

Studienauftrag Tourismusförderung im Kanton Basel-Landschaft

Teilbericht B: Analyse Tourismusstandort Basel-Landschaft

Im Auftrag der Standortförderung Basel-Landschaft

Schlussbericht, Februar 2024

Gian-Reto Trepp, Dr. Mauro Luis Gotsch, Bianca Schenk, Miriam Stuhlmüller



Impressum

Auftraggeberin	Standortförderung Basel-Landschaft
Auftragnehmerin	Institut für Tourismus und Freizeit (ITF), FH Graubünden
Projektleitung	Gian-Reto Trepp Dr. Mauro Luis Gotsch
Projektmitarbeit	Bianca Schenk Miriam Stuhmüller
Titelbild	Baselland Tourismus Foto Jan Geerk
Veröffentlichung	5. Februar 2024
Offenlegung von Quellen	<p>Die in diesem Dokument verwendeten Inhalte, Angaben und Quellen wurden mit grösster Sorgfalt zusammengestellt. Die Ausführungen beruhen teilweise auf Annahmen, die auf Grund des zum Zeitpunkt der Auftragsbearbeitung zugänglichen Materials für plausibel erachtet wurden.</p> <p>Die verwendeten Quellen und wörtlichen Zitate werden offengelegt. Bei der Verwendung von theoretischen oder wissenschaftlichen Konzepten, welche den gegenwärtigen Erkenntnissen der Wissenschaft entsprechen, wird zur Wahrung der Lesbarkeit und Verständlichkeit auf eine explizite Quellenangabe verzichtet.</p> <p>Gleichwohl kann das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) für die Richtigkeit der gemachten Annahmen keine Haftung übernehmen.</p>
Institut für Tourismus und Freizeit (ITF)	Das Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) ist die Tourismusabteilung der FH Graubünden. Wir sind die bedeutendste Schweizer Aus- und Weiterbildungs- sowie Forschungsinstitution des Tourismus und der Freizeitwirtschaft auf Hochschulstufe – mit nationaler und internationaler Ausstrahlung.

Management Summary

Die Analyse des Tourismusstandorts Basel-Landschaft zeigt, dass der Kanton einzigartige touristischen Qualitäten aufweist, aber vor der Herausforderung steht, diese gegenüber den umliegenden Kantonen nachhaltig zu positionieren. Die Marke Entdeckerland und die Ausrichtung als Kurzferienregion könnten dazu beitragen, setzen aber eine Ausweitung oder geschickte Bündelung der bestehenden Angebote voraus. Ein signifikanter Rückgang der Hotelbetriebe und eine Konsolidierung im Gastgewerbe kennzeichnen die Entwicklung der letzten zehn Jahre. Hierbei könnten die Neupositionierung und die Nutzung von Spill-over-Effekten der Stadt Basel als potenzielle Wachstumshebel genutzt werden. Die Analyse des Angebots in der Parahotellerie zeigt, trotz einer generellen Zunahme an Beliebtheit des Campings in der Schweiz, eine rückläufige Entwicklung im Kanton. Trotz eines stabilen gastronomischen Angebots und einer hohen Anzahl an Tagesbesuchern, mangelt es an auswärtigen Kurzferiengästen. Die touristischen Angebote des Kantons, insbesondere die Römerstadt Augusta Raurica, bieten wichtige Anziehungspunkte, können jedoch nur mit mehr Übernachtungsmöglichkeiten und gezielten Marketingstrategien eine nachhaltige Wertschöpfung für den Rest des Tourismus im Kanton erzeugen. Eine koordinierte Strategie, die sich auf die Stärkung der Hotellerie, die Förderung der Parahotellerie und die gezielte Vermarktung der touristischen Angebote fokussiert, wird als notwendig erachtet, um die touristische Attraktivität und Wirtschaftlichkeit von Basel-Landschaft zu erhöhen.

Abkürzungsverzeichnis

AG	Kanton Aargau
BL	Kanton Basel-Landschaft
BS	Kanton Basel-Stadt
bspw.	beispielsweise
ca.	circa
CHF	Schweizer Franken
div.	Diverse
DMO	Destinations-Management-Organisation
etc.	et cetera
i.Z.	im Zusammenhang
JU	Kanton Jura
Mio.	Million / Millionen
o.g.	oben genannt
p.a.	per annum (pro Jahr)
SO	Kanton Solothurn
vgl.	vergleiche

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage	1
1.2	Auftrag und Ziele	1
1.3	Methodik und Vorgehen.....	2
2	Angebotsanalyse.....	3
2.1	Beherbergung.....	3
2.2	Gastronomie.....	9
2.3	(Tages-)Touristische Angebote	10
3	Nachfrageanalyse	13
3.1	Gästemix.....	13
3.2	Hotellerie	14
3.3	Parahotellerie	18
3.4	Mobilität (Strassenverkehr)	19
4	Wirtschaftlicher Impact.....	21
4.1	Aussenperspektive.....	21
4.2	Struktur der touristischen Leistungsträger.....	22
4.3	Beschäftigungszahlen	23
4.4	Selbstwahrnehmung.....	23
5	Umfeldanalyse	25
5.1	Stadt & Kanton Solothurn	25
5.2	Kanton Aargau	25
5.3	Kanton Jura	26
5.4	Stadt Basel.....	26
6	Trendanalyse.....	28
6.1	Silver Society	28
6.2	Barrierefreiheit und Inklusion	28
6.3	Gesundheit.....	29
6.4	Neo-Ökologie.....	29
6.5	Urbanisierung.....	29
6.6	Individualisierung	30
6.7	New Work	30
6.8	Technologische Trends & Mobilität	31
7	SWOT-Analyse	33

7.1	Stärken & Schwächen.....	33
7.2	Chancen & Risiken	33
7.3	Matching	34
8	Fazit.....	35
	Quellenverzeichnis.....	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl geöffnete Hotelbetriebe im Kanton Basel-Landschaft	3
Abbildung 2: Anzahl geöffnete Hotelbetriebe nach Bezirken	3
Abbildung 3: Anzahl geöffnete Hotelbetriebe im interkantonalen Vergleich	4
Abbildung 4: Bettenangebot im Kanton Basel-Landschaft	4
Abbildung 5: Bettenangebot nach Bezirken	5
Abbildung 6: Bettenangebot im interkantonalen Vergleich	5
Abbildung 7: Durchschnittliche Betriebsgrösse nach Bezirken	6
Abbildung 8: Durchschnittliche Betriebsgrösse im interkantonalen Vergleich	6
Abbildung 9: Struktur der Gastronomie im Kanton Basel-Landschaft	10
Abbildung 10: (Tages-)Touristische Angebote im Kanton Basel-Landschaft	11
Abbildung 11: Gästemix 2022	13
Abbildung 12: Logiernächte nach Gästeherkunft 2013 bis 2022	14
Abbildung 13: Entwicklung der Logiernächte absolut im interkantonalen Vergleich	14
Abbildung 14: Entwicklung der Logiernächte relativ im interkantonalen Vergleich	15
Abbildung 15: Aufenthaltsdauer im interkantonalen Vergleich	16
Abbildung 16: Entwicklung Marktanteil im interkantonalen Vergleich	17
Abbildung 17: Entwicklung Nettobettenauslastung im interkantonalen Vergleich	18
Abbildung 18: Logiernächte Camping	19
Abbildung 19: Nominale Wertschöpfung Gastgewerbe im Kanton Basel-Landschaft	21
Abbildung 20: Wertschöpfung Gastgewerbe im Verhältnis zur gesamten Wertschöpfung im Kanton Basel-Landschaft	21
Abbildung 21: Struktur der touristischen Leistungsträger im Kanton Basel-Landschaft	22
Abbildung 22: Anzahl Vollzeitäquivalente im Gastgewerbe im Kanton Basel-Landschaft	23
Abbildung 23: Wahrgenommener Wettbewerbsdruck der touristischen Leistungsträger im Kanton Basel-Landschaft	24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Hotels nach Sternekategorie	7
Tabelle 2: Campingbetriebe nach Tourismusregion	8
Tabelle 3: Stellplätze nach Tourismusregion	8
Tabelle 4: Reisemobilstellplätze im interkantonalen Vergleich	9
Tabelle 5: Entwicklung der Logiernächte im interkantonalen Vergleich	15
Tabelle 6: Abhängigkeit der Logiernächtezahlen mit den umliegenden Kantonen	16

1 Einführung

1.1 Ausgangslage

Basierend auf dem Gesetz über die Förderung des Tourismus (Tourismusgesetz, SGS 503) trägt der Kanton Basel-Landschaft zur Stärkung des Kantonsgebietes als Reise- und Tourismusziel bei. Das Tourismusgesetz ermöglicht einerseits die Gewährung von Betriebskostenbeiträgen an breit abgestützte und nicht gewinnorientierte Tourismusorganisationen mit kantonaler Bedeutung, welche auf eine längerfristige Tätigkeit ausgerichtet sind und nicht nur einzelne Teile des touristischen Angebots abdecken. Andererseits sind auch Projektbeiträge an interkantonale, regionale und überregionale Gemeinschaftsprojekte der Tourismusförderung möglich. Das übergeordnete Ziel der Kantonsbeiträge ist die nachhaltige Förderung eines wertschöpfungsstarken und umweltschonenden Tourismus in einer branchenübergreifenden Zusammenarbeit mit der lokalen Wirtschaft.

Auf Basis der gesetzlichen Grundlage und zur Erreichung der tourismuspolitischen Zielsetzungen schliesst der Kanton mit dem Verein Baselland Tourismus jeweils 4-jährige Leistungsvereinbarungen ab. Für die derzeit laufende Leistungsvereinbarung 2021-2024 wurden vom Landrat Betriebsbeiträge von CHF 2.4 Mio. bewilligt, welche in Jahrestanchen von CHF 600'000 ausbezahlt werden. Die wirksame Verwendung dieser Gelder wird regelmässig mit einem konkreten Evaluationsauftrag überprüft.

1.2 Auftrag und Ziele

Vor dem o.g. Hintergrund lässt die Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion des Kantons Basel-Landschaft die bisherigen Leistungen in der Tourismusförderung evaluieren. Die Studie überprüft die Erfüllung des Leistungsauftrags in vier Schritten:

1. Teilbericht A: Eine Kurzevaluation der Tätigkeit des Vereins Baselland Tourismus 2021-2024 im Abgleich mit dem gesetzlichen Grundauftrag, den strategischen Geschäftsfeldern und den spezifischen Zielsetzungen.
2. Teilbericht B: Eine Analyse des Tourismusstandorts Baselland in Bezug auf die Stärken und Schwächen der aktuellen Tourismusstruktur und der Entwicklung der letzten zehn Jahre.
3. Teilbericht C: Eine Kurzevaluation der derzeitigen strategischen Ausrichtung von Baselland Tourismus mit einer Überprüfung der Priorisierung von Geschäftsfeldern unter Annahme der Gesetzeskonformität der Strategie.
4. Teilbericht D: Formulieren von Empfehlungen für die nächste Förderperiode 2025-2028 unter Anbetracht der aktuellen strategischen Ausrichtung in Abgleich mit sich abzeichnenden Tourismustrends.

Dieser Teilbericht (Teilbericht B) behandelt die Analyse des Tourismusstandorts Baselland in Bezug auf die Stärken und Schwächen der aktuellen Tourismusstruktur und der Entwicklung der letzten zehn Jahre (2013 bis 2022). Wo möglich und sinnvoll werden zudem Vergleiche zu den Nachbarkantonen Basel-Stadt, Aargau, Solothurn und Jura gemacht.

1.3 Methodik und Vorgehen

Das Mandat erstreckt sich auf das Verfassen der o.g. Studie mit deren Teilberichten. Hierzu wurden nach einem Briefing durch die Auftraggeberin relevante Dokumente (z.B. kantonale und nationale Tourismusstatistiken) und Kontakte (z.B. zu Leistungsträgern) gesichtet. Um den Tourismusstandort Baselland besser verstehen zu können, wurden einzelne Elemente der Partnerumfrage genutzt (Details siehe Teilbericht A). Ebenfalls wurden einzelne Aspekte in den Interviews mit ausgewählten Partnern vertieft (Details siehe Teilbericht A). Im Anschluss wurden relevante Datenpunkte aus dem Netzwerk der Fachhochschule Graubünden gesammelt. Als Datenquellen wurden insbesondere verwendet:

- Daten vom Bundesamt für Statistik (div. Tourismus-Statistiken, Studien, Marktberichte)
- Daten von diversen Amtsstellen des Kantons Basel-Landschaft (div. Tourismus-Statistiken, Studien)
- Daten von Baselland Tourismus (Statistiken, Broschüren, Prospekte, Website etc.)
- Daten von ausgewählten kantonalen Tourismusorganisationen (bspw. Finanzkennzahlen)
- Weitere Quellen: Fachliteratur, Unternehmensberichte, div. Online-Ressourcen etc.

2 Angebotsanalyse

2.1 Beherbergung

2.1.1 Hotellerie

Anzahl geöffneter Hotelbetriebe (2013-2023): Von 2013 bis 2022 ist die Anzahl geöffneter Hotelbetriebe durchgängig rückläufig. Mit der Neueröffnung des Hotels Holiday Inn Express in Allschwil und der Wiedereröffnung des Waldhauses beider Basel in Birsfelden kamen im Jahr 2023 jedoch wieder zwei grosse Betriebe hinzu. (siehe Abbildung 1).

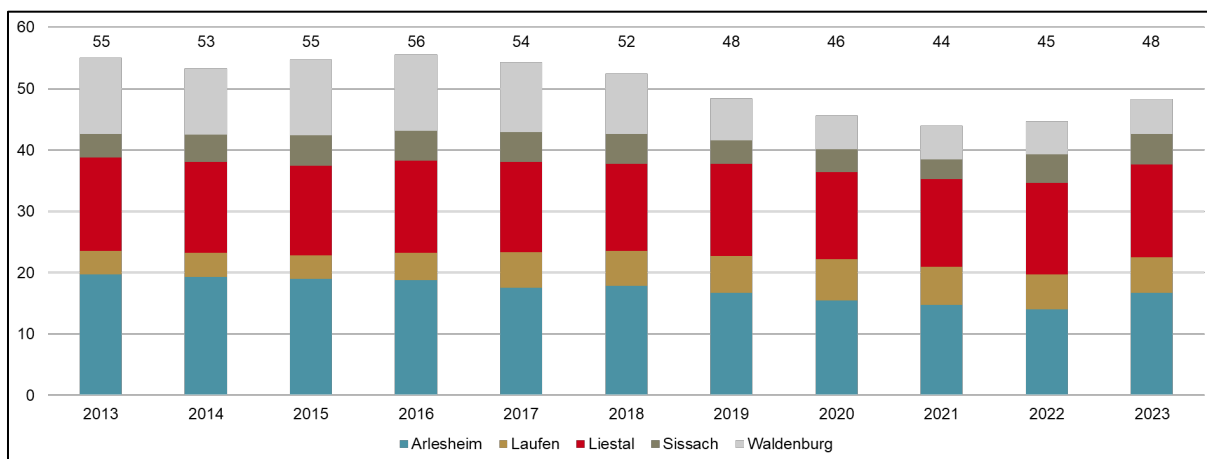


Abbildung 1: Anzahl geöffneter Hotelbetriebe im Kanton Basel-Landschaft

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Während die Anzahl Betriebe in den Bezirken Liestal, Sissach und Laufen konstant geblieben ist, hat in den Bezirken Arlesheim und Waldenburg die Anzahl Betriebe konstant abgenommen (siehe Abbildung 2). Eine Ausnahme bildet das Jahr 2023, in welchem die beiden o.g. Betriebe (wieder) eröffnet wurden (Bezirk Arlesheim). Von 2013 bis 2023 hat die Anzahl geöffneter Hotelbetriebe gesamtkantonal insgesamt um 12.8% abgenommen.

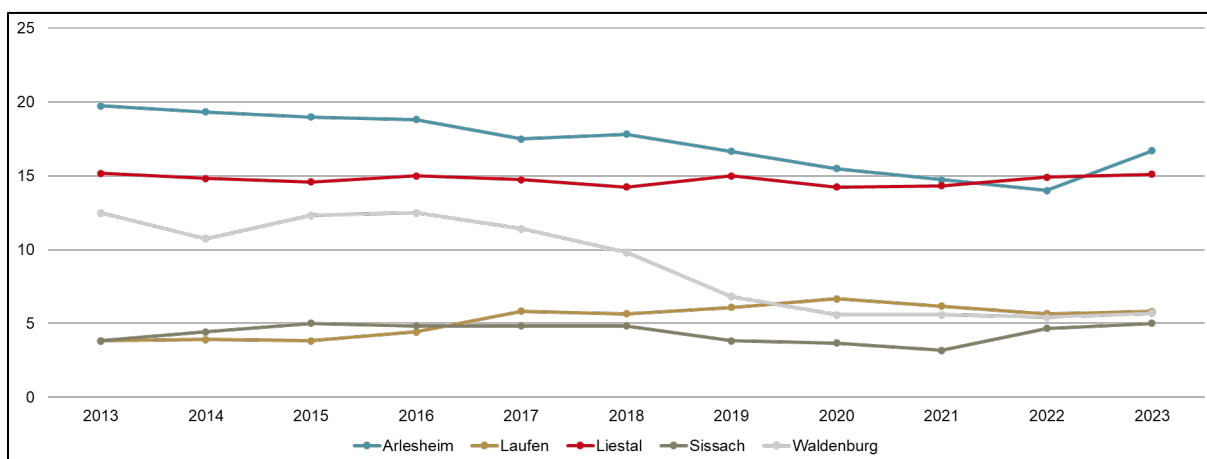


Abbildung 2: Anzahl geöffneter Hotelbetriebe nach Bezirken

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Der Vergleich zu den Nachbarkantonen (siehe Abbildung 3) zeigt eine ähnliche Entwicklung: Im Kanton Aargau (-20.7%), im Kanton Solothurn (-14.1%) und im Kanton Jura (-13.5%) ist die Anzahl geöffneter Hotelbetriebe im Zeitraum 2013 bis 2023 ebenfalls rückläufig. Einzig im Kanton Basel-Stadt (+3.2%) ist die Anzahl von 62 auf 64 Betrieben gestiegen. Während in den Kantonen Aargau und Solothurn die COVID-19-Pandemie für eine Bereinigung gesorgt hat, ist die Anzahl

in den Kantonen Basel-Landschaft, Jura und Basel-Stadt in dieser Zeit nicht weiter zurückgegangen respektive im Fall des Kantons Basel-Stadt sogar gestiegen. Im Kanton Aargau hat allerdings bereits im Zeitraum 2013 bis 2019 eine starke, nicht pandemiebedingte Bereinigung stattgefunden. Der Trend der Bereinigung und Konsolidierung in der Hotellerie – besonders bei kleinen Betrieben – hat sich somit fortgesetzt.

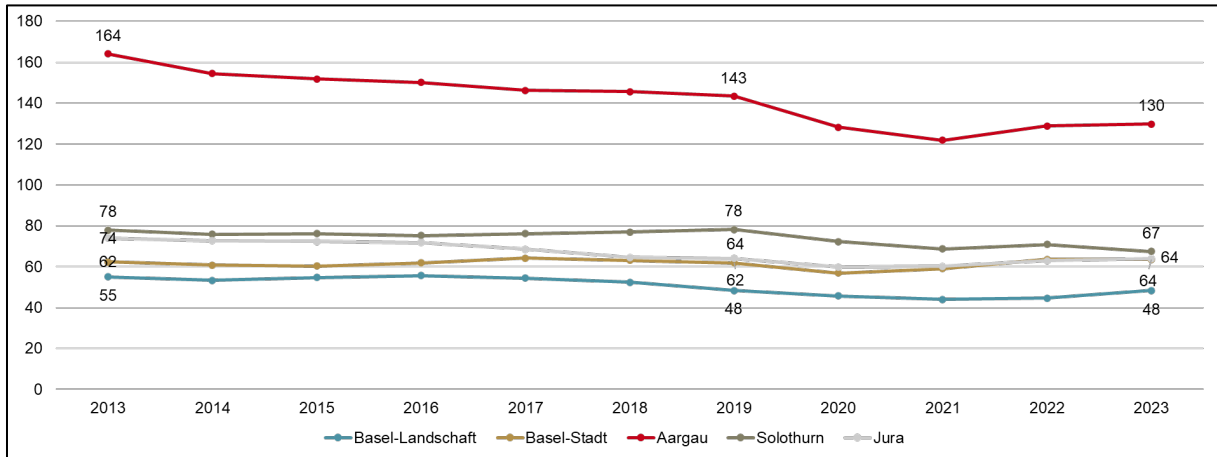


Abbildung 3: Anzahl geöffnete Hotelbetriebe im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Bettenangebot (2013-2023): Von 2013 bis 2020 ist auch das Bettenangebot durchgängig rückläufig. Ab 2021 stabilisiert sich der Wert und im Jahr 2023 sind durch die (Wieder-)Eröffnung o.g. Betriebe mehr als 400 Betten hinzugekommen (siehe Abbildung 4).

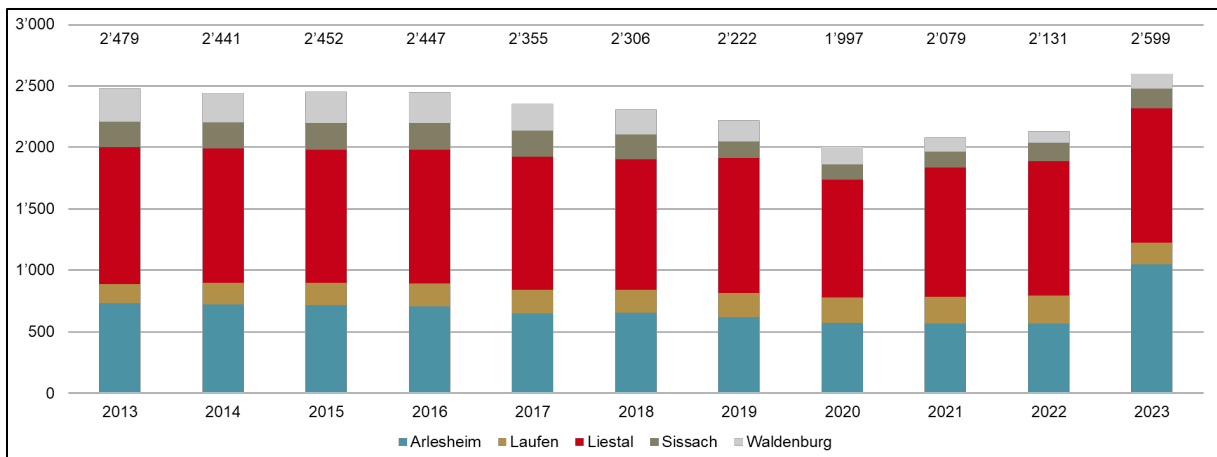


Abbildung 4: Bettenangebot im Kanton Basel-Landschaft

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Das Bettenangebot in den Bezirken Liestal, Waldenburg, Sissach und Laufen ist über die Jahre konstant geblieben. Während im Bezirk Arlesheim das Bettenangebot von 2013 bis 2022 kontinuierlich abgenommen hat, kamen mit der Neueröffnung des Hotels Holiday Inn Express (220 Zimmer) und der Wiedereröffnung des Waldhauses beider Basel (20 Zimmer) mehr als 400 Betten hinzu (siehe Abbildung 5). Von 2013 bis 2023 hat das Bettenangebot gesamtkantonal insgesamt um 4.8% zugenommen.

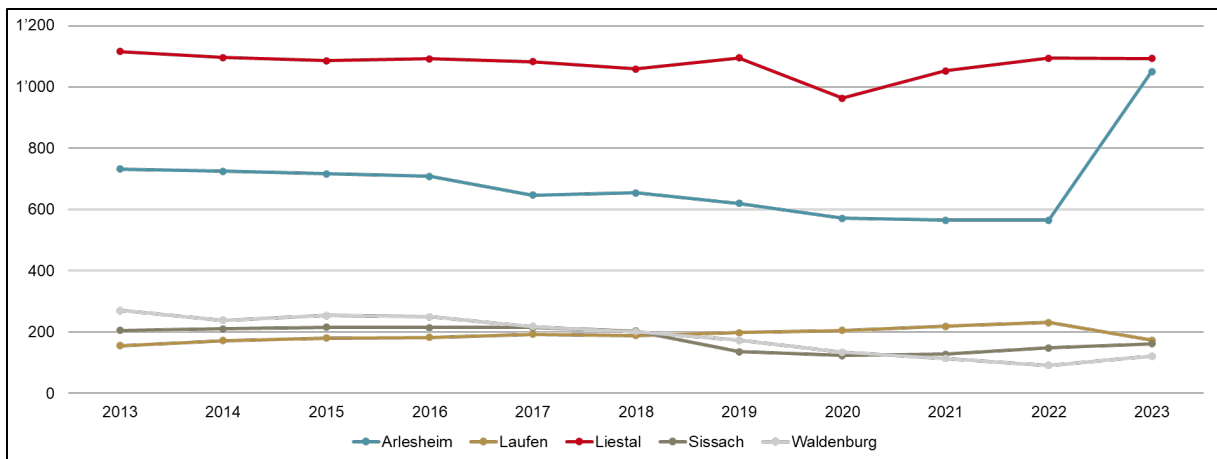


Abbildung 5: Bettenangebot nach Bezirken

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Der Vergleich zu den Nachbarkantonen (siehe Abbildung 6) zeigt unterschiedliche Entwicklungen. Im Kanton Basel-Stadt (+45.2%) ist das Bettenangebot im Zeitraum 2013 bis 2023 stark angestiegen. Auch im Kanton Solothurn (+19.8%) und im Kanton Aargau (+8.4%) ist das Bettenangebot im Zeitraum 2013 bis 2023 gewachsen. Einzig im Kanton Jura (-8.0%) ist das Bettenangebot rückläufig. Die COVID-19-Pandemie hatte auf keinen der Nachbarkantone einen langfristig negativen Einfluss in Bezug auf das Bettenangebot: Obwohl in den Jahren 2020 und 2021 kurzzeitig das Bettenangebot teilweise stark zurückgegangen ist (v.a. in urbanen Gebieten), hat sich die Zahl an verfügbaren Betten bis dato wieder erholt und erreicht mindestens das Angebot vor der COVID-19-Pandemie.

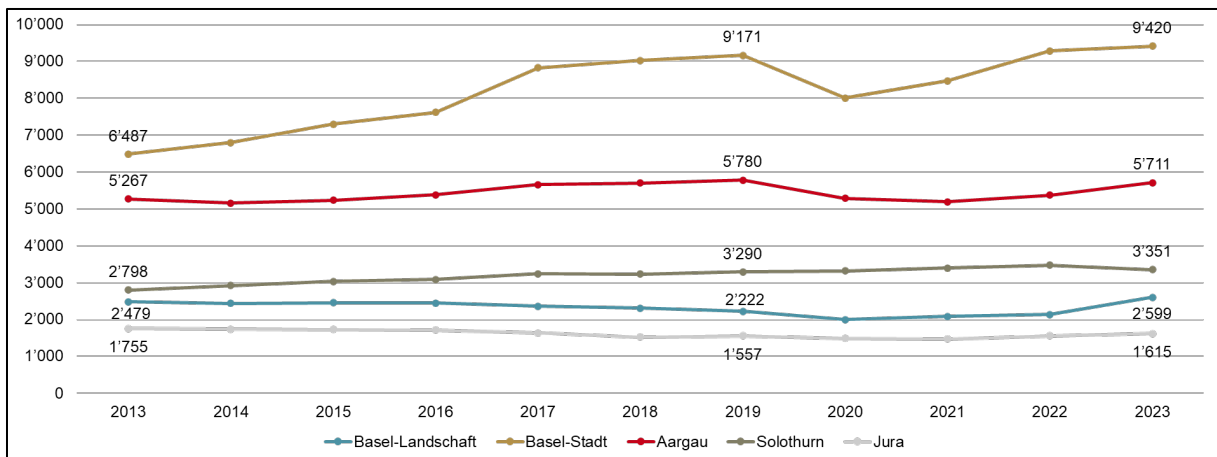


Abbildung 6: Bettenangebot im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Betriebsgrößen / Anzahl Betten pro Betrieb (2013-2023): Die durchschnittliche Betriebsgrösse ist im Zeitraum 2013 bis 2022 gesamtkantonal stabil geblieben (45 bis 48 Betten pro Betrieb). In den einzelnen Bezirken zeigen sich jedoch grosse Unterschiede (siehe Abbildung 7): Die durchschnittlich grössten Betriebe sind in den Bezirken Liestal und Arlesheim lokalisiert (Nachbarschaft zur Stadt Basel). In den Bezirken Sissach, Laufen, Waldenburg sind hauptsächlich kleinere Betriebe mit nicht mehr als 30 Betten lokalisiert.

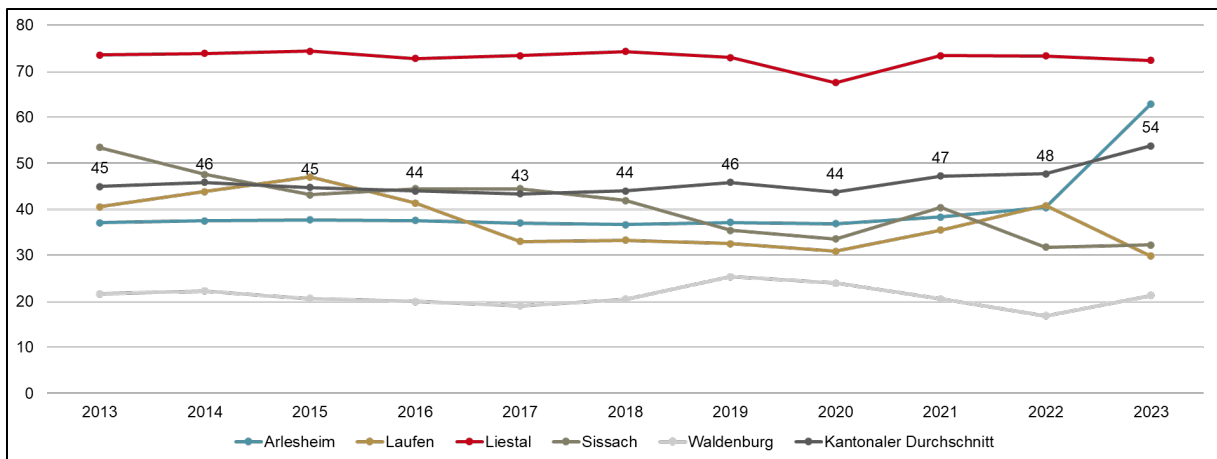


Abbildung 7: Durchschnittliche Betriebsgrösse nach Bezirken

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Der Vergleich zu den Nachbarkantonen (siehe Abbildung 8) zeigt unterschiedliche Entwicklungen. Im Kanton Basel-Stadt (von 104 auf 148 Betten) ist die durchschnittliche Betriebsgrösse von 2013 bis 2023 stark angestiegen. Das zeigt, dass besonders in der Stadthotellerie eine Konsolidierung stattgefunden hat: Während kleine Betriebe verschwinden, entstehen neue Betriebe mit einer grösseren Kapazität. Auch im Kanton Aargau (von 32 auf 44 Betten) und im Kanton Solothurn (von 36 auf 50 Betten) sind die Betriebe grösser geworden. Einzig im Kanton Jura (25 Betten) hat sich die durchschnittliche Betriebsgrösse nicht verändert. Die Tendenz zu weniger, dafür grösseren Einheiten lässt sich somit nicht nur im Kanton Basel-Landschaft, sondern auch in den Nachbarkantonen beobachten.

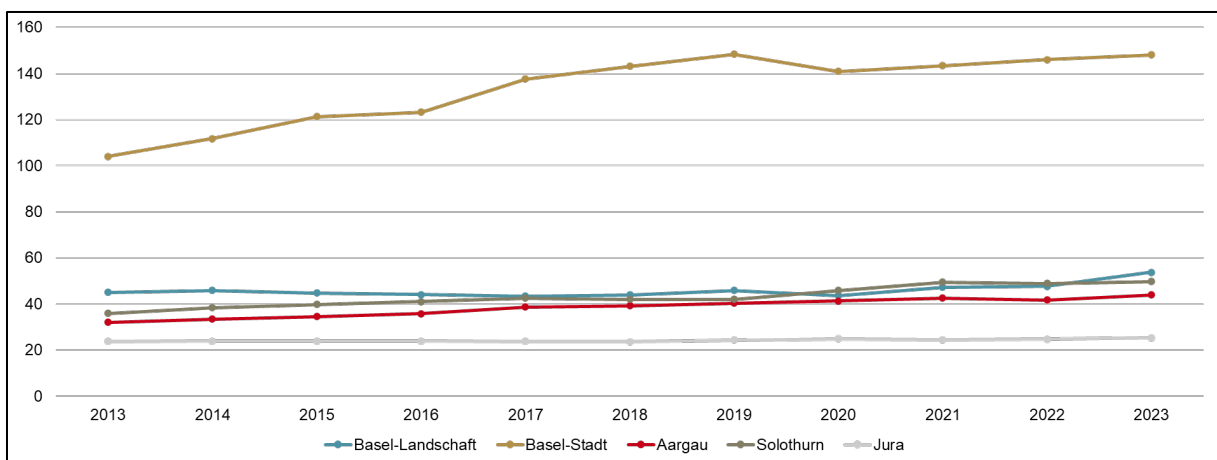


Abbildung 8: Durchschnittliche Betriebsgrösse im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Klassifizierung: Im Kanton Basel-Landschaft sind wenige Betriebe sterneklassifiziert. Lediglich 12 von 48 geöffneten Betrieben (25%) haben eine offizielle Klassifizierung (Stand: Dezember 2023) (siehe Tabelle 1).

STERNEKATEGORIE	KANTON BL (2023)		SCHWEIZ (2022)	
	Anzahl	in %	Anzahl	in %
Total Betriebe	48	100.0%	4'497	100.0%
5 Sterne	0	0.0%	107	2.4%
4 Sterne	5	10.4%	497	11.0%
3 Sterne	6	12.5%	838	18.6%
2 Sterne	0	0.0%	93	2.1%
1 Stern	1	2.1%	14	0.3%
Swiss Lodge	0	0.0%	310	6.9%
Keine Klassifizierung	36	75.0%	2'638	58.7%

Tabelle 1: Hotels nach Sternekategorie

Eigene Darstellung; Daten gem. eigener Recherche

Von den klassifizierten Betrieben sind je 5 Betriebe in den Bezirken Arlesheim und Liestal sowie 2 Betriebe im Bezirk Sissach lokalisiert. Die übrigen Betriebe sind nicht klassifiziert. Hotels in der Nachbarschaft zur Stadt Basel verfügen eher über eine Sterneklassifizierung als Betriebe im ländlichen Raum. Im schweizweiten Vergleich ist die Zahl der Betriebe ohne Klassifizierung überdurchschnittlich (75.0% im Kanton Basel-Landschaft, 58.7% gesamtschweizerisch; Stand: Ende 2022).

Kurzfasit

Es zeigt sich, dass die Hotellerie im Kanton Basel-Landschaft weiterhin kleinstrukturiert ist, jedoch insbesondere in der Nachbarschaft zur Stadt Basel eine Konsolidierung stattfindet. Konsolidierung und Bildung grösserer Einheiten ist ein schweizweites Phänomen: Seit dem Jahr 2000 ist die Zahl der Betriebe schweizweit um 6% zurückgegangen, während die Zahl der Betten jedoch um 24% zugenommen hat (HotellerieSuisse, 2023).

Betriebe in Nachbarschaft zur Stadt Basel sind klar Richtung Stadt ausgerichtet und sprechen v.a. auch das Gästesegment der Stadt Basel an (v.a. MICE-, Event- und Business-Gäste sowie Städtereisende). Diese Hotels verfügen einerseits über eine gewisse betriebliche Grösse und andererseits oftmals über eine Sterneklassifizierung. Gerade für (inter-)nationale Gäste ist die Klassifizierung ein wichtiger Indikator und damit auch ein Buchungsgrund, werden schweizweit nämlich 75% der Logiernächte in klassifizierten Betrieben erwirtschaftet (HotellerieSuisse, 2023).

Bei Betrieben in den ländlichen Regionen handelt es sich meistens um kleine (Familien-)Betriebe, welche oftmals kein spezifisches Gästesegment ansprechen. Diese Betriebe sind - mit wenigen Ausnahmen - nicht klassifiziert. Eine Ausnahme bilden u.a. die beiden Betriebe Bad Bubendorf Hotel (Seminarhotel) und Bad Ramsach Quellhotel, Häfelfingen (Kurhotel).

Es zeigt sich somit, dass Betriebe v.a. dann eine kritische Grösse erreichen respektive wirtschaftlich agieren können, wenn sie entweder von den spill-over Effekten der Stadt Basel profitieren oder eine klare Fokussierung auf ein spezifisches Gästesegment aufweisen.

2.1.2 Parahotellerie

Angebots- und Nachfragedaten werden gerade in der Parahotellerie sehr lückenhaft und nur stichprobenmässig erhoben. Bei den nachfolgenden Analysen wird einerseits auf Daten des Bundesamts für Statistik (BfS) sowie auf eigene Recherchen zurückgegriffen.

Bed and Breakfast: Die Zahlen des Bed and Breakfast (B&B) Angebots werden seit 2017 nicht mehr durch die Statistikämter erhoben. Daher gibt es keine Angaben zur quantitativen Entwicklung des Angebots. Qualitativ haben jedoch in den letzten Jahren eine Bereinigung und Aufwertung des Angebots im Kanton Basel-Landschaft stattgefunden. In Zusammenarbeit mit BnB Switzerland hat Baselland Tourismus das Angebot bereinigt und insbesondere klassifiziert. BnB Switzerland ist offizielles Klassifikationsorgan für alle B&Bs in der Schweiz und garantiert in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Tourismus-Verband durch die Kontrollen sämtlicher Objekte die Qualität und Richtigkeit der Angebote. Aktuell (Stand: Januar 2024) sind auf der Plattform von BnB Switzerland 41 B&Bs im Kanton Basel-Landschaft ausgeschrieben. Schweizweit beträgt die Zahl zwischen 600 bis 700 B&Bs, welche über BnB Switzerland angeboten werden.

Der Ferienwohnungsmarkt ist jedoch stark fragmentiert. Nebst B&B-Anbietern gibt es die klassischen Ferienwohnungsvermieter und Kurzzeit-Vermietungsplattformen. Bekanntes Beispiel hierfür ist Airbnb. Besonders solche Plattformen haben in den vergangenen Jahren einen starken Aufschwung erlebt. Die Angebotszahlen und die Qualität des Angebots variieren daher stark.

Camping: Die Daten des Campingangebots sind auf Stufe der Tourismusregionen der Schweiz aggregiert. Während in der Basel Region (von 6 auf 4 Betriebe) das Angebot an Campingbetrieben seit 2013 rückläufig ist, wurde es in der Region Aargau Solothurn (von 9 auf 12 Betriebe) ausgebaut. Die Anzahl der Campingbetriebe im Jura & Drei-Seen-Land (von 36 auf 35 Betriebe) ist während des betrachteten Zeitraums konstant geblieben (siehe Tabelle 2). Es zeigt sich somit, dass in der Region Aargau & Solothurn eine Angebotserweiterung stattgefunden hat.

BETRIEBE	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Basel Region (BL & BS)	6	6	6	5	5	5	5	5	4	4
Region Aargau & Solothurn	9	9	10	10	10	10	12	12	13	12
Jura & Drei-Seen-Land	36	36	38	38	37	37	34	34	36	35

Tabelle 2: Campingbetriebe nach Tourismusregion

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik

Betrachtet man das Angebot an effektiven Stellplätzen (siehe Tabelle 3), ist die Anzahl der Plätze in der Basel Region (-33.7%) von 508 Plätze auf 337 Plätze zurückgegangen. Gleichzeitig wurde das Platzangebot in der Region Aargau & Solothurn (+39.0%) von 959 Plätze auf 1'333 Plätze ausgebaut. Im Jura & Drei-Seen-Land (-5.2%) ist die Anzahl der Plätze von 5'771 auf 5'471 Plätze ebenfalls leicht rückläufig.

STELLPLÄTZE	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Basel Region (BL & BS)	508	508	508	500	518	483	483	485	337	337
Region Aargau & Solothurn	959	959	989	966	966	966	1'168	1'177	1'324	1'333
Jura & Drei-Seen-Land	5'771	5'770	5'676	5'651	5'641	5'572	5'321	5'382	5'472	5'471

Tabelle 3: Stellplätze nach Tourismusregion

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik

Reisemobilstellplätze: Ein Reisemobilstellplatz unterscheidet sich von einem Stellplatz auf einem Camping dahingehend, dass er spezifisch auf die Bedürfnisse von Reisemobilisten ausgelegt ist. Besonders in Deutschland und Österreich ist das Angebot an Reisemobilstellplätzen bereits sehr vielfältig und stark ausgebaut. In der Schweiz wird dem Phänomen Reisemobilisten jedoch (noch) keine grosse Beachtung geschenkt. Eine aktuelle Übersicht (Stand: Januar 2024) auf der Website von Wohnmobilland Schweiz zeigt jedoch, dass besonders in den Kantonen Aargau, Solothurn und Jura bereits einige Angebote vorhanden sind, während im Kanton Basel-Landschaft mit 4 Standorten und 13 Plätzen das Angebot noch überschaubar ist (siehe Tabelle 4). Da diese Daten nicht strukturiert vorliegen, handelt es sich um eine indikative Angabe.

STELLPLÄTZE	ANZ. STANDORTE	ANZ. STELLPLÄTZE
Basel-Landschaft	4	13
Basel-Stadt	1	7
Aargau	14	47
Solothurn	10	61
Jura	12	85

Tabelle 4: Reisemobilstellplätze im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. eigener Recherche¹

Kurzfasit

Bei den B&Bs hat in den letzten Jahren infolge der Qualitätssteigerung durch die Zertifizierung im Kanton Basel-Landschaft eine Konsolidierung stattgefunden. Besonders in den Bereichen Camping und Reisemobilstellplätze liegt der Kanton Basel-Landschaft hinter den Nachbarkantonen Aargau und Solothurn zurück. Gerade im ländlichen Raum, wo das Angebot der Hotellerie schwach ausgeprägt ist, kann ein gutes Angebot in der Parahotellerie mit einem Mix der verschiedenen Formen (Ferienwohnungen/B&Bs, Camping, Reisemobilstellplätze) eine Diversifikation bieten. Einzelne Massnahmen zur Schliessung von Lücken, wie bspw. die Errichtung resp. Bereitstellung von Reisemobilstellplätzen, können zudem ohne grossen Aufwand realisiert werden. Insgesamt bildet jedoch die Hotellerie das Rückgrat der Übernachtungsmöglichkeiten, während Angebote der Parahotellerie einen ergänzenden Charakter haben.

2.2 Gastronomie

Das gastronomische Angebot im Kanton blieb mit 501 registrierten Betrieben (Stand: Ende 2021) auf einem vergleichsweise hohen Niveau stabil. Der Grossteil dieses Angebots kommt von Restaurants, Imbissstuben, Tea-Rooms und Gelaterias (443), gefolgt von Hotels, Gasthöfen und Pensionen mit Restaurant (33), Bars (18) und 7 Restaurants mit Beherbergungsangeboten (siehe Abbildung 9).

Der Kanton Basel-Landschaft verfügt zudem über 6 Lokale, welche mit mindestens einem Michelin-Stern ausgezeichnet sind, sowie 4 Lokale, welche in Gault & Millau gelistet sind (Stand: Ende 2023). Allerdings ist das Angebot an Gourmetküchen auch unter Anbetracht der totalen Anzahl der Gastronomiebetriebe klein - da Basel-Stadt mit 13 Michelin Lokalen, Aargau mit 9 und Solothurn mit 18 Lokalen ein breiteres Angebot bieten können.

¹ Die Daten stammen von der Website www.wohnmobilland-schweiz.ch und wurden am 4. Januar 2024 abgerufen. Da es sich um eine Angebotsplattform handelt, ändern sich die Angebotszahlen fortwährend.

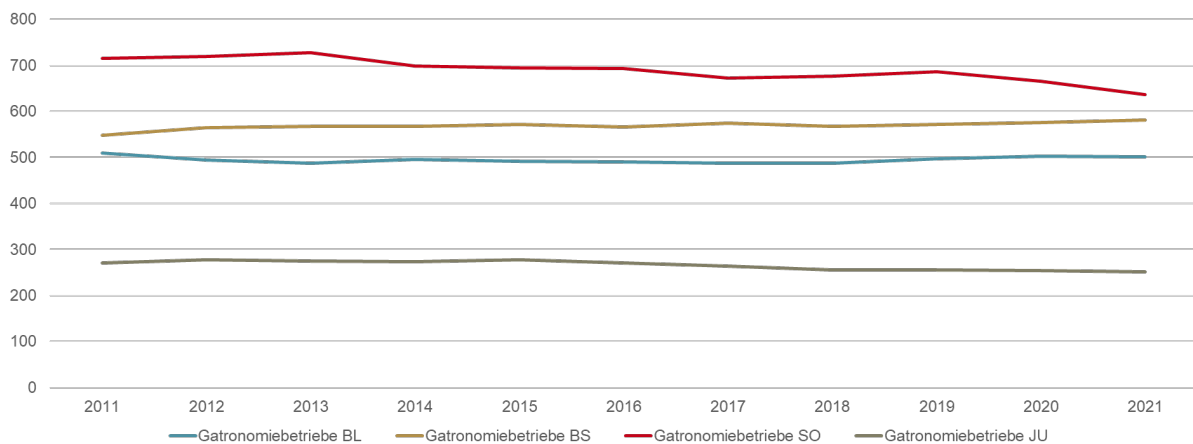


Abbildung 9: Struktur der Gastronomie im Kanton Basel-Landschaft

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik

Insgesamt ist jedoch das gastronomische Angebot auf einheimische Gäste ausgerichtet. So gibt es keine ausgeprägten Schwankungen im Jahresverlauf (keine Haupt-/Nebensaison). Die Gastronomie bewegt sich azyklisch zu Gastronomiebetrieben in Ferienregionen. So ist bspw. die Auslastung während der Sommerferienzeit deutlich tiefer (zyklisches Verhalten der Gäste). Der Fokus der Gastronomie ist daher stark auf das Corporate-Segment und auf das Weihnachtsgeschäft gelegt. Da die Gastronomie aber ansonsten keine grossen Schwankungen aufweist, sind mehrheitlich Fest-/Jahresangestellte tätig, was zu einer höheren Konstanz beim Personal führt (im Gegensatz zu Feriendestinationen, wo mit Saisonmitarbeitenden gearbeitet wird). Des Weiteren tragen Events wie bspw. die Baselbieter Genusswoche, die Lange Tafel Laufen oder das Baselbieter Wine&Dine zu einer Angebotserweiterung bei.

Kurzfaszit

Der Fokus der Gastronomie liegt klar auf der einheimischen Bevölkerung. Ein Angebot, welches sich explizit an auswärtige Gäste richtet, ist vor allem über Events gegeben. Die aktuelle Ausrichtung der Gastronomie ist somit kein Buchungsgrund für einen Kurzferienaufenthalt im Kanton Basel-Landschaft.

2.3 (Tages-)Touristische Angebote

«Das Baselland ist reich an landschaftlichen Schönheiten, eindrucklicher Natur und kulturellen Kleinoden. Ob auf den Spuren der Römer, während einer Schifffahrt auf dem Rhein oder auf Wanderungen im Jura, im Baselbiet gibt es vieles zu entdecken.» (Schweiz Tourismus, 2023.)

Über die (tages-)touristischen Angebote liegen keine strukturierten Daten vor. Auf Basis einer qualitativen Beurteilung werden einzelne Elemente, die insbesondere in der laufenden Periode auf- und ausgebaut wurden, erläutert (siehe Abbildung 10).

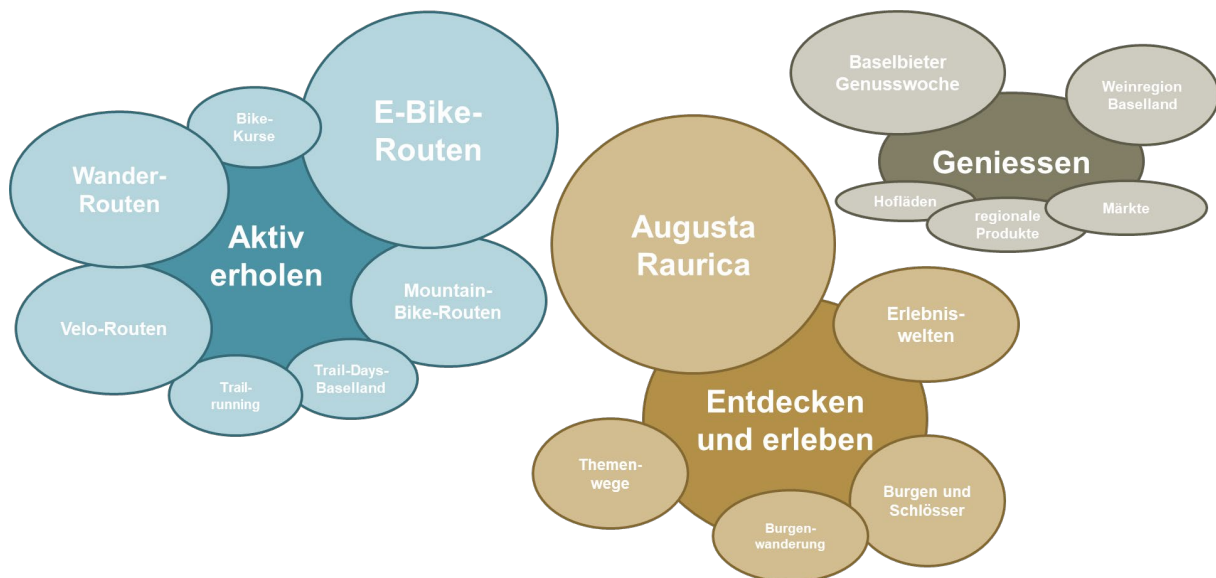


Abbildung 10: (Tages-)Touristische Angebote im Kanton Basel-Landschaft

Eigene Darstellung; Daten gem. eigener Recherche

Ein zentrales Element mit nationaler Ausstrahlung ist im strategischen Geschäftsfeld «Entdecken und erleben» (weiterhin) die Römerstadt Augusta Raurica. Mit ihrer nationalen Ausstrahlung ist sie einerseits ein Leuchtturm für den Kanton Basel-Landschaft, andererseits auch ein Grund für Gäste der Stadt Basel, um einen Ausflug in den Kanton Basel-Landschaft zu machen. Daher besteht auch eine Kooperation zwischen der Römerstadt Augusta Raurica und Basel Tourismus. Weitere Elemente aus diesem Geschäftsfeld wie die Erlebniswelten (bspw. Firma Oris, Schweizer Salzsalinen etc.) sind aktuell noch von untergeordneter Bedeutung. Im strategischen Geschäftsfeld «Aktiv erholen» sind insbesondere die Möglichkeiten zur Bewegung (Velo- und Wander-Routen) von zentraler Bedeutung. Der Ausbau der E-Bike Infrastruktur und Kartierung von Routen auf prominenten Plattformen hilft, das Angebot schweizweit sichtbarer zu machen. Aus dem strategischen Geschäftsfeld «Geniessen» ist - nebst den Dienstleistern in der Gastronomie - besonders die Baselbieter Genusswoche hervorzuheben. Auffallend ist, dass – mit Ausnahme von lokalen Museen (bspw. Kunsthaus Baselland) und Kulturstätten (bspw. Z7 Konzertfabrik), einigen Kulturgütern und Bädern (bspw. aquabasilea) – keine grösseren Indoor-Angebote in der Region vorhanden sind. Dadurch zeigt sich auch ein Kontrast zu den urbanen Zentren wie Basel-Stadt aber auch Zürich und Solothurn, welche eine Vielzahl an kulturellen Indoorangeboten (z.B. Konzerte, Auftritte, Theater, Kongresse, etc.) oder bekannten Messen (z.B. Art Basel, Fantasy Basel, Zurich Film Festival, etc.) vorzeigen können.

Kurzfasit

Die Römerstadt Augusta Raurica ist nicht nur ein wichtiges touristisches Element, sondern generiert auch direkt Wertschöpfung. Angebote wie die E-Bike-/Velo-/Mountain-Bike-Routen und weitere Angebote aus dem strategischen Geschäftsfeld «Aktiv erholen» sind ebenfalls von grosser Relevanz für das touristische System, bringen aber den anderen Geschäftsfeldern bisher direkt keine oder nur wenig Wertschöpfung. Dies insbesondere, weil viele dieser Angebote frei zugänglich und kostenlos sind. Anlässe wie die Trail Days Baselland oder die Baselbieter Genusswoche sowie geführte Touren (bspw. Burgenwanderung) bringen direkte Wertschöpfung, sind aber auf bestimmte Durchführungszeitpunkte im Jahr beschränkt.

Zwischenfazit

Hotellerie: Das Angebot in der Hotellerie ist zweigeteilt. Einerseits profitieren Hotels in Nachbarschaft zur Stadt Basel von einem Spill-over-Effekt. Entsprechend sind die Hoteleinheiten grösser als im restlichen Kanton Basel-Landschaft. Zudem existieren einige wenige Betriebe, welche ein spezifisches Gästesegment ansprechen. Andererseits ist ein grosser Teil der Betriebe kleinstrukturiert und verfügt über keine spezifische Positionierung. Diese fehlende Positionierung hat die Konsolidierung kleiner Betriebe in den vergangenen Jahren weiter fortschreiten lassen. Ohne eine entsprechende Positionierung dieser Betriebe wird die Konsolidierung resp. der Rückgang bei der Anzahl Betriebe weiter fortschreiten.

Parahotellerie: Die Parahotellerie kann in der Beherbergung eine gute Ergänzung sein, wo ein adäquates Hotelangebot fehlt. Im Bereich B&Bs konnte durch die Etablierung eines einheitlichen Klassifikationsmodells die Qualität des Angebotes verbessert werden, was positiv zu werten ist. Im Gegensatz zu den Nachbarregionen hat in der Region Basel der Trend zu mehr Campingaufenthalten jedoch nicht zu einer Ausweitung des Angebots geführt. Die Zahl der Stellplätze auf Campingplätzen ist - gerade im Vergleich zur Region Aargau & Solothurn - stark rückläufig. Stellplätze für Reisemobile sind zudem erst vereinzelt am Entstehen. Vom steigenden Camping-Trend kann somit nur bedingt profitiert werden.

Gastronomie: Die Gastronomie ist auf die einheimische Bevölkerung ausgerichtet und nimmt die zusätzlichen Frequenzen von auswärtigen Gästen mit.

(Tages-)Touristische Angebote: Die touristischen Angebote sind stark auf die strategischen Geschäftsfelder «Aktiv erholen» und «Entdecken und erleben» konzentriert. Viele dieser Angebote sind so konzipiert, dass sie einerseits als Allgemeingut kostenlos zugänglich sind und andererseits an einem Tag absolviert werden können. Ohne adäquate Übernachtungsmöglichkeiten bietet sich für Gäste wenig Anreiz, sich mehrere Tage vor Ort aufzuhalten.

Die Abstimmung zwischen einzelnen Angeboten und Leistungsträgern ist für ein funktionierendes Tourismussystem unabdingbar. Ohne eine gezieltere Kombination und strategischen Positionierung, der bislang mehrheitlich wertschöpfungsschwachen (tages-)touristischen Angebote mit wertschöpfungsstarken Übernachtungsmöglichkeiten fehlt dem Kanton Basel-Landschaft die Möglichkeit, die touristische Wertschöpfung nachhaltig zu steigern.

3 Nachfrageanalyse

3.1 Gästemix

Im Jahr 2022 wurde die überwiegende Mehrheit der Logiernächte (91.7%) in der Tourismusregion Basellandschaft von zentral-europäischen Gästen generiert (siehe Abbildung 11). Eine deutliche Mehrheit bilden Gäste aus der Schweiz (67.1%), gefolgt von deutschen, niederländischen und italienischen Gästen. Gäste aus Amerika trugen mit 4.6% zu den Logiernächten bei, wobei die USA die hauptsächliche Herkunft darstellten. Asiatische Gäste machten 3.5% aus, wobei fast die Hälfte von ihnen aus Israel kam. Die Logiernächte von Gästen aus Australien/Ozeanien und Afrika betragen jeweils 0.1%.

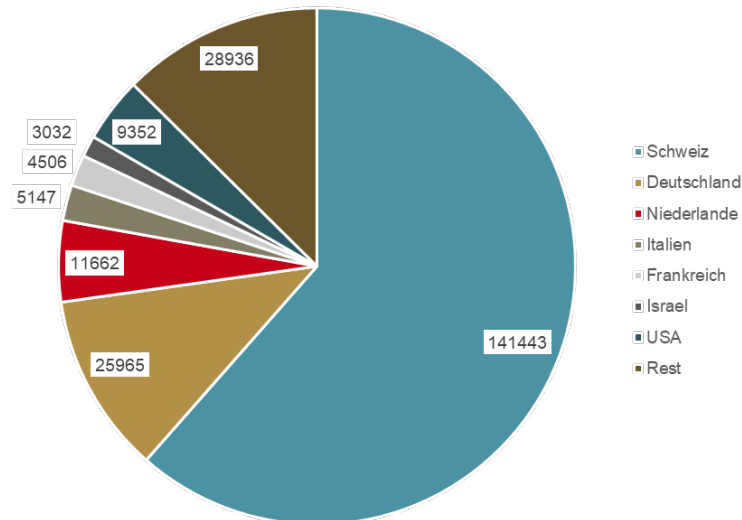


Abbildung 11: Gästemix 2022

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Ein Blick auf die letzten zehn Jahre zeigt, dass sich die Zusammensetzung der europäischen Gäste nur geringfügig verändert hat (siehe Abbildung 12). Interessant ist, dass die Zahl der Logiernächte, die von niederländischen Gästen generiert wurde, im Vergleich zu den letzten zehn Jahren im Jahr 2022 mit mehr als 11'000 Logiernächten einen absoluten Höchstwert erreicht hat. Auch für die umliegenden Kantone sind Gäste aus den Niederlanden von grosser Bedeutung allen voran Solothurn (ebenfalls drittmeiste Logiernächte durch niederländische Gäste) gefolgt von Aargau, Basel-Stadt und zuletzt Jura. Dies könnte damit zusammenhängen, dass diese Destinationen auf der Reiseroute nach Italien - eines der beliebtesten Reiseziele niederländischer Touristen, liegt (vgl. OECD Tourismus Statistik). Durch die COVID-19-Pandemie hat sich das Gästegefüge im Kanton Basel-Landschaft verändert. Der Anteil europäischer Gäste hat zugenommen, während die Anteile anderer Herkunftsregionen noch nicht wieder das Vorkrisenniveau erreicht haben. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich bei Betrachtung der Entwicklung der Logiernächte in der gesamten Schweiz (Schweizer Tourismus-Verband 2022).

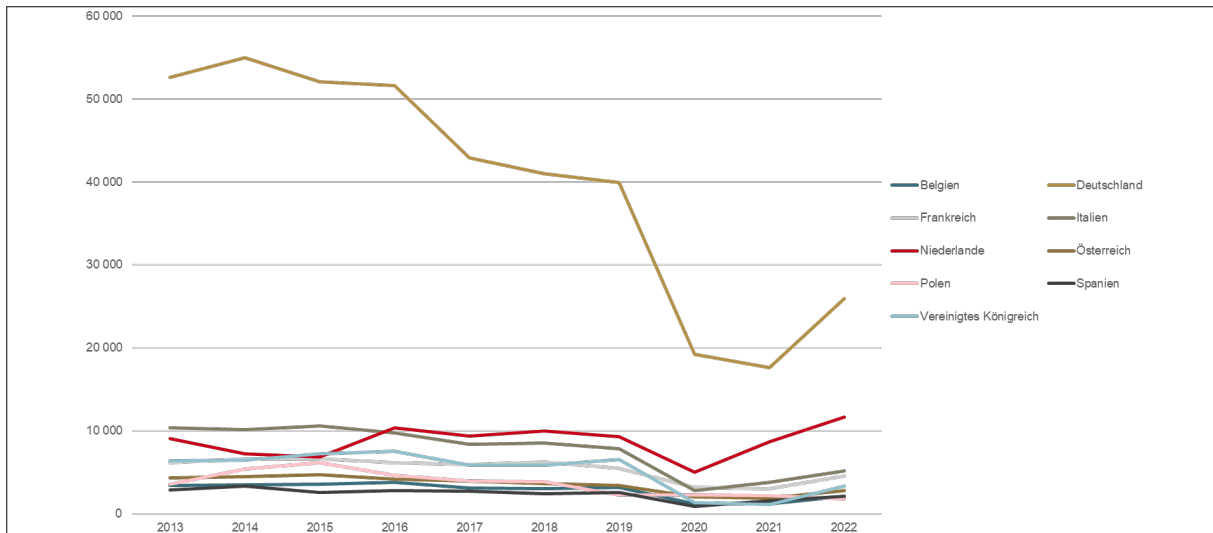


Abbildung 12: Logiernächte nach Gästeherkunft 2013 bis 2022

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik

Kurzfaszit

Übernachtungsgäste aus Europa sind das wichtigste Gästesegment. Den grössten Anteil machen Gäste aus der Schweiz aus. Die COVID-19-Pandemie beeinflusste das Gästefüge, wobei europäische Besucher zunahmen, während andere Regionen sich noch nicht von den Auswirkungen erholten. Interessanterweise erreichten Logiernächte von niederländischen Gästen einen historischen Höchstwert. Die Entwicklung der letzten zehn Jahre und der Vergleich mit der gesamten Schweiz verdeutlichen die Dynamik des Tourismus in der Region.

3.2 Hotellerie

3.2.1 Logiernächte

Im Folgenden wird die Entwicklung der Logiernächte der geöffneten Betriebe im Kanton Basel-Landschaft und seinen Nachbarkantonen dargestellt. Abbildung 13 zeigt die Entwicklung der absoluten Logiernächte von 2013 bis 2022

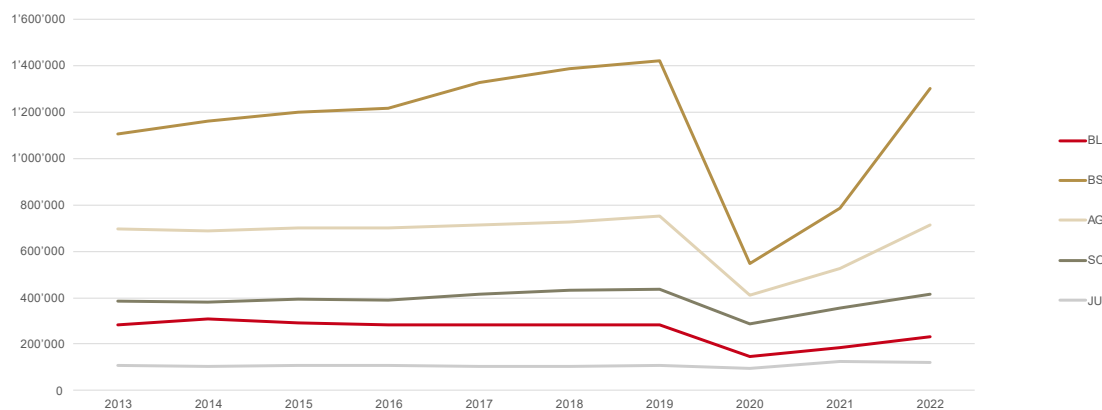


Abbildung 13: Entwicklung der Logiernächte absolut im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Der Kanton Basel-Landschaft (-47.6%) hat nach dem Kanton Basel-Stadt (-61.7%) den grössten Rückgang bei den Logiernächten vom Jahr 2019 aufs Jahr 2020 durch die COVID-19-Pandemie zu verzeichnen. Schweizweit war in derselben Periode ein Rückgang von 40% zu verzeichnen (siehe Abbildung 14/Abbildung 14).

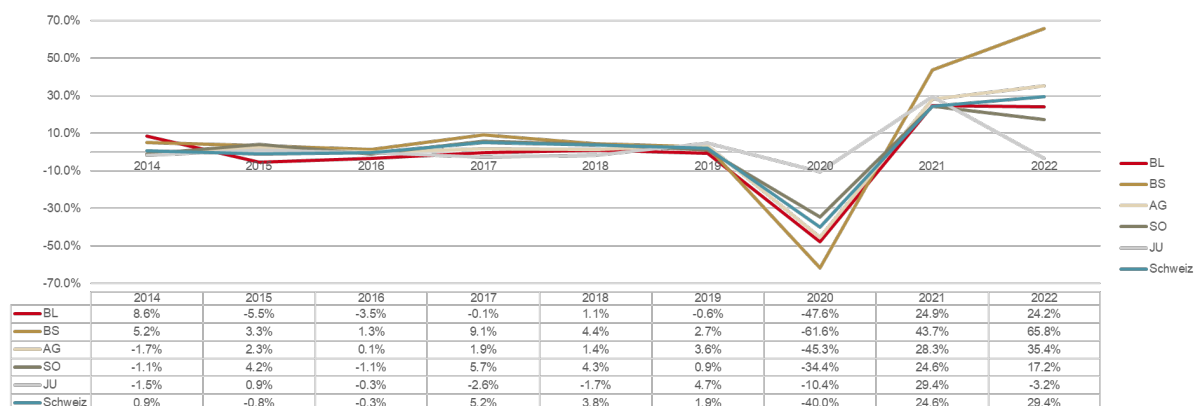


Abbildung 14: Entwicklung der Logiernächte relativ im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Während sich der Kanton Basel-Stadt gut davon erholen konnte und im 10-Jahresvergleich ein Wachstum von 17.7% verzeichnen kann, schliesst der Kanton Basel-Landschaft denselben Vergleich mit einem negativen Wachstum von -19.3% ab (siehe Tabelle 5). Schweizweit lag das Wachstum der Logiernächte in derselben Periode bei 7.4%. Auch im Vergleich zwischen dem letzten vollständigen Jahr vor der COVID-19-Pandemie (2019) und dem aktuellen, vollständig erfassten Jahr (2022) zeigt sich, dass sich die betrachteten Kantone, mit Ausnahme vom Kanton Jura, noch nicht im gleichen Ausmass erholen konnten, wie der schweizweite Durchschnitt (siehe Tabelle 5).

ANZ. LOGIERNÄCHTE	2013	2022	2013-2022		2019-2022
			absolut	prozentual	prozentual
Basel-Landschaft	284'920	230'043	-54'877.00	-19.3	-18.7
Basel-Stadt	1'105'862	1'301'107	195'245.00	17.7	-8.6
Aargau	698'621	713'312	14'691.00	2.1	-5.1
Solothurn	383'914	417'161	33'247.00	8.7	-4.2
Jura	107'315	119'654	12'339.00	11.5	12.1
Schweiz	35'623'883	38'241'145	2'617'262.00	7.4	-3.3

Tabelle 5: Entwicklung der Logiernächte im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Deutlich wird ebenfalls, dass sich die Logiernächte im Kanton Basel-Landschaft schon vor der COVID-19-Pandemie eher negativ bzw. stagnierend entwickelten. Während andere Kantone, wie z.B. Basel-Stadt, Aargau und Solothurn, in den drei Jahren vor der COVID-19-Pandemie jährlich einen Zuwachs an Logiernächten verzeichnen konnten, war dies in Basel-Landschaft nur im Jahr 2018 der Fall mit einem Wachstum von 1.1% im Vergleich zum Vorjahr.

Wie bereits in dem Bericht von Laesser (2013, S. 18) vor zehn Jahren vermerkt wurde, lässt «die gegenseitige geographische Nähe der betrachteten Kantone (...) die Vermutung aufkommen, dass die Entwicklung der Logiernächte im Kanton Basel-Landschaft nicht unabhängig von der Entwicklung der Nachbarkantone (insbesondere Basel-Stadt) und der übrigen Schweiz ist». Dies ist nach wie vor der Fall: In einem einfachen linearen Regressionsmodell erklären die Logiernächte der Nachbarkantone 72% der Varianz in den Logiernächten des Kantons Basel-Landschaft (adj. Rsquare .719, sig. 0.017). In einer Einzelbetrachtung zeigt sich, dass ein signifikanter

Zusammenhang zwischen den Logiernächten im Kanton Basel-Landschaft und den Logiernächten in den Kantonen Basel-Stadt, Aargau und Solothurn besteht. Lediglich die Entwicklung der Logiernächte im Kanton Jura scheint entkoppelt von denen im Kanton Basel-Landschaft. Die Logiernächte im Kanton Basel-Landschaft stehen somit in direkter Abhängigkeit zu den umliegenden Kantonen.

KANTON	BESTIMMTHEITSMASS R ²	NICHT STANDARDISIERTE Koeffizienten		STANDARDISIERTE Koeffizienten BETA		T	SIG.
		B	Std. Fehler				
Basel-Stadt	0.64	0.154	0.039	0.799	3.984	.003	
Aargau	0.71	0.418	0.088	0.845	4.750	.001	
Solothurn	0.55	0.910	0.274	0.741	3.308	.009	
Jura	0.03	-1.064	2.160	-.162	-0.492	.634	

Tabelle 6: Abhängigkeit der Logiernächtezahlen mit den umliegenden Kantonen

Eigene Darstellung

3.2.2 Aufenthaltsdauer

Mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 1.9 Nächten im Jahr 2022 liegt der Kanton Basel-Landschaft gemeinsam mit dem Kanton Solothurn auf dem zweiten Rang hinter dem Kanton Aargau (2.0 Nächten). Darauf folgen die Kantone Basel-Stadt (1.8 Nächten) und Jura (1.6 Nächten). Im 10-Jahresvergleich wird deutlich, dass die Aufenthaltsdauer im Kanton Basel-Landschaft stets zwischen 1.9 und 2.0 Nächten schwankt. Kontinuierliche Entwicklungen sind auch in keinem der Nachbarkantone zu verzeichnen (siehe Abbildung 15).

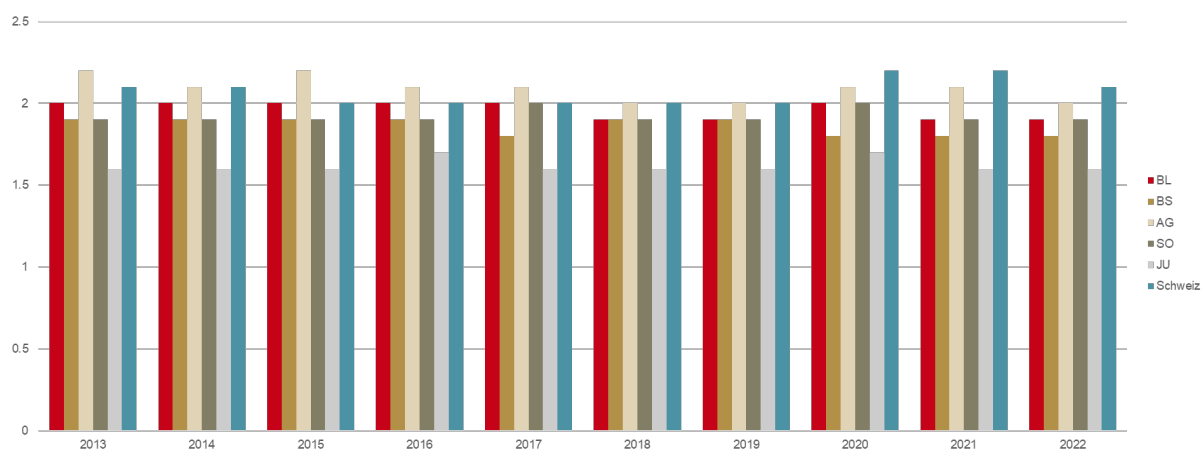


Abbildung 15: Aufenthaltsdauer im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Obwohl Gäste aus dem asiatischen Raum nur einen geringen Anteil der Logiernächte ausmachen, verzeichneten sie im Jahr 2022 die längste durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 3 Nächten. Europäische und afrikanische Gäste folgten mit jeweils 2.6 Nächten. Dabei generierten Gäste aus der Schweiz und Deutschland die meisten Logiernächte, allerdings mit vergleichsweise kurzen Aufenthalten von durchschnittlich 1.8 und 1.9 Nächten. Gäste aus weiter entfernten Destinationen wie Hongkong (6.8 Nächten), Bulgarien (6.2 Nächten) und Lettland (5.9 Nächten) blieben dagegen deutlich länger. Die Aufenthaltsdauer von Gästen aus Afrika und Ozeanien nahm im Vergleich zur Zeit vor der COVID-19-Pandemie ab, während sie bei Gästen aus Asien und Amerika leicht stieg. Bei europäischen Gästen zeigte sich sogar ein deutlicher Anstieg von 2.1 Nächten im Jahr 2019 auf 2.6 Nächte im Jahr 2022.

3.2.3 Entwicklung Marktanteil

Im 10-Jahresvergleich wird deutlich, dass der Kanton Basel-Landschaft im schweizweiten Vergleich kontinuierlich an Marktanteil eingebüsst hat (siehe Abbildung 16). Während im Jahr 2013 noch 0.8% aller Logiernächte der Schweiz auf den Kanton Basel-Landschaft entfielen, waren dies im Jahr 2022 nur noch 0.6%. Der absolute Rückgang von -0.2% entspricht einem relativen Rückgang des Marktanteils von einem Viertel im Zeitraum von 10 Jahren. Während dieser Rückgang zwischen 2014 und 2019 kontinuierlich verlief, mit einem absoluten durchschnittlichen Rückgang von -2.8% pro Jahr, beschleunigte die COVID-19-Pandemie diese Entwicklung. In den Kantonen Solothurn und Jura führte die COVID-19-Pandemie dagegen zum gegenteiligen Effekt und sorgte für eine Zunahme des Marktanteils.

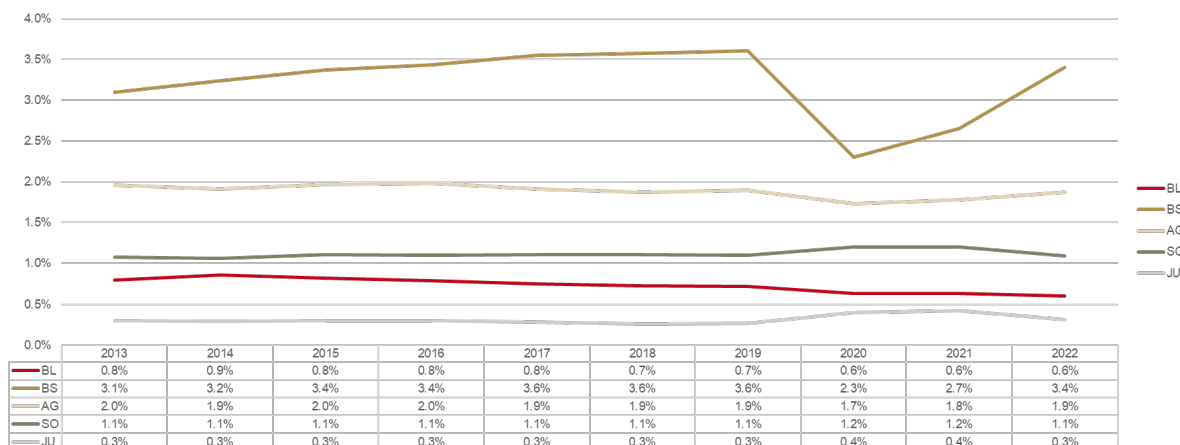


Abbildung 16: Entwicklung Marktanteil im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Im Zeitraum von 10 Jahren konnten andere Kantone ihre absoluten Marktanteile steigern. Während der Kanton Basel-Stadt eine Zunahme von +0.3% verzeichnen konnte, fiel das Wachstum in den Kantonen Solothurn und Jura mit je +0.01% sehr gering aus. Lediglich der Kanton Aargau wies ebenfalls eine negative Entwicklung mit -0.09% auf.

Beim Vergleich mit anderen Kantonen in der näheren Umgebung ist der Marktanteil des Kantons Basel-Landschaft an den Logiernächten im Jahr 2022 relativ gering. Lediglich der Kanton Jura verzeichnet einen geringeren Marktanteil (0.3%). Im schweizweiten Vergleich weist der Kanton Basel-Landschaft einen ähnlichen Marktanteil auf wie die Kantone Zug (0.66%) und Neuenburg (0.72%). Geringere Marktanteile weisen ausser dem Kanton Jura ebenfalls die Kantone Appenzell-Ausserrhoden (0.30%), Schaffhausen (0.35%), Glarus (0.36%) und Appenzell-Innerrhoden (0.46%) auf.

3.2.4 Entwicklung Nettobettenauslastung

Auch bei Betrachtung der Nettobettenauslastung (NBL) zeigt sich ein ähnliches Bild (siehe Abbildung 17). Während die NBL im Jahr 2022 im Kanton Basel-Stadt mit 38.7% am höchsten lag, folgten darauf die Kantone Aargau (37%), Solothurn (33.3%), Basel-Landschaft (30.1%) und an letzter Stelle Jura mit einer NBL von 22%. Der gesamtschweizerische Durchschnitt lag im selben Jahr bei 42.5%. Auch im schweizweiten Vergleich bildet der Kanton Jura mit diesem Wert das Schlusslicht.

Über 10 Jahre hinweg, sank die NBL des Kantons Basel-Landschaft insgesamt um rund -2%, was im Vergleich zu den Kantonsnachbarn Basel-Stadt (-8.1%) und Solothurn (-5.1%) gering ist. Lediglich der Kanton Jura konnte seine NBL über den gesamten Zeitraum um 4.1% steigern. In der gesamten Schweiz konnte ein schwacher Zuwachs von 0.6% verzeichnet werden.

An Abbildung 17 ist deutlich zu erkennen, dass schweizweit bis zum Jahr der COVID-19-Pandemie eine Auslastungssteigerung stattfand. Dieser Trend spiegelte sich auch im Kanton Basel-Landschaft wider. Wie alle Nachbarkantone, exklusive Jura, konnte Basel-Landschaft die NBL noch nicht auf Vorkrisenniveau steigern.

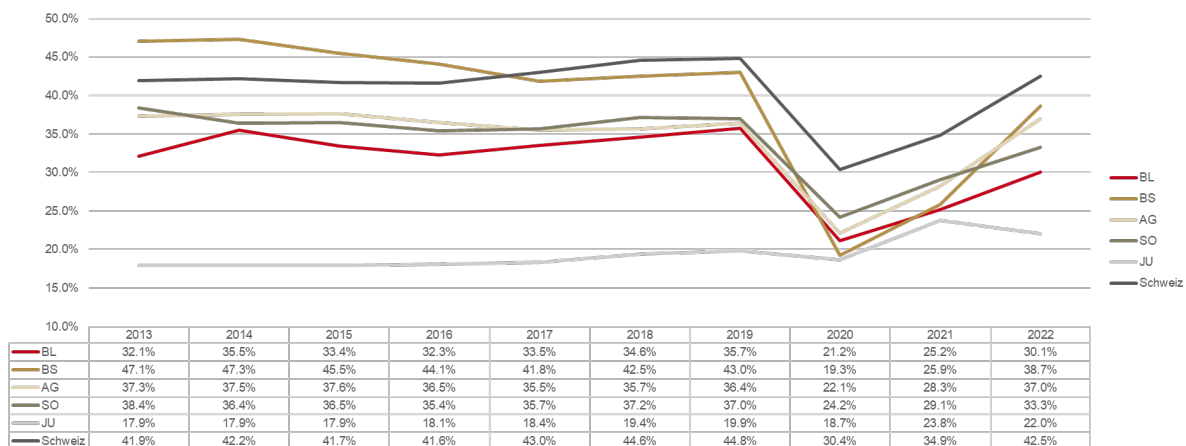


Abbildung 17: Entwicklung Nettobettenauslastung im interkantonalen Vergleich

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Kurzfasit

Die Analyse der Logiernächte im Kanton Basel-Landschaft von 2013 bis 2022 zeigt, dass der Kanton den stärksten Rückgang in den Übernachtungszahlen nach dem Kanton Basel-Stadt durch die COVID-19-Pandemie verzeichnete. Der Kanton Basel-Landschaft konnte sich bisher nicht so weit erholen wie der schweizweite Durchschnitt oder benachbarte Kantone. Sowohl der Marktanteil als auch die Nettobettenauslastung zeigen eine Herausforderung im Tourismussektor. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer und das vergleichsweise niedrige Wachstum vor der COVID-19-Pandemie unterstreichen, dass spezifische Anpassungen für eine nachhaltige Erholung erforderlich sind.

3.3 Parahotellerie

Die Parahotellerie spielte im Jahr 2022 im Kanton Basel-Landschaft eine bedeutende Rolle, indem 20'763 Logiernächte aus Airbnb-Angeboten und 51'744 Logiernächte in weiteren Parahotellerie-Betrieben generiert wurden².

Innerhalb der Tourismusregion Basel, welche die Kantone Basel-Stadt und Basel-Landschaft umfasst, wurden allein in Campingbetrieben 12'467 Logiernächte verzeichnet. Schweizweit zeichnet sich in diesem Bereich zwischen 2013 und 2021 ein kontinuierlicher Aufwärtstrend ab, wobei die Logiernächte auf Campingplätzen mehr als verdoppelt wurden und über 5,4 Millionen erreichten (siehe Abbildung 18).

Interessanterweise verlief die Entwicklung in der Region Basel gegenläufig. Im Vergleich der letzten zehn Jahre zeigte sich hier kein Anstieg, sondern sogar ein Rückgang um rund 7% von 13'356 auf 12'467 Logiernächte. Hingegen konnten die benachbarten Tourismusregionen Aargau & Solothurn sowie Jura & Drei-Seen-Land in diesem Bereich ein stärkeres Wachstum verzeichnen.

² Angabe gem. Website Baselland Tourismus

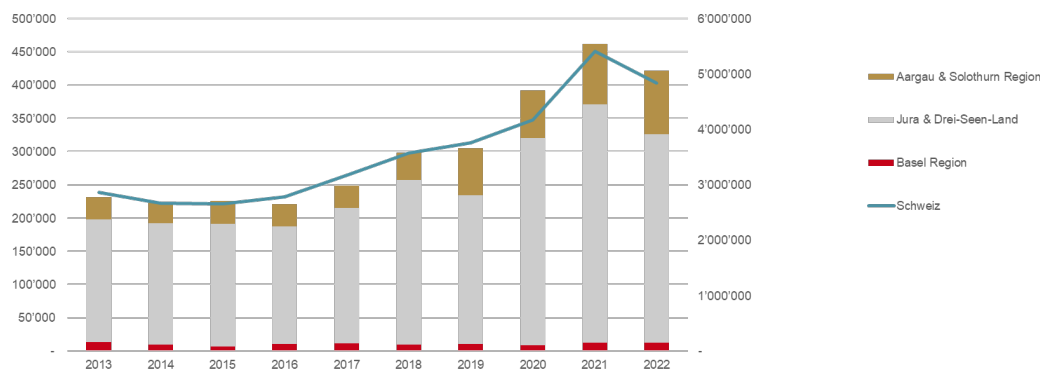


Abbildung 18: Logiernächte Camping

Eigene Darstellung; Daten gem. Bundesamt für Statistik (Beherbergungsstatistik HESTA)

Bemerkenswert ist, dass der schweizweite Anstieg der Logiernächte trotz einem Rückgang an Betrieben und Passantenplätzen erzielt werden konnte. Die höhere Auslastung der vorhandenen Kapazitäten manifestiert die steigende Beliebtheit von Campingferien. Auch in der Region Basel konnte eine Steigerung der Auslastung der verfügbaren Passantenplätze festgestellt werden. Vor einem Jahrzehnt generierte jeder Platz etwa 96.7 Logiernächte, während es im Jahr 2022 bereits 108.4 Logiernächte waren.

3.4 Mobilität (Strassenverkehr)

Die Analyse der sechs Verkehrsmessstellen im Kanton Basel-Landschaft im Jahresbulletin 2022 des Bundesamts für Strassen zeigt, dass das Verkehrsaufkommen, gemessen am durchschnittlichen Tagesverkehr, nicht gleichmässig über alle Monate des Jahres verteilt ist. Auf der Haupt-Ost-West-Verbindungsstrasse (A2) erreicht das Verkehrsaufkommen vor allem in den Sommermonaten Juli, August und September seinen Höhepunkt. Im Gegensatz dazu verzeichneten die Autobahnen A18 und A22 die höchsten Verkehrszahlen in den Monaten Mai, Juni und November. Generell ist das durchschnittliche tägliche Verkehrsaufkommen an den Messstellen der Autobahn A2 am höchsten. Die Messstation in Muttenz wies mit durchschnittlich 130'171 Motorfahrzeugen pro Tag schweizweit den zweithöchsten Wert für das Jahr 2022 auf (Bundesamt für Strassen 2022). Während das Verkehrsaufkommen auf den Autobahnen A18 und A22 an Werktagen selbst in den Monaten mit höchstem Verkehrsaufkommen deutlich über dem an Wochenenden lag, war der durchschnittliche Tagesverkehr auf der A2 insbesondere an Samstagen, aber auch an Sonntagen höher als an Werktagen.

Kurzfasit

Es zeigen sich saisonale Schwankungen im Verkehrsaufkommen. Besonders die A2 ist während der Sommermonate stark frequentiert. Die Autobahnen A18 und A22 verzeichnen hingegen im Frühjahr und Herbst die höchsten Verkehrszahlen. Dadurch ergeben sich für den Kanton Basel-Landschaft Möglichkeiten, potenzielle Gäste aus dem Durchreiseverkehr anzusprechen. Besonders an Wochenenden (insbesondere an Samstagen) scheint die Anziehung von Durchreisenden möglich zu sein. Um dieses Potenzial zu nutzen, müssen entsprechende Angebote geschaffen werden (bspw. Reisemobilstellplätze). Die Kombination von gezielten Angeboten und einer effektiven Vermarktung kann dazu beitragen, das touristische Potenzial des Kantons Basel-Landschaft optimal zu nutzen und gleichzeitig den sich verändernden Reisetrends gerecht zu werden.

Zwischenfazit

Gästemix: Der Schweizer Markt ist für den Kanton Basel-Landschaft von grosser Bedeutung. Deutsche, niederländische und italienische Gäste bilden mit einigem Abstand die zweitwichtigste Gruppe. Die Abhängigkeit vom Schweizer Markt und von Schweizer Gästen ist hoch.

Hotellerie: Die sinkenden Logiernächtezahlen und die laufende Abnahme des Anteils im gesamtschweizerischen Markt verdeutlichen die Probleme und Herausforderungen der Hotellerie im Kanton Basel-Landschaft. Die Probleme zeigen sich auch an der Nettobettenauslastung, welche mit einem Wert von knapp über 30% tief ausfällt. Ein Hotelbett steht somit an 7 von 10 Tagen leer.

Parahotellerie: Während schweizweit ein regelrechter Camping-Boom in den vergangenen Jahren eingesetzt hat, ist dieser Boom (noch) nicht bis in den Kanton Basel-Landschaft übergeschwappt. Dies zeigt sich an den rückläufigen Logiernächten.

Mobilität: Der Kanton Basel-Landschaft ist insbesondere auch vom Durchreiseverkehr geprägt. Dieser bietet jedoch gerade in den Sommermonaten auch Chancen. Dazu müssten jedoch explizite Angebote geschaffen werden.

Die geringe Bedeutung des Beherbergungsangebots zeigt sich an den abnehmenden Logiernächten- und den tiefen Auslastungszahlen. Um sich als Kurzferienregion etablieren zu können, müssen jedoch insbesondere passende Übernachtungsmöglichkeiten geboten werden. Bislang ist noch keine (nachhaltige) Trendumkehr bei den Kennzahlen in Sicht.

4 Wirtschaftlicher Impact

4.1 Aussenperspektive

Die nominale Wertschöpfung (zu laufenden Preisen) aus dem Gastgewerbe ist seit knapp 20 Jahren im ganzen Kanton Basel-Landschaft als auch in den einzelnen Bezirken rückläufig (siehe Abbildung 19). Gemessen an seinem höchsten Stand im Jahr 2001 hat sich die nominale Wertschöpfung des Gastgewerbes im Kanton um -35.81% reduziert. Diese Entwicklung zeigt sich in gleichem Muster in den einzelnen Bezirken, wenn auch auf unterschiedlichen Niveaus.

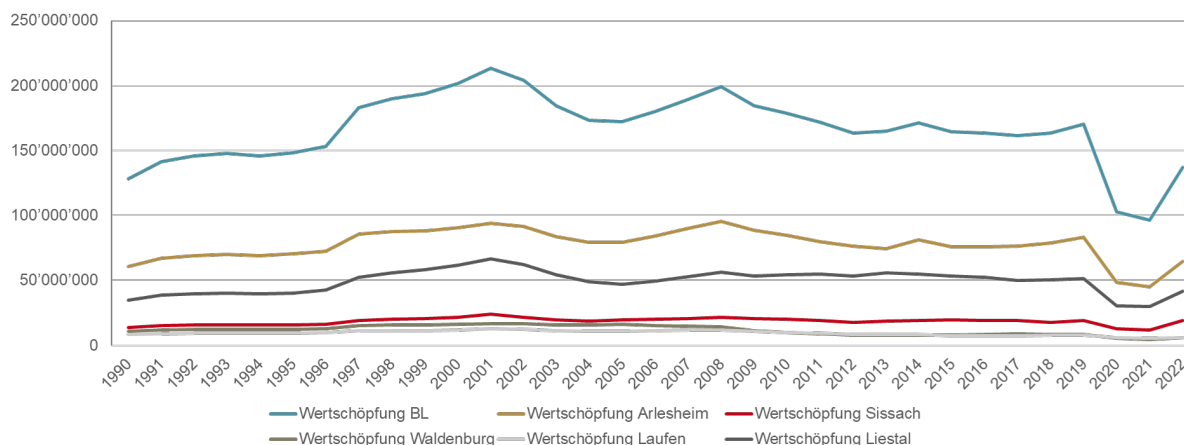


Abbildung 19: Nominale Wertschöpfung Gastgewerbe im Kanton Basel-Landschaft

Eigene Darstellung; Daten gem. BAK economics

Betrachtet man die Wertschöpfung des Gastgewerbes als Prozentsatz der gesamten Wirtschaftlichen Wertschöpfung, zeigt sich, dass diese im selben Zeitraum stark abgenommen hat: Von 1.51% im Jahr 2001 auf 0.59% im Jahr 2022 (siehe Abbildung 20). Ein ähnlicher Bedeutungsverlust des Gastgewerbes konnte zwar auch auf gesamtschweizerischer Sicht und im Kanton Basel-Stadt beobachtet werden. Allerdings war der Zeitraum in diesen beiden Beispielen eher von Stagnation anstatt von Rückgang geprägt. Dementsprechend zeigen erste Zahlen sowie Aussagen aus den Interviews, dass die Erholung von der COVID-19-Pandemie langsamer verläuft als in den Nachbarkantonen.

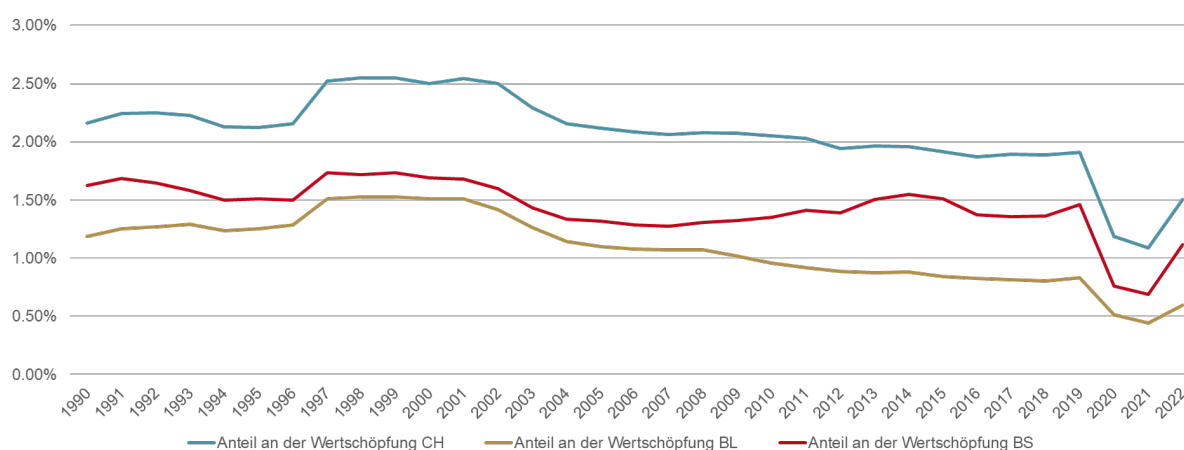


Abbildung 20: Wertschöpfung Gastgewerbe im Verhältnis zur gesamten Wertschöpfung im Kanton Basel-Landschaft

Eigene Darstellung; Daten gem. BAK economics

Gemäss dem Zahlen des BfS Satellitenkonto Tourismus (nur bis 2019 vorhanden) hat Basel-Landschaft schweizweit den zweitgeringsten Wertschöpfungsanteil des Tourismussektors an der gesamten wirtschaftlichen Wertschöpfung mit 1.28%, knapp vor dem Kanton Zug mit 1.15%. Die Daten zeigen auch, dass der Kanton Basel-Landschaft mit 1.77% den kleinsten Anteil des Tourismus an der kantonalen Beschäftigung hat.

4.2 Struktur der touristischen Leistungsträger

Wie die Analyse der Angebote und die Interviews aufgezeigt haben, handelt es sich bei den meisten touristischen Leistungsträger um Kleinst- oder Kleinunternehmen. Exemplarisch zeigt sich dies auch an den Daten der Partnerumfrage mit 80.5% an Kleinunternehmen. Rund 60% der Unternehmen in der Stichprobe sind primäre touristische Leistungsträger - Unterkünfte, Gastronomie und Freizeiteinrichtungen. Die restlichen 40% sind Unternehmen mit touristischen Interessen (z.B. Museen, Vereine, Gemeinden) und Unternehmen mit touristischen Produkten (z.B. landwirtschaftliche Betriebe im Agrotourismus oder mit Läden) oder einem indirekten Bezug zum Tourismus (z.B. lokale Geschäfte - Detailhändler, Fahrradverleihe oder sonstige Dienstleistungen, welche von Gästen genutzt werden können).

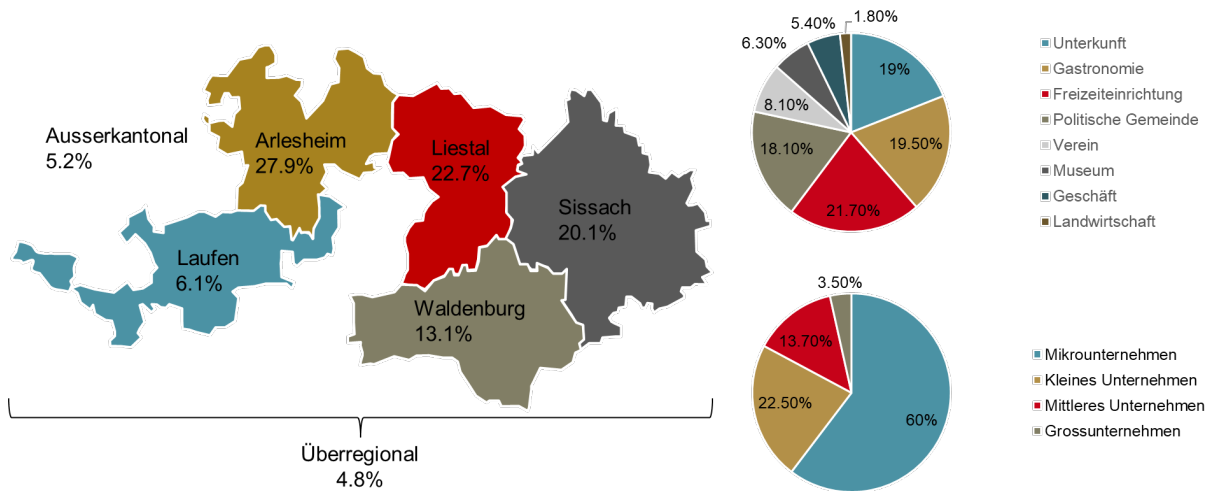


Abbildung 21: Struktur der touristischen Leistungsträger im Kanton Basel-Landschaft

Eigene Darstellung; Daten gem. Partnerumfrage

Auch wenn im Rahmen der Partnerumfrage keine Vollerhebung stattgefunden hat, kann festgestellt werden, dass es wenige grosse Leistungsträger (3.5%) im Kanton Basel-Landschaft gibt. Dies zeigt die Kleinstrukturiertheit des touristischen Systems. Wird diese Ausgangslage mit grossen Tourismusregionen in den Alpen verglichen, kann festgestellt werden, dass grosse Tourismusdestinationen oftmals von einigen grossen Leistungsträgern getragen und (mit-)entwickelt werden. Dabei kann es sich bspw. um Bergbahnunternehmen, Dienstleister aus dem Beherbergungssektor oder weitere handeln. Solche grossen Leistungsträger mit einer klaren Positionierung und Strategie fehlen im Kanton Basel-Landschaft.

Kurzfasit

Bei der grossen Mehrheit der touristischen Leistungsträger handelt es sich um kleine Unternehmen. Diese operieren zwar in sich geschlossen, haben jedoch geringe Kapazitäten und wenig nationale Marktstärke, um eine Tourismusstrategie für den Kanton Basel-Land bottom-up zu prägen. Vielmehr kommt diese Aufgabe - die Entwicklung einer Strategie für das Tourismussystem im Kanton Basel-Landschaft - der übergeordneten Tourismusorganisation zu (top-down). Die Mehrheit der Leistungsträger ist daher auf eine übergeordnete Vision und Strategie angewiesen.

4.3 Beschäftigungszahlen

Die fortschreitende Konsolidierung im Tourismus zeigt sich auch in der langfristigen Entwicklung der Anzahl Vollzeitäquivalente im Gastgewerbe (siehe Abbildung 22). Diese nahm im Kanton Basel-Landschaft in den letzten Jahrzehnten deutlich ab (-21.4%), während sie im Kanton Basel-Stadt deutlich zugenommen hat (+19.0%).

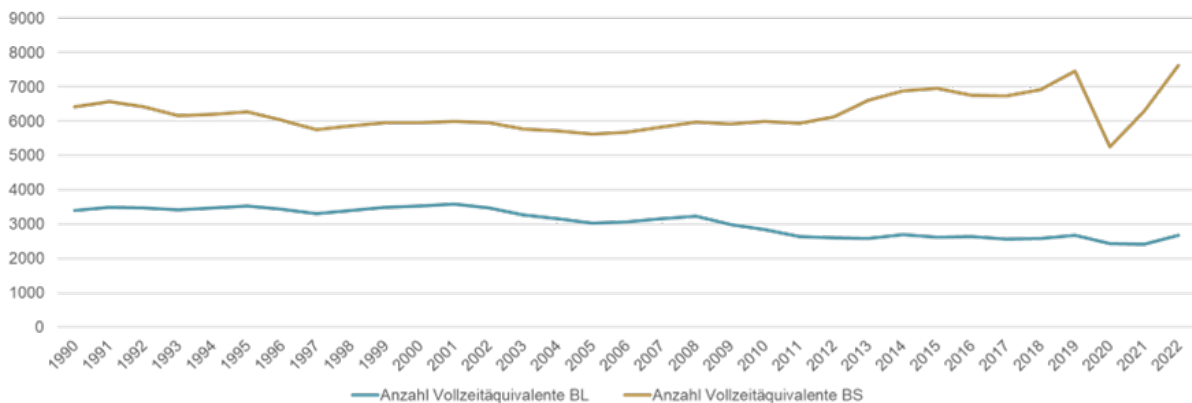


Abbildung 22: Anzahl Vollzeitäquivalente im Gastgewerbe im Kanton Basel-Landschaft

Eigene Darstellung; Daten gem. BAK economics

4.4 Selbstwahrnehmung

Der wahrgenommene Wettbewerbsdruck, welcher von den 147 profitorientierten Unternehmen in der Umfrage erhoben wurde, ist mittel bis tief (siehe Abbildung 23). Im kantonalen Durchschnitt liegt die Wahrnehmung mit 3.48 von 7 Punkten recht genau im erwarteten Durchschnitt der Skala. Runtergebrochen auf die einzelnen Bezirke zeigt sich ein sehr homogenes Bild. Lediglich Unternehmen im Bezirk Waldenburg zeigten einen signifikant tieferen Wettbewerbsdruck als Unternehmen aus den anderen Bezirken. Leistungsträger, welche überregional oder ausserkantonale tätig sind, zeigten jedoch einen signifikant höher wahrgenommenen Wettbewerbsdruck – was von grösseren Unternehmen auch eher zu erwarten ist.

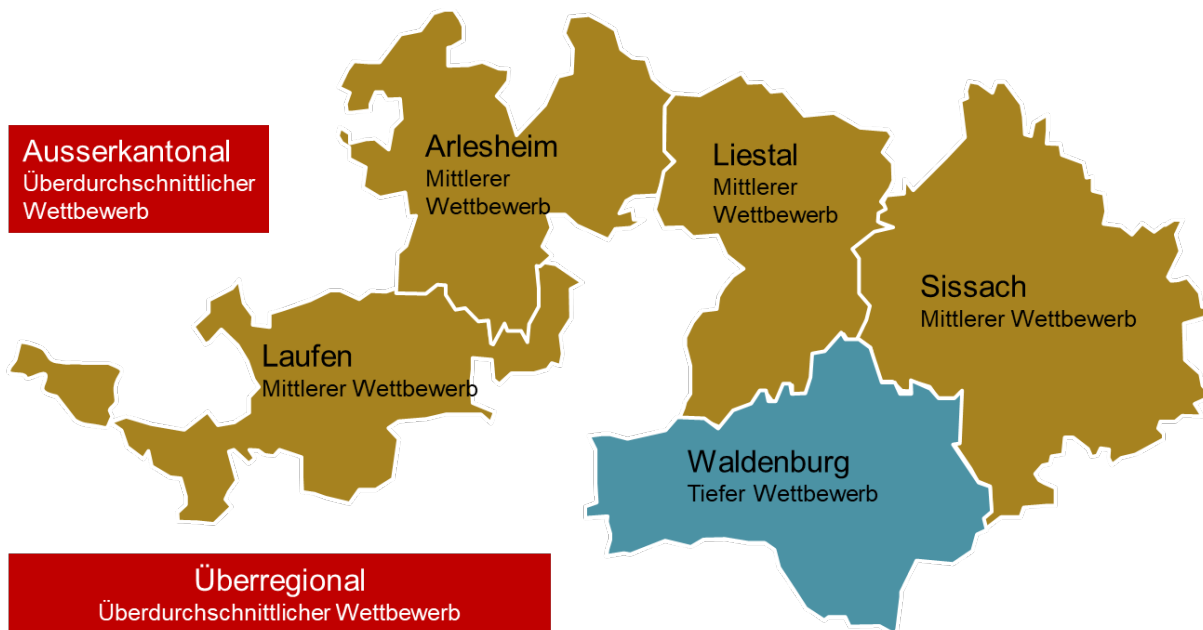


Abbildung 23: Wahrgenommener Wettbewerbsdruck der touristischen Leistungsträger im Kanton Basel-Landschaft
Eigene Darstellung; Daten gem. Partnerumfrage

Dies widerspiegelt sich auch in der wahrgenommenen Marketingleistung (bspw. Position am Markt, Einführung neuer Produkte, etc.) und in der wahrgenommenen Finanzleistung (bspw. Profit vor Steuern, Umsatz, etc.) der befragten Leistungsträger. So liegt der kantonale Durchschnitt bei 4.89 von 7 Punkten, mit keinen signifikanten Unterschieden zwischen der Art der Leistungsträger oder dem regionalen Fokus. Der kantonale Durchschnitt der wahrgenommenen Finanzleistung liegt ebenfalls hoch auf 3.99 von 7 Punkten, erneut mit keinerlei signifikanten Abweichungen zwischen Region oder Art der Leistungsträger. Diese Angaben sind im Kontext der Umfrage zu verstehen. Selbsteinschätzungen sind lediglich ein Proxy für tatsächliche Leistung am Markt, aber sie sind zuverlässige Indikatoren für den Marktdruck, dem die Leistungsträger ausgesetzt sind. Mit dem rückläufigen Angebot in der Hotellerie und Gastronomie, sowie dem leichten Rückgang der Wertschöpfung insgesamt macht es Sinn, dass Betriebe, welche die COVID-19-Pandemie überstanden haben, einen unterdurchschnittlichen Wettbewerbsdruck verspüren. Dies drückt sich wiederum auch in der geringen Bettenauslastung und den rückläufigen Angestelltenzahlen aus.

Zwischenfazit

Im Kanton Basel-Landschaft verzeichnet das Gastgewerbe (Hotellerie, Parahotellerie, Gastronomie) seit dem Jahr 2001 einen anhaltenden Rückgang der nominalen Wertschöpfung um -35.81%. Dieser Trend zeigt sich auch im gesunkenen Anteil des Gastgewerbes an der gesamten Wirtschaftsleistung, der von 1.51% im Jahr 2001 auf 0.59% im Jahr 2022 fiel. Im Vergleich dazu verlief die Entwicklung in anderen Regionen (bspw. Kanton Basel-Stadt, gesamte Schweiz) eher stagnierend. Insgesamt finden eine kontinuierliche Konsolidierung und Strukturbereinigung statt. Die Erholung von der COVID-19-Pandemie scheint im Kanton Basel-Landschaft langsamer zu erfolgen als in benachbarten Kantonen. Trotz dieser Herausforderungen ergab eine Umfrage unter Unternehmen einen moderaten empfundenen Wettbewerbsdruck, was auf eine gewisse Widerstandsfähigkeit der verbleibenden Leistungsträger hinweist.

5 Umfeldanalyse

Momentan positioniert sich der Kanton Basel-Landschaft als Tages- und Kurzferienregion unter dem Slogan «Baselland. Entdeckerland.» Das Thema «Entdecken» widerspiegelt sich in den Attraktionen wie der Archäologischen Stätte Augusta Raurica, den 80 Burgen, Schlösser & Ruinen, den verschiedenen Erlebnis- und Wanderwegen, den kulinarischen Angeboten und Unbekanntem (bspw. Dom Arlesheim, Ermitage, Bluescht etc.). Obwohl Kantone oder Destinationen selten über eine komplett einheitliche Markenbotschaft verfügen, kann der Vergleich mit den umliegenden Kantonen Basel-Landschaft helfen, seine Qualitäten gezielter zu vermarkten.³

5.1 Stadt & Kanton Solothurn

Solothurn präsentiert sich als ein attraktives Ziel für verschiedene Arten von Touristen. Die Stadt ist bekannt für ihre Architektur aus der Zeit der Botschafter des französischen Königshauses (1530–1792), was ihr den Spitznamen «Ambassadorsstadt» eingebracht hat. Zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten gehören die St. Ursen-Kathedrale, ein renommiertes barockes Gebäude mit einer beeindruckenden Aussicht, und die Jesuitenkirche, die für ihre prachtvolle Architektur und Innenausstattung bekannt ist. Für Gäste bietet die Stadt Solothurn eine Vielzahl von Aktivitäten und Attraktionen. Dazu gehören Stadtführungen, die einen tieferen Einblick in die Geschichte und Kultur der Stadt bieten, sowie zahlreiche Veranstaltungen, Museen und kulturelle Angebote. Die Stadt verfügt auch über eine lebhaftere Altstadt mit einer Vielfalt an gastronomischen Angeboten, Shoppingmöglichkeiten und einem bunten Wochenmarkt.

Sportbegeisterte kommen in Solothurn ebenfalls auf ihre Kosten. Die Region bietet etwa 500 km vernetzte Velorouten, Wanderwege, Golfplätze und einen Seilpark. Solothurn ist zudem ein idealer Ausgangspunkt für Wintersportaktivitäten in der näheren Umgebung. Kulturelle (Solothurner Filmtage, Literaturtage) und sportliche Veranstaltungen sind schweizweit bekannt. Insgesamt positionieren sich die Stadt und der Kanton Solothurn als vielseitiges Reiseziel mit einem Fokus auf Kultur und Geschichte in einer kompakten, weltoffenen Umgebung. Die prominentesten Attraktionen richten sich eher an eine erwachsene Zielgruppe.

Kennzahlen: Die meisten Gäste stammen aus der Schweiz, gefolgt von Gästen aus Deutschland, der Niederlande und Polen. Insgesamt wurden im Jahr 2022 knapp 420'000 Logiernächte erzielt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1.9 Nächte. Die längste Aufenthaltsdauer haben Gäste aus weiter entfernten Ländern (namentlich: Belarus, Indien).

5.2 Kanton Aargau

«Vielfalt in Kunst, Natur und Technologie»

Der Kanton Aargau positioniert sich durch seine Diversität in den Bereichen Kunst, Kultur, Natur und Technologie. Historisch bedeutsame Altstädte wie Aarau, Baden, Lenzburg und Rheinfelden reflektieren die kulturelle Tiefe der Region. Die Museumslandschaft, einschliesslich des Aargauer Kunsthouses, und eine Vielzahl kultureller Veranstaltungen in Schlössern und Burgen zeigen die kulturelle Vielfalt und historische Bedeutung des Kantons auf. Natur und Freizeit nehmen ebenfalls eine wichtige Rolle ein, mit einer Landschaft, die sich für Wander- und Radwege eignet. Bekannte Thermalbäder wie in Zurzach und Schinznach bieten Erholungsmöglichkeiten in natürlicher Umgebung.

³ Sämtliche Informationen im Kapitel 5 Umfeldanalyse stammen aus Dokumenten respektive den Websites der jeweiligen Tourismusorganisationen.

Der Kanton Aargau unterstreicht seine Rolle als Zentrum für Bildung, Forschung und Technologie durch Institutionen wie das Paul-Scherrer-Institut. Initiativen wie das Naturama Aargau zeigen das Engagement des Kantons für Umweltbildung und Nachhaltigkeit. Insgesamt positioniert sich der Kanton Aargau als aktives Erholungsgebiet mit einem breiten Angebot an Bildungsattraktionen. Die bekannten Attraktionen richten sich tendenziell an ältere Zielgruppen.

Kennzahlen: Die meisten Gäste stammen aus der Schweiz, gefolgt von Gästen aus Deutschland, Italien, den USA, Frankreich und der Niederlande. Insgesamt wurden im Jahr 2022 knapp 700'000 Logiernächte erzielt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 2.0 Nächte. Die längste Aufenthaltsdauer haben Gäste aus weiter entfernten Ländern (namentlich: Zypern, Litauen, Japan, Russland).

5.3 Kanton Jura

«Natur und Wandern»

Der Kanton Jura positioniert sich durch seine charakteristische Kombination aus natürlichen und kulturellen Ressourcen. Die Region ist geprägt von landschaftlicher Vielfalt, die von der Freiburger Hochebene bis zu historisch bedeutenden Städten wie Delémont und Porrentruy reicht. Die Freiburger Hochebene ist insbesondere für die gleichnamigen Pferde bekannt und bietet eine breite Palette an Outdoor-Aktivitäten. Sehenswürdigkeiten wie der Étang de la Gruère, ein idyllisches Hochmoorgebiet, unterstreichen die natürliche Schönheit der Region.

Kulturell bietet der Jura einzigartige Erlebnisse wie den Circuit Secret in Porrentruy, sowie Museen und Galerien, die die lokale Geschichte und Kunst reflektieren. Die Geschichte der Uhrenproduktion in Städten wie La Chaux-de-Fonds und Le Locle ist ein weiteres bedeutendes Element der regionalen Identität. Die Landschaften des Jura sind zudem ideal für Wanderungen und bieten vielfältige Naturerlebnisse. Der Kanton Jura positioniert sich über einzelne Themengebiete: Die Drei-Seen Region mit Bern und Fribourg, die Uhrenindustrie in Le Locle oder die Weite der Freiburger Hochebene. Die prominentesten Ziele richten sich eher an naturverbundene Zielgruppen.

Kennzahlen: Die meisten Gäste stammen aus der Schweiz, gefolgt von Gästen aus Frankreich, Deutschland, Italien und Belgien. Insgesamt wurden im Jahr 2022 rund 120'000 Logiernächte erzielt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1.6 Nächte.

5.4 Stadt Basel

«This is Basel»

Die Tourismusstrategie «This is Basel» der Stadt Basel fokussiert sich auf die Präsentation der Stadt als hochwertiges Reiseziel für kultur- und architekturinteressierte Gäste. Im Mittelpunkt stehen dabei die international anerkannte Architektur, die dynamische Kunstszenen und die weltbekannten Museen, um Basel als Ort mit hoher Lebensqualität zu positionieren. Die Stadt konzentriert sich auf die Markenprofilierung, die Entwicklung kultureller Angebote und die Förderung von Kongressen und Messen. Gerade die Messen haben in den vergangenen Jahren jedoch teilweise drastische Rückgänge beim Publikumszustrom erfahren, was sich durch die COVID-19-Pandemie nochmals verschärft hat. Eine gewisse Erholung ist erkennbar, allerdings wird sich das Messe-Geschäft laufend verändern.

Die Stadt setzt sich zudem für Nachhaltigkeit ein und strebt Klimaneutralität bis 2037 an, wobei der Fokus auf qualitativ hochwertigen und umweltbewussten Reiseerlebnissen liegt. Diese Ausrichtung unterstreicht das Bestreben Basels, ein anspruchsvolles Publikum anzuziehen, das individuelle und bereichernde urbane Erfahrungen sucht.

Kennzahlen: Die meisten Gäste stammen aus der Schweiz, gefolgt von Gästen aus Deutschland, den USA und dem Vereinigten Königreich. Insgesamt wurden im Jahr 2022 rund 1.3 Mio. Logiernächte erzielt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1.8 Nächte. Die längste Aufenthaltsdauer haben Gäste aus weiter entfernten Ländern (namentlich: Katar, Malta).

Zwischenfazit

Die untersuchten Kantone, darunter Solothurn, Aargau, Jura und Basel-Stadt, weisen mehrere Gemeinsamkeiten in ihren Tourismusstrategien auf. Einheitlich ist der Fokus auf kulturellem Erbe und kulinarischen Genüssen. Daneben sind insbesondere die ländlichen Kantone stark auf Outdoor-Aktivitäten fokussiert und betonen die Schönheit ihrer Natur und bieten zudem reichhaltige Freizeitaktivitäten.

Dennoch differenzieren sich die Kantone durch spezifische Schwerpunkte: Die Stadt Basel hebt sich durch ihre internationale Architektur, die Kunstszene und den Fokus auf Nachhaltigkeit ab. Der Kanton Jura setzt auf seine unberührte und «wilde» Natur und zieht somit eher erwachsene Gäste und sportbegeisterte Wanderer an. Der Kanton Aargau setzt auf einen Mix von Erholung und Bildung. In Bezug auf die Gästesegmente, welche mit den unterschiedlichen Strategien angesprochen werden sollen, richten sich die prominentesten Angebote pro Kanton an erwachsene Personen mit einem Fokus auf Kultur, Sport und Bildung. Im Fokus sind Kurzferien-Gäste. In keiner der Strategien wird explizit auf Familien oder Mehrgenerationen-Ausflüge und Urlaub als Zielgruppe abgestellt.

6 Trendanalyse

Megatrends sind langfristige Entwicklungen, die Gesellschaft wie Wirtschaft nachhaltig prägen (Zukunftsinstitut 2019). Somit beeinflussen sie auch im Tourismus die Nachfrage, sowie das Angebot und Rahmenbedingungen von Leistungsträgern (SECO 2018). Megatrends erzeugen Gegentrends, welche kombiniert zu Metatrends werden können (Zukunftsinstitut 2022).

Die gesellschaftlichen Megatrends, die den Tourismus insbesondere beeinflussen, sind die Trends Silver Society, Diversity und Gender Shift, Gesundheit, Neo-Ökologie, Urbanisierung, Individualisierung, New Work, Digitale Technologien und Konnektivität sowie die Globalisierung und Mobilität (Zukunftsinstitut 2022). Die bedeutendsten Trends für Baselland werden im Folgenden beschrieben.

6.1 Silver Society

Ein wesentlicher Treiber der Tourismusentwicklung stellt seit einiger Zeit die demographische Entwicklung mit der Zunahme von reisenden Senioren dar (Bieger, Laesser 2010). Der Megatrend Silver Society im Sinne einer alternden Gesellschaft hat direkten Einfluss auf das Volumen und die Struktur der touristischen Nachfrage (Grimm et al. 2010). Durch das Phänomen «Downaging» (die Bevölkerung wird älter, bleibt jedoch länger fit) besteht eine steigende Nachfrage der älteren Generation (Zukunftsinstitut 2022). Kennzeichnend für Silver Ager ist eine hohe Kaufkraft, viel Freizeit, ein starkes Qualitätsbewusstsein und die stärkere Nachfrage des Gesundheitstourismus (SECO 2018). Auch die Bereiche Kultur und Natur erfahren einen höheren Stellenwert. Die Reisen weisen zudem eine geringere Saisonalität auf (Grimm et al. 2010). Durch das «Downaging» treten Senioren auch hinsichtlich ihres Konsums aus ihren Altersrollen heraus, was durch den Subtrend «Ageless Consuming» beschrieben wird (SECO 2018). Es kann zudem davon ausgegangen werden, dass mit dem Anstieg von Reisen der Silver Society, auch mehr Menschen mit physischen Einschränkungen Urlaub machen, sodass barrierefreie touristische Angebote relevanter werden.

6.2 Barrierefreiheit und Inklusion

Barrierefreiheit und Inklusion werden damit wichtiger im Tourismus. Barrierefreiheit im Tourismus soll Reiseerlebnisse für Menschen mit Einschränkungen oder Behinderungen zugänglich machen. Es wird geschätzt, dass rund 1,8 Millionen Personen in der Schweiz beeinträchtigt sind (Bundesamt für Statistik 2021). Eingeschränkte Personen verreisen im Durchschnitt mit 1,9 Mitreisenden, was zusätzlich zu einem Multiplikatoreffekt für den barrierefreien Tourismus führt (European Commission 2014). Für den barrierefreien Tourismus sollen physische, kognitive oder sensorische Barrieren beseitigt werden. Denn zu den einschränkenden Aspekten gehören neben Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen, auch Sprachbeeinträchtigungen, Hör- und Sehbehinderungen sowie geistige und psychische Beeinträchtigungen (Heise 2015).

Die Förderung von Inklusion und Chancengleichheit wird auch im Rahmen des Megatrends Diversity und Gender Shift thematisiert (Zukunftsinstitut 2022). Im Kontext dieses Trends erfährt auch das Reisen innerhalb der LGBT+ Gemeinschaft verstärktes Interesse und Nachfrage.

6.3 Gesundheit

Der Trend der Silver Society verstärkt auch die touristische Bedeutung des Megatrends Gesundheit. Die physische und psychische Gesundheit haben einen immer höheren Stellenwert in der Gesellschaft (Pikkemaat et al. 2006). Es wird ein aktiver und gesunder Lebensstil («Healthness») angestrebt. Dabei verschwimmen die Grenzen zwischen Wellness und Gesundheitsvorsorge: es wird Prävention statt Behandlung angestrebt. Dieser Trend bildet sich auch in der touristischen Nachfrage ab: Tourismus in den Bereichen Well-Being, Achtsamkeit, Gesundheits- und Spa-Produkte werden zunehmend nachgefragt (SECO 2018). Eine gesteigerte Nachfrage nach gesünderen Lebensweisen zeigt sich auch bei den kulinarischen Präferenzen (Schweiz Tourismus 2023). Weitere Trends sind es, Urlaube als Pause zu nutzen, sowie nach Stille, Sinnhaftigkeit und Balance zu suchen (Schweiz Tourismus 2023; SECO 2018).

Kurzfasit

Inklusiver und barrierefreier Tourismus, sowie Gesundheits-, Kultur- und Naturtourismus werden verstärkt nachgefragt. Basel-Landschaft weist ein Potenzial im Bereich des Familien- und Sporturlaubs auf und könnte sich anhand der Trends differenzieren und spezialisieren, um sich im Wettbewerb von vergleichbaren Kantonen abzuheben. Im Bereich des Gesundheitstourismus erleben Achtsamkeitsreisen, Wellness-Angebote und der Bereich Kulinarik und Genuss eine steigende Beliebtheit. Diesbezüglich kann auch der Ausbau der Gastronomie in dieser Hinsicht eine Chance darstellen. Silver Ager fragen diese Aspekte für ihre Urlaubsreisen nach und stellen eine attraktive Zielgruppe dar.

6.4 Neo-Ökologie

Die Gesellschaft wird durch den Megatrend Neo-Ökologie für Nachhaltigkeit sensibilisiert und der Konsum wird immer mehr aus moralischen und sozial-ökologischen Gesichtspunkten betrachtet (SECO 2018). Nachhaltigkeit erfährt bei bewussten Verbrauchern einen neuen Stellenwert in der Planung (Schweiz Tourismus 2023). Regionale Produkte und Angebote werden immer wichtiger. Der Gast erwartet ein authentisches Angebot und «einfachen Luxus», bei dem der Genuss priorisiert wird. Das Interesse an nachhaltigen Tourismusprodukten wächst also (Schweiz Tourismus 2023). Nachhaltigkeit kann als Wettbewerbsfaktor genutzt werden. Dies betrifft vor allem den Markt der jüngeren Generationen, der immer wichtiger wird. Sie fragen beispielsweise Ökoreisen oder ökologische Freiwilligenarbeit nach (SECO 2018). Im Widerspruch zu diesem Trend und dem einfachen Luxus steigen die Anforderungen an eine Top-Infrastruktur: Es werden beispielsweise kurze Wege, energieintensive Indoorangebote, und eine dichte Infrastruktur für die E-Mobilität für E-Mountainbiker nachgefragt.

6.5 Urbanisierung

Steigende Anforderungen an die Infrastruktur werden auch durch die Urbanisierung ausgelöst: Die wachsende Stadtbevölkerung verzichtet zunehmend auf eigene Autos, wodurch das Bedürfnis nach neuen Mobilitätsangeboten im Urlaub und auf der Anreise entsteht (ETC 2016). Auch die grossen urbanen Zentren der Schweiz verzeichnen hohe Wachstumsraten (Rat für Raumordnung 2019). Dazu besteht eine erhöhte Nachfrage nach Erholungswelten und Natur. Es werden Angebote ausserhalb der Zentren nachgefragt, die den Ansprüchen bezüglich der Ausstattung und Erreichbarkeit gerecht werden (SECO 2018).

Durch die Urbanisierung steigt das Bedürfnis nach Freizeit- und Urlaubsaktivitäten in den Naherholungsräumen (Zukunftsinstitut 2019). Zusammen mit dem Gegentrend zur Globalisierung

werden regionale Produkte oder die Natur als Zufluchtsort immer wichtiger (Bandi Tanner et al. 2018).

Kurzfasit

Gute Infrastrukturen, die Naherholung in der Natur und der Genuss regionaler Produkte werden wichtiger. Um eine Verstärkung des Tagestourismus zu vermeiden, sollten Angebote geschaffen und kombiniert werden, die Gäste zu einem längeren Aufenthalt animieren. Für Betriebe in Basel-Landschaft besteht dahingehend Potenzial: es hat sich gezeigt, dass Betriebe, die Spill-over Effekte der Stadt Basel nutzen können, eine bedeutendere betriebliche Grösse aufweisen. Die bestehenden Betriebe in der Nähe zum Kanton Basel-Stadt sind zudem bereits klar auf die Stadt ausgerichtet.

6.6 Individualisierung

Die heutige Multioptions- und «Ich-» Gesellschaft führt zur Vereinzelung und Pluralisierung von Lebensstilen (Rat für Raumordnung 2019). Die Multioptionalität führt zudem zu mehr Unvorhersagbarkeit und Kurzfristigkeit in den Entscheidungsprozessen (Zukunftsinstitut 2022). Kurzfristige Entschlüsse und Flexibilität führen zu vermehrten Spätbuchungen und zu der Nutzung von Last-Minute-Angeboten. Durch die Individualisierung wird die Personifizierung der touristischen Angebote immer wichtiger (SECO 2018). Die Individualisierung mit den unterschiedlichen Lebensstilen, aber auch der demografische Wandel stellen Chancen für neue Angebote und Produkte dar, welche sich durch eine hohe Personifizierung auszeichnen sollten (SECO 2018). Reisende wollen sich vom Mainstream und ihrer Alltagswelt entfernen, wie zum Beispiel durch ursprüngliche Naturerlebnisse (Schweiz Tourismus 2023). Auch die Übernachtung in einzigartigen Unterkünften entsprechen diesem Trend und werden bedeutsamer.

Urlauber verreisen vermehrt allein, um neue Bekanntschaften zu schliessen, Zeit für sich zu haben oder als Singles einen Partner finden. Verwitwete Senioren nutzen dagegen Reisen teilweise bereits als Alternative zur Altenpflege (Schweiz Tourismus 2023).

Es entwickelt sich bereits der Gegentrend des Bedürfnisses nach Nähe (Rat für Raumordnung 2019). Eine Konsequenz daraus ist der Resonanz-Tourismus, den das Zukunftsinstitut als zentralen Tourismus-Trend definiert hat. Im Urlaub wird statt nach kurzfristigen Erlebnissen, nach länger wirkenden und transportierbaren Erfahrungen gestrebt. Die Spass- und Erlebnisgesellschaft wandelt sich somit zur Erfahrungsgesellschaft, bei der Räume für Achtsamkeit, Gemeinschaft und Wachstum wichtig werden (Zukunftsinstitut 2019). Selbstverwirklichung und Erfahrungswerte werden über Reiseformen wie Retreats, Workations oder Digital Nomadism gesucht.

6.7 New Work

Dies knüpft an den Megatrend New Work. Dieser verändert die Arbeitswelt vor allem in den Bereichen Bildung, Vernetzung und Erreichbarkeit. Neue Arbeitsformen wie Remote Work tragen ebenso zur Individualisierung der Gesellschaft, sowie einem steigenden Bedürfnis nach Nähe und Gemeinschaft bei (Bandi Tanner et al. 2018). Durch den grossen Anteil der Arbeit am Computer besteht der Trend zu mehr Bewegung in der Freizeit, um den sitzenden Lebensstil zu kompensieren. Auch dadurch entsteht eine steigende Nachfrage von Sport- und Wellnessangeboten (Bieger, Laesser 2002). Ausserdem werden Workation-Angebote an Bedeutung gewinnen. Diese sind gerade für den Heim- und Nahmarkt interessant (Pescia et al. 2022). Trotz der starken Einschränkungen von Geschäftsreisen während der COVID-19-Pandemie und der technischen

Möglichkeiten virtueller Meetings, ist der Geschäftstourismus nach wie vor relevant. Denn das Bedürfnis nach persönlichem Austausch bleibt ebenso in der Geschäftswelt bestehen.

Kurzfasit

Personalisierte Angebote, ursprüngliche Naturerlebnisse, einzigartige Unterkünfte und Erfahrungen zeichnen die durch Individualisierung geprägte Nachfrage aus. Ein diversifiziertes Angebot der Parahotellerie kann Basel-Landschaft dabei helfen, mit dem Angebot vergleichbarer Kantone gleichzuziehen und den Trend einzigartiger Unterkünfte zu nutzen. Durch den Megatrend New Work werden Angebote für Workations immer interessanter. Zudem werden mehr Sport- und Wellnessangebote, sowie Nähe bei Reisen gesucht. Betriebe in der Nähe zum Kanton Basel-Stadt sind gerade auf MICE-, Event- und Business-Gäste ausgerichtet.

6.8 Technologische Trends & Mobilität

Augmented Reality und Mixed Reality optimieren den Aufenthalt und machen Kultur auf einzigartige Weise erlebbar. Insgesamt werden die technologischen Trends Virtual Reality, Internet of Things und künstliche Intelligenz den Tourismus stark beeinflussen (SECO 2018). Gegen den Trend der Nutzung von Internet und sozialen Medien hat sich der Gegentrend „JOMO“ (Joy of Missing Out) entwickelt. Dabei wird bewusst auf Social-Media verzichtet, um sich Zeit für sich selbst zu nehmen. Das Nichtstun und echte Erlebnisse stehen im Vordergrund. Dies stellt eine Chance für Tourismus in der Natur und Stille dar (Boschetto Doorly 2020). Auch das Eintauchen in einen vordigitalen Lebensstil oder Reisen, die das Gefühl der Nostalgie vermitteln werden nachgefragt. Urlaubsreisen werden auch als Familientreffen mehrerer Generationen geplant (Schweiz Tourismus 2023). Die Digitalisierung führt zudem zu mehr Markttransparenz, wodurch Leuchtturm-Produkte für den Erfolg einer Destination immer wichtiger werden (SECO 2018). Es steigen die Anforderungen an unkomplizierte Online-Buchungen und die gebündelte Buchbarkeit von Produkten (SECO 2018). Die Aufmerksamkeitsspanne ist kurz, Impulskäufe sollten deswegen ermöglicht werden. Die Preisgestaltung steht dabei oft im Vordergrund (Boschetto Doorly 2020). Auch der Megatrend Mobilität bleibt erhalten: Die räumlichen Bewegungen werden zunehmend ein fester Bestandteil des Alltags werden, Reisen werden nicht auf den Urlaub beschränkt, sondern Teil des Lebens.

Kurzfasit

Die Erlebbarmachung der Destination durch Virtual Reality wird immer mehr Anwendung finden. Dagegen werden von den Nachfragern auch Familien- und Offline-Zeit, sowie Natur und Stille gesucht. Die Bedeutung der Mobilität im Alltag nimmt zu, was auf eine weitere Frequenzierung der Verkehrsrouten durch Basel-Landschaft schliessen lassen. Der Durchgangsverkehr stellt für Basel-Landschaft auch in Zukunft ein Potenzial dar.

Zwischenfazit

Inklusiver und barrierefreier Tourismus, sowie Gesundheits-, Kultur- und Naturtourismus werden verstärkt nachgefragt. Im Bereich des Gesundheitstourismus erleben Achtsamkeitsreisen, Wellness-Angebote und der Bereich Kulinarik und Genuss eine steigende Beliebtheit. Silver Ager fragen diese Aspekte für ihre Urlaubsreisen nach und stellen eine attraktive Zielgruppe dar.

Gute Infrastrukturen, die Naherholung in der Natur und der Genuss regionaler Produkte werden wichtiger. Um eine Verstärkung des Tagestourismus zu vermeiden, sollten Angebote geschaffen und kombiniert werden, die Gäste zu einem längeren Aufenthalt animieren.

Personifizierte Angebote, ursprüngliche Naturerlebnisse, einzigartige Unterkünfte und Erfahrungen zeichnen die durch Individualisierung geprägte Nachfrage aus. Durch den Megatrend New Work werden Angebote für Workations immer interessanter. Zudem werden mehr Sport- und Wellnessangebote, sowie Nähe bei Reisen gesucht.

Die Erlebarmachung der Destination durch Virtual Reality wird immer mehr Anwendung finden. Dagegen werden von den Nachfragern auch Familien- und Offline-Zeit, sowie Natur und Stille gesucht.

7 SWOT-Analyse

7.1 Stärken & Schwächen

Stärken:

- Saisonunabhängige Bewegung: Der Kanton Basel-Landschaft bietet ein Naherholungsgebiet, in dem sportliche Betätigung im Freien wie Wandern und Biken fast rund ums Jahr möglich ist.
- Hohe Erreichbarkeit: Der Kanton Basel-Landschaft befindet sich an einer wichtigen Verkehrsachse und hat ein grosses Einzugsgebiet. Innerhalb des Kantons sind auch kleine Ortschaften sehr gut via ÖV erreichbar.
- Geschichte Erleben: Mit Augusta Raurica und seiner Burgenlandschaft bietet der Kanton mehrere kulturelle und historisch relevante Highlights.
- Brauchtum und Kulinarik: Der Kanton bietet sowohl kulturell (Fasnacht, viele kleine Museen, etc.) als auch kulinarisch (Weinregion) interessante Veranstaltungen an.

Schwächen:

- Wenig Übernachtungsmöglichkeiten: Im Vergleich zu anderen und anliegenden Kantonen, bietet Basel-Landschaft wenige Übernachtungsmöglichkeiten - sowohl in der Hotellerie als auch in der Parahotellerie. Hinzu kommt, dass das Angebot an höheren Sternenhôtels eher gering ist.
- Wenig bekannte Marke: Baselland - Entdeckerland ist eine bisher eher unbekannte Marke und weckt keine klaren Assoziationen zu bestehenden Produkten (z.B. wie Basel-Stadt und Kunst, Appenzell mit Tradition und Graubünden mit Skifahren und Biken). Eine klare Positionierung muss im Markt erst noch etabliert werden.
- Kleine Akteure: Der Kanton verfügt über wenig grosse Leistungsträger. Von den kleinen Akteuren wird ein grosser Teil ehrenamtlich oder über das rege Vereinswesen getragen. Massenprodukte oder grosse Investitionen sind dementsprechend schwierig anzubieten.
- Wenig Indoorangebote: Die prominentesten Angebote und Attraktionen des Kantons sind nicht für schlechtes Wetter geeignet. Dadurch entsteht auch ein Kontrast zu den Tagestouristischen Angeboten der Nachbarkantone wie Basel-Stadt (z.B. Konzerte, Messen, Theater, Indoor Sport, etc.)
- Zusätzliche Schwächen: Viele der existierenden Angebote sind (tages-)touristische Angebote (z.B. Wanderungen, Bike-Trails, etc.), welche eine tiefere Wertschöpfung generieren als Angebot für Übernachtungsgäste.

7.2 Chancen & Risiken

Chancen:

- Stärkung Parahotellerie: Die gute Erschliessung bietet die Gelegenheit zur Ausweitung der bereits bestehenden Stellplatz-Initiative für Camper und Wohnwagen. Auch weitere Camping- und/oder Glamping-Angebote sind denkbar.
- Agrotourismus: Durch die vergleichsweise hohe Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe im Kanton Basel-Landschaft könnten Angebote in der Parahotellerie (bspw. Tiny Houses) oder Partnerschaften zwischen Landwirtschaftsbetrieben und bestehenden Gaststätten noch weiter ausgebaut werden.
- Durchgangsverkehr im Drei-Länder Eck: Der Kanton Basel-Landschaft befindet sich an einer Transitachse und wird überdurchschnittlich oft durchfahren. Mit einfachen Massnahmen kann die Sichtbarkeit gesteigert und Transitreisende abgeschöpft werden.

- Relativ viele Gastronomiebetriebe: Der Kanton verfügt über eine vergleichsweise hohe Anzahl an Gastronomiebetrieben, welche auch während der COVID-19-Pandemie nicht drastisch reduziert wurde. Zusammen mit Events wie der Genusswochen ist Kulinarik ein wichtiges Angebot.

Risiken:

- Rückläufige Entwicklung bei Übernachtungsgästen: Die Anzahl der Logiernächte hat sich im Kanton schlechter entwickelt als in den umliegenden Kantonen. Dies deutet darauf hin, dass zumindest kurzfristig das Angebot im Umland als attraktiver eingestuft wird.
- Geringer Angebotsausbau: In den umliegenden Kantonen wird von Leistungsträgern viel investiert, um das touristische Angebot auszuweiten. Im Kanton Basel-Landschaft fehlt es jedoch kurz- bis mittelfristig an grossem Investoreninteresse.
- Schwierig schützbares USP: Angebote, welche den Kanton Basel-Landschaft als Tourismusstandort attraktiv machen, finden sich auch in anderen schweizerischen Tourismusregionen (bspw. unberührte Natur, Bike-Trails, Wanderwege, Burgen, Weinberge, etc.). Dementsprechend ist es schwierig, eine einzigartige Markenidentität auszubilden.

7.3 Matching

- Stärken ausspielen, um Chancen zu nutzen: Dank dem stabilen Klima und einem saisonunabhängigen Angebot ist die Promotion der Parahotellerie attraktiv, da höhergelegene oder urbanere Regionen nicht das ganze Jahr attraktive Stellplätze fürs Camping oder spezifische Agrotourismusangebote anbieten können. Die Positionierung des «Entdeckerlandes», welches die erlebbare Geschichte ins Zentrum stellt, passt zudem zum diversen, jedoch kleingliedrigen Gastronomieangebot unter dem Motto «Kulinarik entdecken».
- Schwächen, welche durch Risiken erweitert werden: Die rückläufige Entwicklung in den Logiernächten gekoppelt mit dem geringen Angebotsausbau – besonders im Vergleich mit Nachbarkantonen – führt dazu, dass die Marke Baselland bisher kein überregionales Profil gewinnen konnte. Da viele der Leistungsträger eher in die Kategorie der kleinen und Mikrounternehmen fallen, hat der Kanton bisher auch wenig einzigartige Angebote, welche ihn von anderen Kantonen abheben könnten. Die geschichtliche, natürliche und kulturelle Vielfalt des Kantons kann genutzt werden, um eine solche Marke aufzubauen. Allerdings sind viele dieser Attraktionen schwierig schützbar bzw. führen nicht zu genügend Differenzierung zu anderen Destinationen.
- Stärken nutzen, um Risiken zu reduzieren: Der spezifische Mix aus bestehenden Angeboten und der guten Erreichbarkeit des Kantons, machen die Positionierung als Kurzferienregion für Mehr-Generationen-Urlaub attraktiv. Langfristig könnte durch diesen Fokus auf ein Zielsegment eine einzigartige Positionierung der Marke «Entdeckerland» erreicht werden.
- Schwächen, welche durch das Realisieren von Chancen gekippt werden könnten: Das bestehende Angebot im Kanton Basel-Landschaft bietet eine sinnvolle Ergänzung zu dem Portfolio anderer Kantone. Entweder nach Branche (bspw. durch den Ausgleich des wegfallenden Bike-Angebots in Graubünden im Winter) oder nach Region (bspw. als Naherholungsgebiet für den Grossraum Basel-Stadt und Zürich). Eine vermehrte interkantonale Kollaboration stellt damit eine realistische Entwicklungschance dar. Partnerschaften mit etablierten Tourismusorten könnten dabei für beide Seiten interessant sein (bspw. Zusammenarbeit beim Thema Bike).

8 Fazit

Die Region verfügt über Potenzial in verschiedenen Tourismussegmenten, besonders im Bereich Familien- und Sporturlaub. Allerdings besteht eine Herausforderung in der Differenzierung und Spezialisierung, um sich von anderen Kantonen abzuheben.

Die Hotellerie trägt wirtschaftlich nur bedingt zum Ziel bei, einen wertschöpfungsstarken Aufenthaltstourismus zu etablieren. Es fehlen aktuell die Kapazitäten in ausreichend guten Betrieben. Sollten sich weitere Betriebe ansiedeln und wenn es bestehenden (Klein-)Betrieben gelingt, sich in einer Nische zu positionieren, kann dieser Nachteil jedoch gemindert werden.

Die Parahotellerie vermag zwar die Kapazitäten der Hotellerie nicht zu ersetzen, allerdings können mit einem punktuellen Ausbau von Angeboten Lücken geschlossen werden. Besonders die Angliederung an landwirtschaftliche Betriebe, von welchen es im Kanton-Basellandschaft rund 900 gibt, ist hierbei ein Potenzial.

Mit der Römerstadt Augusta Raurica verfügt der Kanton Basel-Landschaft zudem über einen Ort, welcher weit über die Kantons Grenzen hinausstrahlt. Gelingt es zukünftig, diese Attraktion noch besser in das gesamtantonale Angebot einzubetten, ist es möglich, dass auch vermehrt Übernachtungsgäste gewonnen werden können.

Insgesamt Bedarf es somit nebst zusätzlichen Investitionen in neue Angebote an einer geschickten Positionierung der Marke «Entdeckerland», um das strategische Ziel als Kurzferienregion zu realisieren.

Quellenverzeichnis

Bandi Tanner, Monika (2018): Herausforderungen für den Schweizer Tourismus. Synthese-/Inputpapier zur Weiterentwicklung der Tourismuspolitik. Hg. v. Universität Bern. Bern. Online verfügbar unter https://regiosuisse.ch/sites/default/files/2022-11/CRED-T_2018__Inputpapier_Herausforderungen_0.pdf

Bieger, Thomas; Laesser, Christian (2002): Tourismustrends. Eine aktuelle Bestandsaufnahme. In: Jahrbuch der schweizerischen Tourismuswirtschaft, Bd. 2002, S. 13–38. Online verfügbar unter <https://www.alexandria.unisg.ch/server/api/core/bitstreams/1f4b7c28-c8fe-40ba-a8bf-7ea5e96ee122/content>

Bieger, Thomas; Laesser, Christian (2010): Tourismustrends - zwischen Nachfragesog und Angebotsdruck. In: Trends, Instrumente und Strategien im alpinen Tourismus: Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2009. Berlin: Schmidt (St. Galler Schriften für Tourismus und Verkehr), S. 13–34.

Boschetto Doorly, Valentina (2020): Megatrends Defining the Future of Tourism. A Journey Within the Journey in 12 Universal Truths. Cham: Springer Nature Switzerland AG.

Bundesamt für Statistik (2021): Menschen mit Behinderungen. Anzahl Menschen mit Behinderungen. Online verfügbar unter www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/wirtschaftliche-soziale-situation-bevoelkerung/gleichstellung-menschen-behinderungen/behinderungen.html,

Bundesamt für Statistik (2023a): Campingplätze: Angebot nach Tourismusregion. Bundesamt für Statistik. Online verfügbar unter <https://www.bfs.admin.ch/asset/de/25785201>.

Bundesamt für Statistik (2023b): Campingplätze: Angebot und Nachfrage nach Grossregion. Hg. v. Bundesamt für Statistik. Online verfügbar unter <https://www.bfs.admin.ch/asset/de/25785196>.

Bundesamt für Statistik (2023c): Hotels und Kurbetriebe: Angebot und Nachfrage nach Kanton. Hg. v. Bundesamt für Statistik. Online verfügbar unter <https://www.bfs.admin.ch/asset/de/30345835>.

Bundesamt für Statistik (2023d): Hotels und Kurbetriebe: Angebot und Nachfrage nach Kanton (kumulierte Ergebnisse). Hg. v. Bundesamt für Statistik. Online verfügbar unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/aktuell/neue-veroeffentlichungen.assetdetail.30006099.html>.

Bundesamt für Statistik (2023e): Hotels und Kurbetriebe: Gäste nach Herkunftsland und Kanton (kumulierte Ergebnisse). Hg. v. Bundesamt für Statistik. Online verfügbar unter <https://www.bfs.admin.ch/asset/de/29165225>.

Bundesamt für Strassen (2022): Schweizerische automatische Strassenverkehrszählung (SASVZ).

ETC (2016): Lifestyle Trends & Tourism. How changing Consumer Behavior impacts travel to Europe. Hg. v. European Travel Commission. Brüssel. Online verfügbar unter <https://etc-corporate.org/uploads/reports/>.

European Commission (2014): Economic Impact and Travel Patterns of Accessible Tourism in Europe. Online verfügbar unter <https://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/5566/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>.

Grimm, Bente; Metzler, Daniel; Butzmann, Elias; Schmücker, Dirk J. (2010): Auswirkungen des demographischen Wandels auf touristische Nachfragestrukturen in Deutschland und ausgewählten Quellmärkten. Das zukünftige Reisevolumen und -verhalten verschiedener Altersgruppen. In: *tw Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* (2), S. 111–132.

Heise, Pamela (2015): Wellness und Gesundheitsförderung im Kontext sozialer Transformationsprozesse. In: Renate Freericks und Dieter Brinkmann (Hg.): Handbuch Freizeitsoziologie. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 353–383.

HotellerieSuisse (2023): Die Hotellerie in der Schweiz – Zahlen und Fakten.

Pescia, Lena; Voll, Frieder; Rageth, Onna (2023): New Work: Touristisches Potenzial für Graubünden. In: Thomas Bieger, Pietro Beritelli und Christian Laesser (Hg.): Alpiner Tourismus in disruptiven Zeiten. Schweizer Jahrbuch für Tourismus 2022/2023. Berlin: Erich Schmidt Verlag (St. Galler Schriften für Tourismus und Verkehr, 14), S. 249–263.

Pikkemaat, Birgit; Peters, Mike; Weiermair, Klaus (Hg.) (2006): Innovationen im Tourismus. Wettbewerbsvorteile durch neue Ideen und Angebote. Unter Mitarbeit von Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft e.V. Berlin: Erich Schmidt Verlag (Schriften zu Tourismus und Freizeit, 6).

Rat für Raumordnung (ROR) (2019): Megatrends und Raumentwicklung Schweiz. Unter Mitarbeit von Brigit Wehrli-Schindler und Ariane Widmer Pham. Bern. Online verfügbar unter https://www.espacesuisse.ch/sites/default/files/documents/Megatrends%20und%20Raumentwicklung_ROR-Bericht_d.pdf

Schweiz Tourismus (2023): Tourism Trends 2022 & 2023. Schweiz Tourismus. Zürich.

Schweizer Tourismus-Verband (2022): Schweizer Tourismus in Zahlen. Struktur- und Branchendaten. Online verfügbar unter <https://www.stv-fst.ch/verband/aktuelles/publikationen>.

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO (2018): Tourismusrelevante Trends und Entwicklungen: Inputpapier zur Weiterentwicklung der Tourismuspolitik. Hg. v. Direktion für Standortförderung. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO. Bern.

Zukunftsinstitut (2019): Der neue Resonanz-Tourismus. Herzlich willkommen! Hg. v. Zukunftsinstitut GmbH. Frankfurt am Main.

Zukunftsinstitut (2022): Zukunftsreport 2023. Das Jahrbuch für gesellschaftliche Trends und Business-Innovationen. Hg. v. Matthias Horx. Frankfurt am Main.

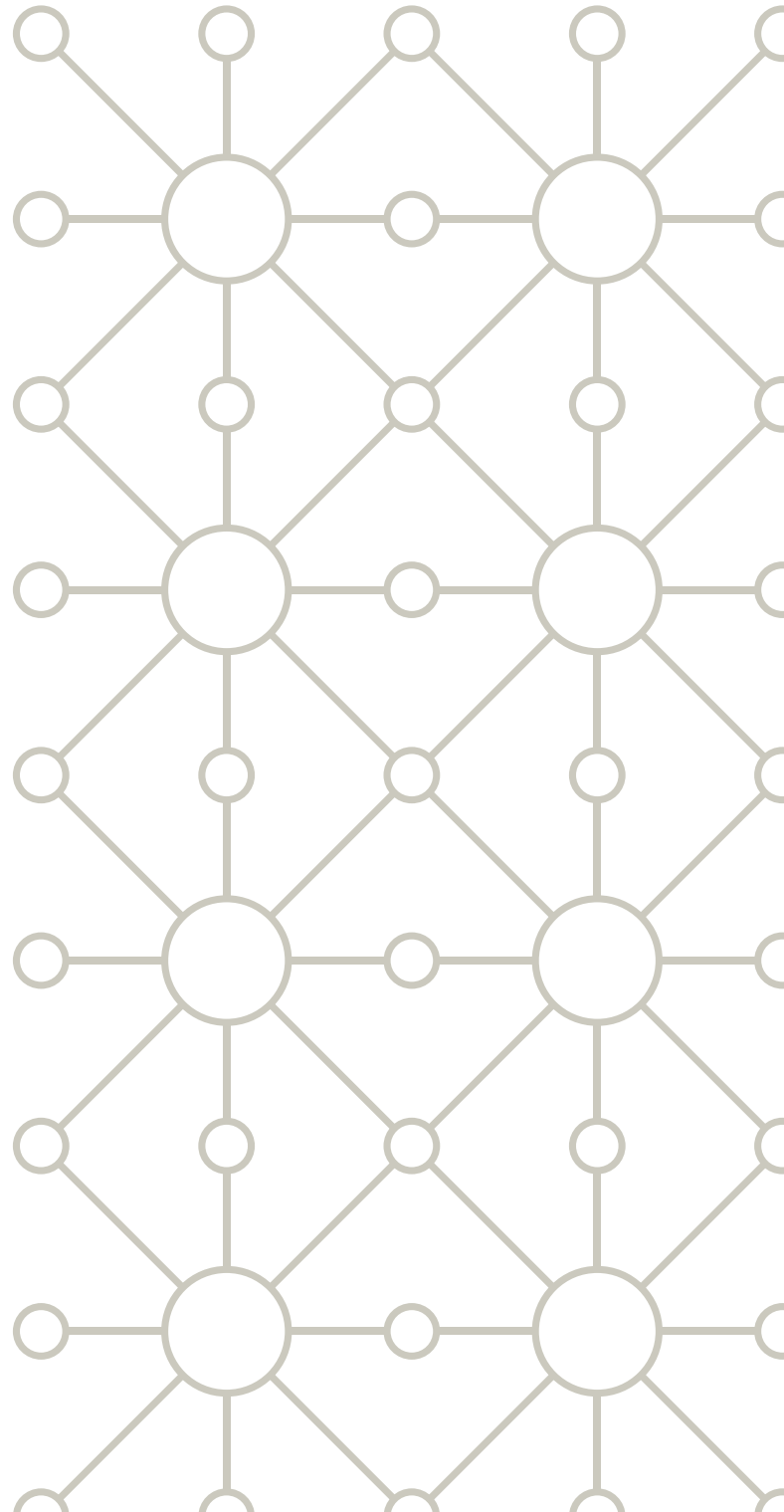
Fachhochschule Graubünden
Institut für Tourismus und Freizeit (ITF)
Comercialstrasse 22
7000 Chur
Schweiz
T +41 81 286 24 24
itf@fhgr.ch



[fhgr.ch/itf](https://www.fhgr.ch/itf)

Fachhochschule Graubünden
Scola auta spezialisada dal Grischun
Scuola universitaria professionale dei Grigioni
University of Applied Sciences of the Grisons

© FH Graubünden, Januar 2024



swissuniversities

