5

1) Provisorische Werte

Bundesamt für Statistik, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung  
 Auskunft: 058 4 63 66 59, info.vgr-cn@bfs.admin.ch  
 © BFS

Im Jahre 2016 hat der Tourismus über 46 Milliarden Franken Umsatz generiert. Zwei Drittel davon stammen aus Übernachtungen.

Diese Zahlen sind auch dem Massentourismus, vor allen den Touristengruppen aus Asien, zu verdanken. Doch nicht nur, es gibt auch viele Binnentouristen.

## Einfluss des Massentourismus in der Jungfrau Region

### Einfluss auf die Wirtschaft (Loucine)

#### Familienbetriebe wurden von Grossinvestoren geschluckt

In Grindelwald ist ein grosses wirtschaftliches Problem, dass das Geld nicht an die lokale Bevölkerung geht. Früher bildeten viele Familienbetriebe das «Rückgrat» von Grindelwald, doch mit dem Aufsteigen des Massentourismus mussten viele dieser Kleinbetriebe schliessen und wurden durch internationale Giganten ersetzt. Das Problem ist, dass Kleinbetriebe mit dem Massentourismus gar keine Chance haben, denn die grossen Touristengruppen brauchen Platz um zu übernachten und buchen deshalb in grossen Hotels.

#### Der starke Einfluss der asiatischen Touristengruppen

Abgesehen von einigen Städten konzentriert sich die Nachfrage asiatischer und chinesischer Touristen fast ausschliesslich auf die Zentralschweiz und das Berner Oberland. Die Jungfrau Region ist mit seinen «bekannten Ausflugsbergen» somit eine Top-Destination. An Spitzentagen besuchen 5000 Menschen das Jungfraujoch. Doch das Problem für die Wirtschaft der Region ist, dass die asiatischen Massentouristen-Gruppen nicht in der Region übernachten bleiben. Sie kaufen zwar Souvenirs und bezahlen die Bergbahnen, doch die Beherbergungsindustrie kann nicht davon profitieren<sup>1</sup>.

#### Schwankende Logiernächte wegen äusseren Faktoren

Seit den Terroristenanschlägen in diversen europäischen Städten litt auch die Schweizer Tourismuswirtschaft an sinkenden Besuchen aus dem asiatischen Raum. Vor allem das Berner

<sup>1</sup>Diese Aussage stimmt nur halb: Laut NZZ und dem Geschäftsbericht 2015/16 des Schweizer Tourismusunternehmens Sunstar Hotels ist das Viereinhalb-Sterne-Hotel in Grindelwald das rentabelste der ganzen Hotelgruppe.

Oberland hatte weniger Touristen als in den vorherigen Jahren. Laut der Beherbergungsstatistik konnte im November 2016 3'000 Logiernächte weniger verzeichnen als im November 2015. Schweizweit gab es sogar ein Minus von 6'000 Logiernächten aus China. Allerdings hielt dies nicht lange an. Der Jungfrauoch hat im Jahr 2017 einen neuen Rekord für die Anzahl Besucher erhalten. Es reisten insgesamt 1'041'500 Personen auf den Top of Europe. Die Nachfrage steigt immer mehr. Und es bleibt immer noch sehr beliebt bei den Asiaten.

### Steigender Umsatz der Jungfraubahn

Im Jahr 2017 erzielte die Jungfraubahn-Gruppe einen Betriebsertrag von 193,8 Millionen Franken mit einem Wachstum von 14,6 Prozent gegenüber 2016. Dies ist der bisher höchste erwirtschaftete Umsatz. Bei der wichtigsten Ertragsquelle – dem Verkehrsertrag – registrierte die Jungfraubahn-Gruppe mit CHF 143,8 Mio. (+14,1%) ebenfalls einen neuen Höchstwert. Die EBIT-Marge ist gegenüber dem Vorjahr um 5,9% auf 27,4 Prozent gestiegen. Die Umsatzrendite betrug 21,5%. Für das Berichtsjahr resultierte ein Jahresgewinn von 41,6 Millionen Franken.

<b>Segmentinformationen</b>			
Tausend CHF	2017	2016	Veränderung in %
<b>Segmentumsätze</b>			
Nettoumsatz Jungfrauoch	128'699	110'855	16,1%
Nettoumsatz Erlebnisberge	21'963	18'431	19,2%
Nettoumsatz Wintersport	26'114	24'187	8,0%
Nettoumsatz übrige Segmente*	45'982	42'130	9,1%
Elimination konzerninterne Umsätze	-28'988	-26'573	9,1%
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>193'770</b>	<b>169'030</b>	<b>14,6%</b>

### Einfluss auf die Natur (Nina)

#### Einfluss des Massentourismus auf die Alpen

Der Tourismus beeinflusst nicht nur die Wirtschaft, sondern auch die Natur, die einheimische Bevölkerung und das alltägliche Leben. Massentourismus wird als das gehäufte Auftreten von Touristen an bestimmten Zielorten definiert. Durch Massentourismus ergeben sich sehr viele schwerwiegende Nachteile, die für Menschen und Umwelt gefährlich sind. Kulturen werden zerstört, und die Umwelt braucht sehr lange um sich wieder zu erstellen. Die Alpen sind sehr vom Massentourismus gefährdet. Viele Landschaftsteile werden mit grossen Hotelkomplexen zugebaut. Durch den Klimawandel ist die Schneefallgrenzen in grösseren Höhen verschoben, wodurch diverse Betriebe während beliebten Reisezeiten keinen Schnellfall garantieren können.

#### Vom Luxus- zum Massentourismus

Als im Jahr 1896 der ambitionöse Bau einer Bahn auf dem Jungfrau Gipfel (4158m ü. M.) begann, eröffnete man dies feierlich als der Bau des höchstgelegenen Bahnhofs Europas. Der Bahnhof wurde 1912 fertig. Doch nach der ersten Bahn schossen plötzlich Hotels wie Pilze aus dem Boden, um den unglaublichen Anzahl Touristen einen unvergesslichen Aufenthalt zu ermöglichen. Jedoch greifen die Infrastrukturen des Massentourismus und der Energieproduktion stark in die Landschaft ein. Man muss sich die Frage stellen, wie viel die alpine Landschaft noch zulässt und wie können wir den Hochgebirgsraum erhalten und gleichzeitig naturverträglichen Bergsport betreiben? Früher galt der

Bergsport als ein Abendteuer und etwas Exklusives, doch heute will man nur möglich rasch und bequem vom Hotel auf die Skipiste gelangen.

### **Tourismus als Verursacher des Klimawandels**

Ab 1944 gehörte der Sessellift zu Ausstattung eines modernen Tourismusortes in den Schweizer Bergen. Heute ist die Infrastruktur in den Bergregionen, nicht mehr weg zu denken. Egal ob im Sommer oder Winter, die Angebotspaletten sind riesig. Doch durch den Klimawandel sind tiefere gelegene Wintersportorten nur dank Beschneiungsanlagen schneesicher. Die neusten Klimamodelle zeigen das der Schneesicherheitslinie bis 2030 um 200 bis 250 Metern ausgehen. In tiefer gelegene Gebiete werden die Schneetage drastisch abnehmen. Doch durch das das Jungfrau Gebiet tendenziell höher gelegen ist, ist dies ein grosser Vorteil gegenüber andere Ländern. Auch wird der Sommer für den Schweizer Tourismus positiv ausfallen. Da die Sommer trockener werden, und die Touristen in den Alpen eine Abkühlung suchen.

### Wie sieht die Zukunft aus?

Laut den Ökonomen von Credit Suisse sollten asiatische Gruppenreisen in der Zukunft einen wesentlich geringeren Beitrag zur Wertschöpfung des Tourismussektors leisten. Man sollte sich eher auf Individualtouristen konzentrieren. Dies heisst nicht, dass man sich vom asiatischen Markt abwenden soll. Ganz im Gegenteil, der Gäste Mix in Schweizer Städten verbesserte sich in den letzten Jahren auch dank dynamischer Gästeströmen aus Asien. Diese asiatischen Individualtouristen sind sehr ausgabefreudig und reservieren oft in Luxushotels. Credit Suisse meint auch, dass der Beitrag des Massentourismus zur Wertschöpfung des Sektors sowie der Gesamtwirtschaft voraussichtlich eher gering bleiben wird: Hotels im oberen Preissegment, die Gastronomie und das Transportwesen – mit Ausnahme der Bergbahnen an touristischen Hotspots – profitieren kaum von diesem günstig reisenden Segment. Doch da die Jungfrau Region zu den touristischen Hotspots gehört, will man auch die Bergbahnen verbessern. Einen sogenannten «Eigerexpress», der von Grindelwald-Grund (930m) zur Eigergletscher-Station (2'320m) gehen soll. Hier kommt wieder die Umwelt ins Spiel. Ist dies wirklich notwendig? Denn dies würde einen massiven Eingriff in eine der schönsten Landschaften der Schweiz bedeuten. Dieses Projekt ist sehr umstritten. Wirtschaftlich wäre es von Vorteil, denn es würden in nur 15 Minuten 2400 Fahrgäste pro Stunde auf das Jungfraujoch befördern. Doch dies würde das Landschaftsbild für immer zerstören.

### Schlussfolgerung

Als Fazit können wir sagen, dass die Wirtschaft der Jungfrau Region boomt. Der Umsatz und die Übernachtungen steigen. Allerdings ist der Massentourismus nicht positiv für die Kleinbetriebe der Region. Jedoch hat der Massentourismus negative Auswirkungen auf das Landschaftsbild und die Umwelt. Grossprojekte wie der Eigerexpress können das Landschaftsbild für immer zerstören. Darum wird es geboten, sich in der Zukunft eher auf Individualtouristen als auf Gruppen zu konzentrieren. Natürlich ist der asiatische Markt immer noch der wichtigste für die Jungfrau Region. Da gilt es sich auf diese Zielgruppe zu konzentrieren, doch eher auf Individualtouristen als auf Massentourismus.

## Literaturverzeichnis

- AG, J. M. (kein Datum). *Die Jungfraubahn-Gruppe mit 41,6 Millionen Franken Gewinn*. Von Jungfrau.ch: <https://www.jungfrau.ch/de-ch/unternehmen/news/die-jungfraubahn-gruppe-mit-416-millionen-franken-gewinn-6542/> abgerufen
- Häsler, P. (12. Oktober 2013). *Ungesunder Massentourismus*. Von Jungfrau Zeitung: <https://www.jungfrauzeitung.ch/artikel/127377/> abgerufen
- Jungfrau, R. d. (kein Datum). *Region der Jungfrau*. Von Region der Jungfrau: <https://www.madeinbern.com/fr/destinations-fr/region-de-la-jungfrau> abgerufen
- Jungfrauregion.ch. (kein Datum). *Histoire*. Von Jungfrauregion.ch: <http://sales.jungfrauregion.ch/fr/Info/JungfrauRegion/Histoire> abgerufen
- Maurer, C. (12. Dezember 2017). *Schweizer Tourismus: Die Zukunft liegt in Klasse statt Masse*. Von Credit Suisse Group AG: <https://www.credit-suisse.com/corporate/de/articles/news-and-expertise/swiss-tourism-the-future-lies-in-quality-not-quantity-201712.html> abgerufen
- Region, G. J. (2016). *Geschäftsbericht 2016*. Von Jungfrau Region: <http://bro.jungfrauregion.info/jrt/Geschaeftsbericht/16/mobile/> abgerufen
- Rodewald, R. (24. April 2017). *Braucht der Eiger einen Express?* Von Fair unterwegs: <https://www.fairunterwegs.org/news-medien/news/detail/braucht-der-eiger-einen-express/> abgerufen
- Verband, S. T. (kein Datum). *Wertschöpfung*. Von STV FST: <https://www.stv-fst.ch/de/tourismus-politik-interessensvertretung/wertschoepfung> abgerufen
- Zaslowski, V. (8.. Februar 2017). *Er kam, sah - und verschwand*. Von Neue Zürcher Zeitung: <https://www.nzz.ch/schweiz/umstrittener-eigerexpress-die-frage-ist-nicht-ob-er-kommt-sondern-wann-ld.143506> abgerufen