



Medienmitteilung, 16. Oktober 2020

Schwarzer Schwan durchkreuzt den Wintertourismus

Die Corona-Krise mit ihrem unbeständigen regulatorischen Umfeld zwingt Gäste und touristische Anbieter zu Verhaltensanpassungen. Eine Reise wird heute, wenn überhaupt, eher kurzfristig und in der Schweiz oder angrenzenden Ländern gebucht. Der Binnentourismus floriert zwar, kompensiert aber nicht die fehlenden internationalen Gäste. Dies und mehr zeigt ein neuer Bericht des Forschungszentrums Tourismus an der Universität St.Gallen (HSG).

Dieses Jahr hängt der Erfolg des kommenden Winters nicht nur vom Wetter ab, sondern vor allem von der Kundenfreundlichkeit der Schutzkonzepte der Bergbahnen, Hotels und Restaurants sowie der Berechenbarkeit der Regulierungen und Reisebeschränkungen. Ein Bericht basierend auf einer Expertenbefragung des Forschungszentrums Tourismus am Institut für Systemisches Management und Public Governance (IMP-HSG) zeigt, auf welche Änderungen sich der Tourismus in den nächsten Monaten in Bezug auf die Öffnung von Märkten und auf das Verhalten der Gäste einrichten sollte.

Erfolgreiches Wintergeschäft in Gefahr

Zunehmende Fallzahlen von Corona-Erkrankten und die erschwerte Wirtschaftslage mindern die Hoffnung auf ein erfolgreiches Wintergeschäft im Tourismus. Manches private Reisebudget wird bei unsicherem Einkommen gekürzt, die touristische Nachfrage schrumpft insgesamt. Anbieter sind gefordert, hohe Hygienestandards konsequent und glaubwürdig umzusetzen, und dies so gästefreundlich wie möglich. Das Sicherheitsgefühl und das generelle Wohlbefinden der Gäste stehen im Zentrum.

Solange keine Impfung gegen das Virus besteht, bleibt die Angst vor Ansteckung, es muss weiterhin mit Social Distancing, Infektionstests und Quarantäne bei positiven Tests gerechnet werden. Hinzu kommt, dass das verminderte Angebot an Flugverbindungen und Sitzplätzen zu höheren Preisen für ein Flugticket führt. Wer unter diesen Bedingungen reisen möchte, wird dies eher im eigenen Land oder in den Nachbarländern tun, kurzfristig und wetterabhängig. Im Gespräch mit Branchenexperten und internationalen Kollegen zeigen Christian Laesser, Titularprofessor für Tourismus und Dienstleistungsmanagement, und Thomas Bieger, Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Tourismus, mögliche touristische Entwicklungen und Trends auf.

Ferientestination «Heimatland» wird geschätzt

Der Marktanteilsgewinn der Schweiz bei einheimischen Gästen dürfte anhalten, denn durch die Corona -bedingte eingeschränkte Bewegungsfreiheit haben Schweizerinnen und Schweizer notgedrungen ihr Heimatland als Ferientestination kennen und schätzen gelernt. Nach Einschätzung der Branchenexperten kommen langfristig Nachhaltigkeitsüberlegungen hinzu, wonach sich immer mehr Menschen dem Schutz des Klimas verpflichten und weniger fliegen. Sollten aber preisgünstigere Flugangebote wieder zunehmen, so könnten die Menschen ihrem Urwunsch nach Reisen und Erkunden der Welt trotzdem wieder nachgeben.

Grundsätzlich sind sich die Tourismusexperten einig: Längerfristig wird die Nachfrage mit Sicherheit wieder anziehen, während Angebotspreise aufgrund punktueller Kapazitätsengpässe infolge von Insolvenzen kurz- bis mittelfristig höher sein könnten als vor der Corona-Pandemie. Sie schätzen, dass deshalb dann zwar weniger, dafür länger gereist wird. Der Trend zu Langzeitaufenthalten wird noch unterstützt durch die Erfahrungen mit Home oder Remote Office in der Lockdown-Phase. Arbeiten ist



auch am Ferienort möglich, womit das Interesse an längeren Aufenthalten und deshalb in Zweitwohnungen steigen dürfte. Verliererin ist die MICE-Domäne (Meetings, Anreiz- und Belohnungsreisen, Kongresse, Events), welche mit infrastrukturellen Überkapazitäten kämpft.

Digitalisierungsschub gewinnbringend nutzen

Für touristische Anbieter bedeutet dies, dass Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und Hygiene künftig noch wichtiger werden. Solche Gesundheitskrisen könnten sich wiederholen. Sie sollten den in der Pandemie entstandenen Digitalisierungsschub gewinnbringend nutzen in ihren künftigen Geschäftsmodellen und Produktionsprozessen. Grundsätzlich können touristische Dienstleistungen nicht gelagert und später verkauft werden. Deshalb sind weggefallene Umsätze für immer verloren.

Die Branchenexperten raten den Anbietern zu Kostenminimierung, Prozessoptimierung und optionaler Finanzierung durch Gemeinden, Aktionäre oder auch Stammgäste und weitere Financiers. Die Unternehmen stehen vor der fast unlösbaren Aufgabe, gleichzeitig ihre Liquidität zu sichern und eine Insolvenz zu verhindern. Besonders für Unternehmen, welche kürzlich viel investiert haben, und für systemrelevante Firmen ist dies eine grosse Herausforderung. Die Tourismusallianz pocht auf finanzielle Erleichterungen wie den Erlass von Rückzahlungen von Covid-Notkrediten. Trotzdem lässt sich wohl nicht verhindern, dass eine Vielzahl von Unternehmen in den nächsten Monaten ihre Bilanz deponieren müssen.

Die Studie «Die Zukunft des Tourismus mit und nach SARS-CoV-2: Kontinuierliche kleine Schritte und Rückschläge auf dem Weg zu einer vorübergehenden neuen Normalität» ist mit folgendem Link online abrufbar:
<https://www.alexandria.unisg.ch/261211/>

Kontakte für Rückfragen:

Prof. Dr. Christian Laesser
Titularprofessor für Tourismus und Dienstleistungsmanagement
Universität St.Gallen
christian.laesser@unisg.ch
Tel. 079 636 00 23

Prof. Dr. Thomas Bieger
Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre und Tourismus
Universität St.Gallen
thomas.bieger@unisg.ch
Tel. 071 224 25 25

Universität St.Gallen (HSG)

Die Universität St.Gallen (HSG) ist die Universität des Kantons St.Gallen und die Wirtschaftsuniversität der Schweiz. Internationalität, Praxisnähe und eine integrative Sicht zeichnen die Ausbildung an der HSG seit ihrer Gründung im Jahr 1898 aus. Heute bildet die Universität rund 9000 Studierende aus 83 Staaten in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften, Internationale Beziehungen und Informatik aus. Mit Erfolg: Die HSG gehört zu den führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas. Im European Business School Ranking der «Financial Times» 2019 belegt die HSG den Platz 4. Die «Financial Times» hat den Master in «Strategy and International Management» (SIM-HSG) 2020 zum zehnten Mal in Folge als weltweit besten bewertet. Dies im jährlichen Ranking von Master-Programmen in Management. Für ihre ganzheitliche Ausbildung auf höchstem akademischem Niveau erhielt sie mit der EQUIS- und AACSB- und der



AMBA-Akkreditierung internationale Gütesiegel. Studienabschlüsse sind auf Bachelor-, Master- und Doktorats- bzw. Ph.D.-Stufe möglich. Zudem bietet die HSG erstklassige und umfassende Angebote zur Weiterbildung für jährlich rund 6000 Teilnehmende. Kristallisationspunkte der Forschung an der HSG sind ihre 42 Institute, Forschungsstellen und Centers, welche einen integralen Teil der Universität bilden. Die weitgehend autonom organisierten Institute finanzieren sich zu einem grossen Teil selbst, sind aber dennoch eng mit dem Universitätsbetrieb verbunden.

Besuchen Sie uns auf [Facebook](#), [Twitter](#), [Youtube](#), [Instagram](#) und [unisg.ch](#)