

RENDEZ-VOUS DU TOURISME · 6. OKTOBER 2026

Tourismusszenario Wallis

01 Rückblick

Weltweit · In der Schweiz · Im Wallis

02 Der Tourismus von morgen

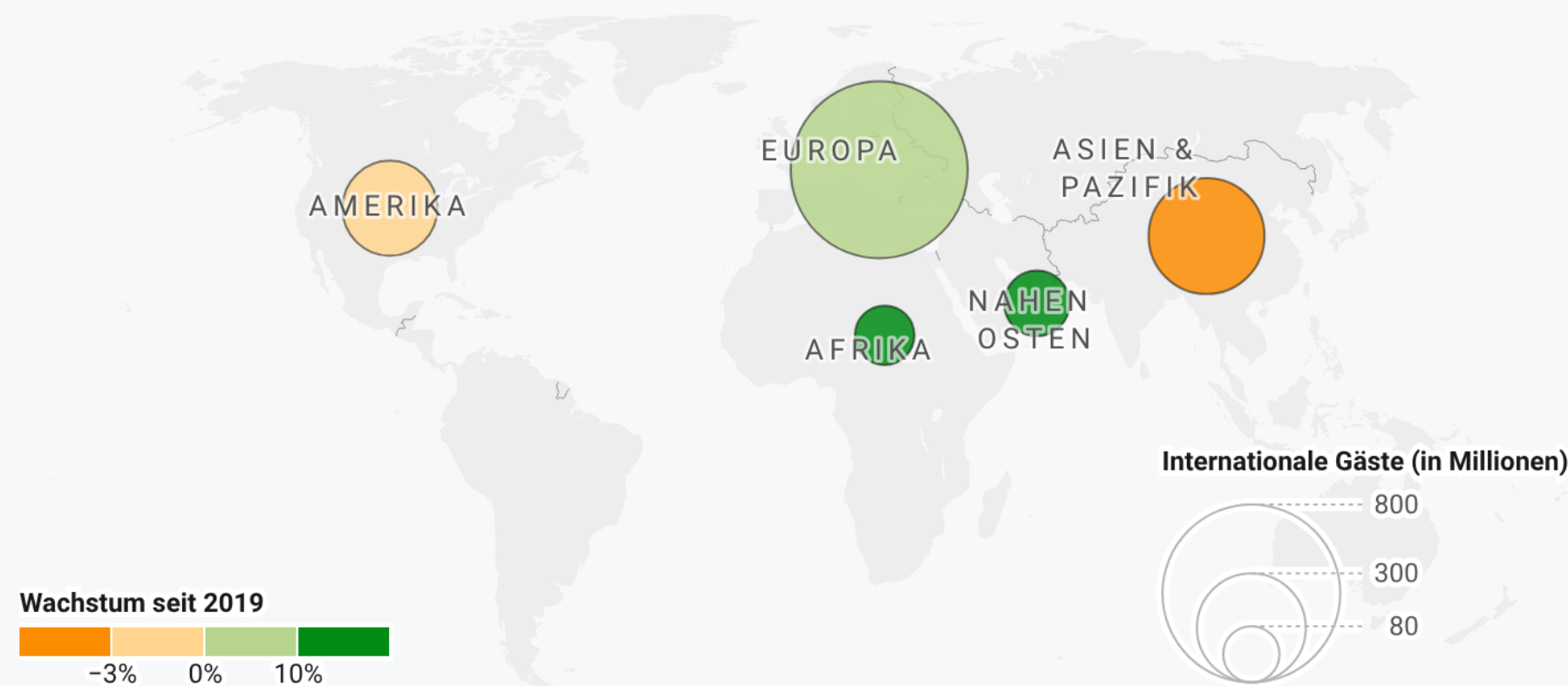
Wachstum und Potenzial bis 2050

03 Herausforderungen

Klima · Märkte · Fachkräfte · Technologie · Territorium

Rückblick: der weltweite Tourismus

Internationale Ankünfte 2025 1,52 Mrd. +4 % ggü. 2019	Europa 2025 793 Mio. 52 % des Weltmarkts	Einnahmen aus dem internationalen Tourismus 2025 1,9 Bio. USD +27 % ggü. 2019	Tourismusbezogene Exporteinnahmen 2025 2,2 Bio. USD +29 % ggü. 2019
--	---	--	--



Erstellt mit Datawrapper

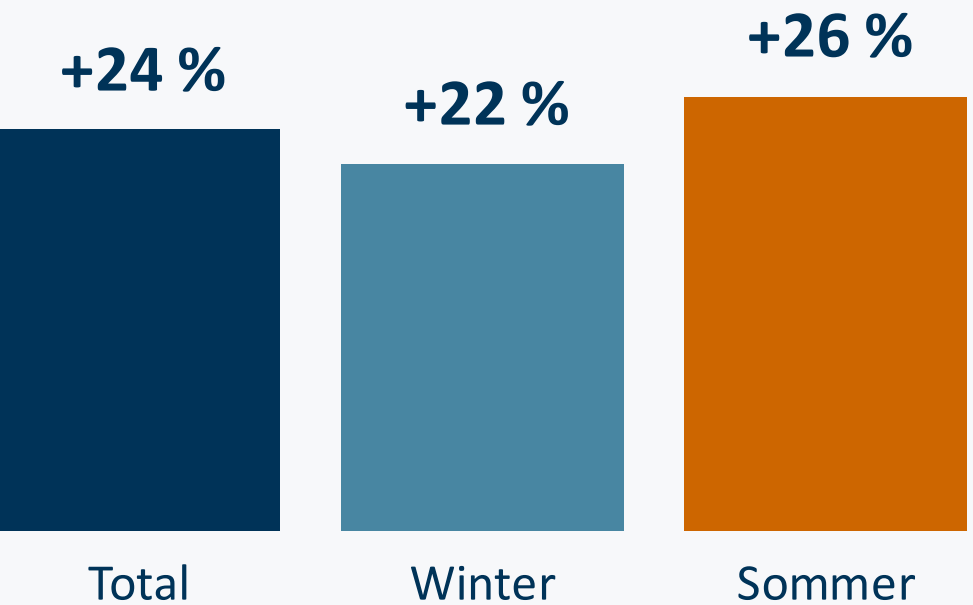
Europa ist die grösste Tourismusregion der Welt; **Afrika verzeichnet derzeit das stärkste Wachstum**; der Nahe Osten weist gegenüber 2019 die mit Abstand stärkste strukturelle Expansion auf

Die geopolitische Lage bremst dieses Wachstum jedoch: UN Tourism verweist inzwischen ausdrücklich auf steigende Transportkosten und geopolitische Risiken

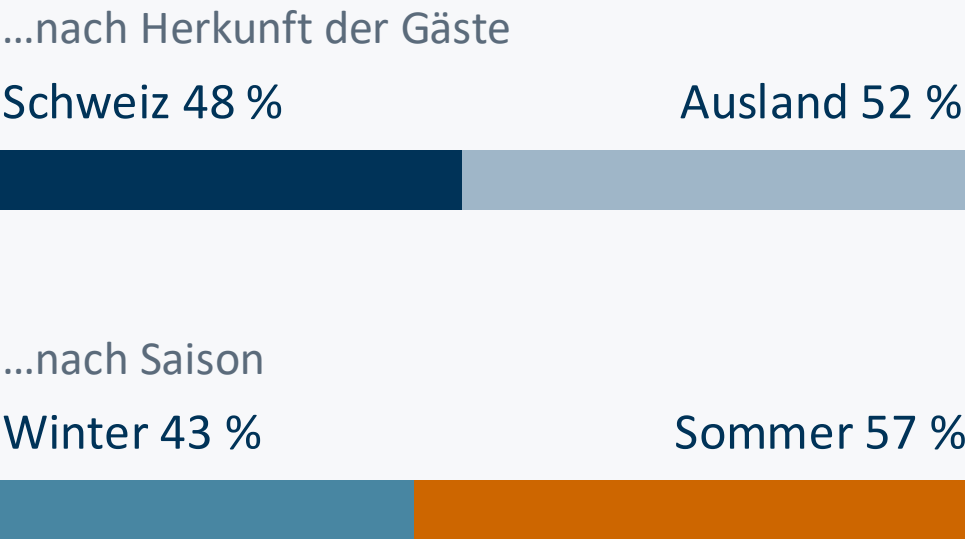
Rückblick: Nachfrage und Angebot im Schweizer Tourismus

Hotellogiernächte 2025	Logiernächte Parahotellerie 2025	Bettenauslastung 2025	Aufenthaltsdauer 2025	Hotelbetriebe 2025	Hotelbetten 2025
43,7 Mio.	18,1 Mio.	41 %	2,1/ 1,9	4 357	291 517
+24 % ggü. 2016	+22 % ggü. 2016	36 % im Jahr 2016	Winter / Sommer	-12 % ggü. 2016	+8 % ggü. 2016

WACHSTUM DER LOGIERNÄCHTE 2016 – 2025



VERTEILUNG DER LOGIERNÄCHTE 2025

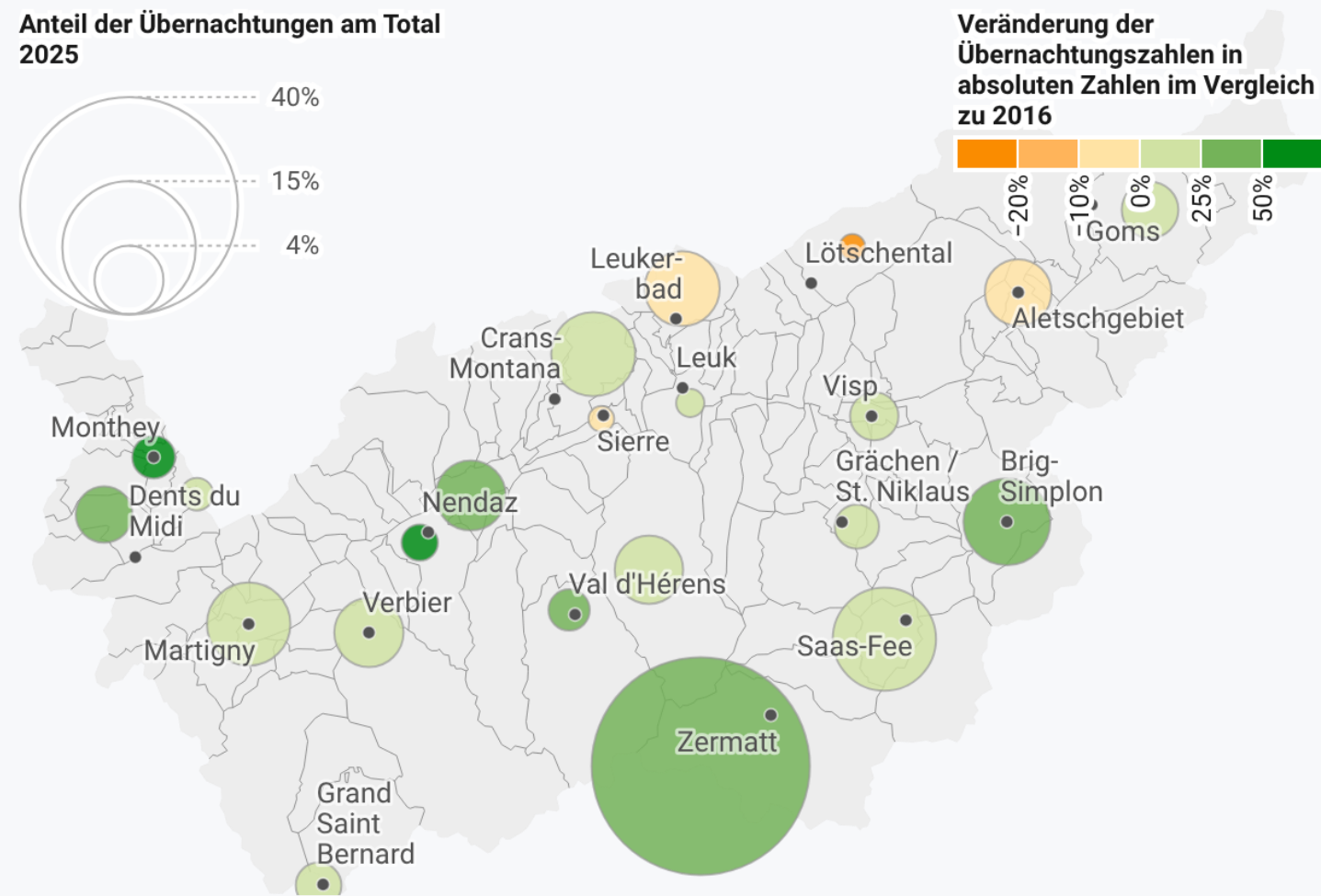


Seit Covid hat die ausländische Nachfrage wieder ein Rekordniveau erreicht und auch die Inlandnachfrage bleibt hoch.

Es resultiert eine höhere Nachfrage, weniger Betriebe, mehr Kapazitäten und eine intensivere Nutzung, wobei die Gesamtauslastung tief bleibt.

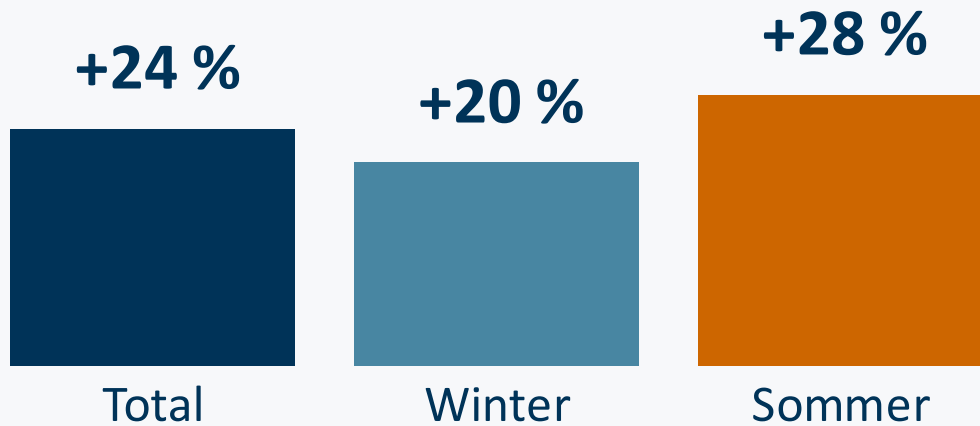
Rückblick: Nachfrage und Angebot im Walliser Tourismus (1/3)

Hotellogiernächte 2025	Bettenauslastung 2025	Aufenthaltsdauer 2025	Hotelbetriebe 2025	Hotelbetten 2025
4,5 Mio.	38%	2,6/ 1,9	548	32 406
+24 % ggü. 2016	+30 % im Jahr 2016	Winter / Sommer	-17 % ggü. 2016	-2 % ggü. 2016

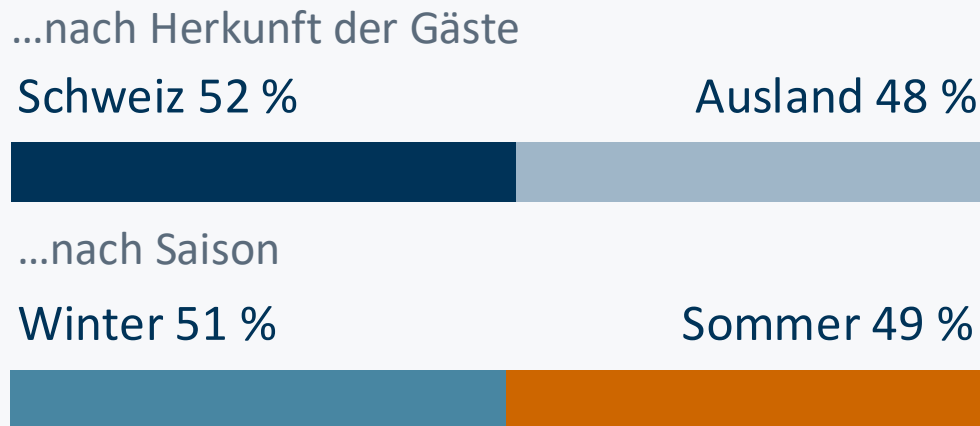


Erstellt mit Datawrapper

WACHSTUM LOGIERNÄCHTE 2016 – 2025



VERTEILUNG LOGIERNÄCHTE 2025



Das Wallis profitiert sowohl von einem starken Heimmarkt als auch von einer bedeutenden internationalen Nachfrage. **Das Wachstum konzentriert sich jedoch auf wenige Destinationen.**

Rückblick: Nachfrage und Angebot im Walliser Tourismus (2/3)

Das Wachstum konzentriert sich auf einige Bezirke, während andere gegenüber 2016 zurückgehen.

WALLISER BERGBAHNEN

Umsatz 2023

411Mio. CHF +31 % ggü. 2016

Investitionen 2023

135Mio. CHF +14 % ggü. 2016

Ersteintritte 2023

Winter **8.14**Mio. +37 % ggü. 2016

Sommer **3.25**Mio. +16 % ggü. 2016

UMSATZ BEHERBERGUNG UND GASTRONOMIE

Sitten
151,7 -0,8 %

Gundis
83,5 +0,4 %

Monthey
113,8 -2,0 %

Saint-Maurice
25,2 +12,5 %

Martinach
168,8 +10,3 %

Entremont
180,0 +28,7 %

Ering
39,5 +9,4 %

⚡ Familiendestination
💎 Luxusdestination

Leuk
73,5 +11,9 %

Goms
62,6 +2,8 %

Raron
46,5 -19,4 %

Brig
100,2 +0,4 %

Visp
605,1 +33,8 %

Siders
235,0 +14,9 %

Total Wallis 2024
1 885Mio. CHF

Städtetourismus
Kulturtourismus
Event / Festival
Gastronomietourismus
Wellness- / Gesundheitstourismus
Natur-/Aktiv-/Wintertourismus
Natur-/Aktiv-/Sommertourismus
MICE-Tourismus

Rückblick: Nachfrage und Angebot im Walliser Tourismus (3/3)

Touristische Ausgaben 2022 3 377Mio. CHF +18 % ggü. 2016	Bauinvestitionen 2024: Freizeit und Kultur 33,1Mio. CHF ... davon 19 Mio. CHF in Freizeit- und Tourismusanlagen -25,9 % ggü. 2016	Bauinvestitionen 2024: Industrie, Gewerbe und Dienstleistungen 382,4Mio. CHF ... davon 90 Mio. CHF in Beherbergung, Hotellerie und Restauration +86,1 % ggü. 2016
VERTEILUNG DER TOURISTISCHEN AUSGABEN 2022 Personenverkehr 22,6 % Beherbergung 22,1 % Nicht spezifische Produkte 19,8 % Gastronomie 14,2 % Tourismusprodukte 11,3 % Kultur, Freizeit, Unterhaltung 9,9 %	BAUINVESTITIONEN, IN MIO. CHF Freizeit und Kultur = Tourismusanlagen, Sakralbauten, Museen, Bibliotheken, Denkmäler, Mehrzweckhallen und Sportplätze Anteil am Total 2016 1,5 % 2024 1,1 % Öffentlich 19,7 -40,6 % Privat 13,4 +16,1 % Industrie, Gewerbe & Dienstleistungen = Fabriken, Werke, Werkstätten, Hallen, Lager, Büros, Geschäftsgebäude, Läden, Hotels, Restaurants, andere Beherbergung Anteil am Total 2016 7,0 % 2024 12,8 % Öffentlich 72,1 +203,9 % Privat 310,3 +70,7 %	

Tourisme valaisan aujourd'hui

Quels sont les trois atouts qui caractérisent particulièrement le tourisme valaisan aujourd'hui?

Les résultats sont masqués



1 Paysage / Nature

1 Montagnes et sport d'hiver

1 Diversité des expériences tout au long de l'année

0 Hospitalité

0 Identité régionale et produit locaux

0 Qualité des offres touristiques

0 Notoriété internationale

0 Événements



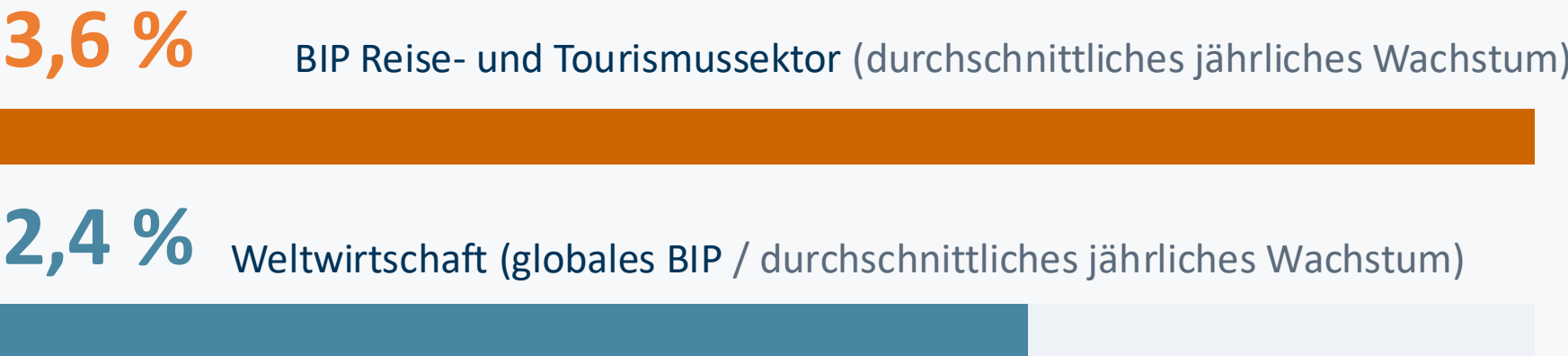
menti.com
6459 1578

1 of 1 responded

Der Tourismus von morgen: wirtschaftliche Entwicklung

Das weltweite Wirtschaftswachstum bleibt positiv und der Tourismus dürfte schneller wachsen.

DER TOURISMUS WÄCHST SCHNELLER ALS DIE WIRTSCHAFT in den nächsten 10 Jahren



Die Frage ist nicht mehr, das Niveau vor der Krise zu erreichen, sondern wie die positive Entwicklung der Nachfrage **nachhaltig in Wertschöpfung für die Region umgewandelt werden kann.**

WIRTSCHAFTSWACHSTUM DER NAHMÄRKTE bis 2050



Durchschnittliches jährliches Wachstum, mittleres Szenario

EUROPÄISCHER LUFTVERKEHR

2,3 – 3,1 %
von der IATA prognostiziertes durchschnittliches jährliches Wachstum

Der Tourismus von morgen: Szenarien zur Entwicklung der Logiernächte bis 2050*

Sowohl Fern- als auch Nahmärkte stärken das touristische Potenzial des Wallis, wobei die internationale Nachfrage an Bedeutung gewinnt: Die Fernmärkte bleiben langfristig relevant.

FERNMÄRKTE



SCHWEIZ, EUROPA UND NACHBARLÄNDER

Da die touristische Nachfrage mit dem Wirtschaftswachstum (BIP) korreliert, wird für die Märkte Schweiz, Europa und Nachbarländer ein entsprechendes Wachstum der Logiernächte angenommen.

WALLISER POTENZIAL FÜR DIE FERNMÄRKTE

1,7 – 2,0 Mio. +76 % ggü. heute

Hotellogiernächte bis 2050

vs heute 1,0 Mio.

WALLISER POTENZIAL FÜR EUROPA (INKL. SCHWEIZ)

5 Mio. +41 % ggü. heute

Hotellogiernächte bis 2050

vs heute 3,5 Mio.

An Volumen wird es nicht fehlen (+ ≈ 2.5 Mio. Hotellogiernächte ggü. heute). Entscheidend sind Kapazität, Saisonalität, Angebotsqualität und Wertschöpfung pro Logiernacht.

Les défis

Selon vous, quel sera le plus grand défi pour le tourisme valaisan au cours des dix à vingt prochaines années?

🔒 Les résultats sont masqués

Antworten können bis zu 200 Zeichen lang sein und werden hier angezeigt.

Bei mehr als 10 Antworten können Sie Antworten gruppieren.

„Abstimmung“ einschalten, damit Lieblingsantworten markieren werden können.



menti.com
6459 1578

Waiting for participants

Die Herausforderungen: Klima und Schneesicherheit

Weniger vorhersehbare natürliche Bedingungen: **weniger Schnee in mittleren Höhenlagen**, aber neue saisonale Chancen.

FAUSTREGEL FÜR DIE RENTABILITÄT

30 cm Naturschnee während **100 Tage**

Voraussetzung, um die Pisten zu präparieren und die Saison wirtschaftlich rentabel zu betreiben

RÜCKGANG DER SCHNEEDECKE

Höhenlage	+1,5 °C	+3 °C
1 500 – 2 000 m	-34 %	-63 %
1 000 – 1 500 m	-51 %	-78 %

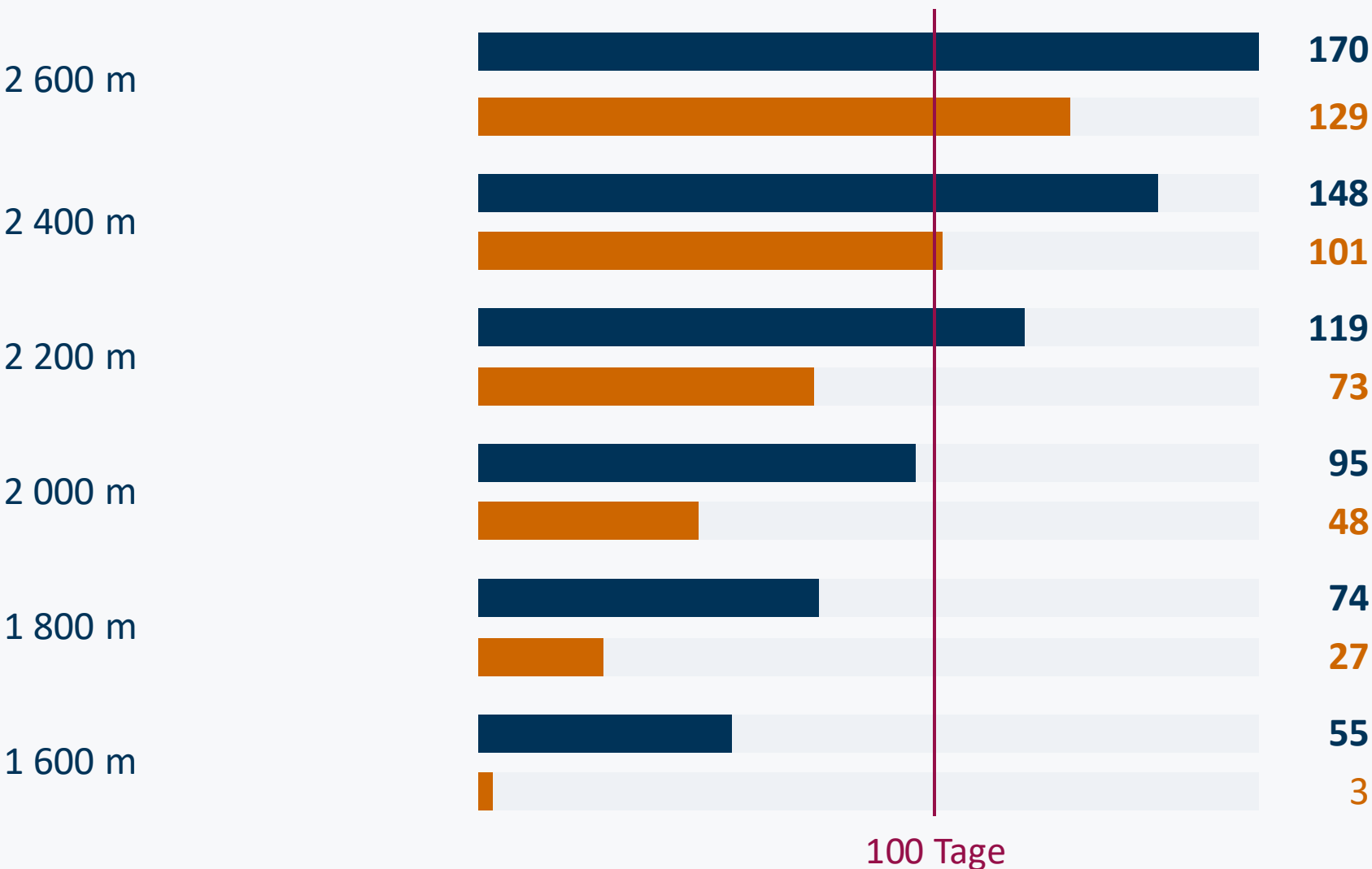
Langfristig **werden nur hochgelegene Regionen schneesicher sein**. Gleichzeitig schaffen die Hitze in den Städten sowie längere Sommer- und Herbstsaisons **neue Chancen für das Wallis**.

TAGE MIT MEHR ALS 30 CM NATURSCHNEE

■ Referenzklima (1991 – 2020)

■ Erwärmung um +3 °C

Werte unabhängig von der Hangexposition; Konfidenzniveau 90 %



Die Herausforderungen: Märkte, Talente, Technologie, Territorium

Je internationaler die Nachfrage, desto grösser die Abhängigkeit von externen Faktoren: Flugverbindungen, geopolitische Konflikte, Wechselkurse und Konzentration der Herkunftsmärkte.

MÄRKTE UND GÄSTE

Internationalisierung, neue Märkte, höhere Erwartungen

Das Verhalten ändert sich und die Nachfrage wird volatiler: Geopolitik, Flugpreise und wirtschaftliche Unsicherheit machen die Destination krisenanfälliger.

ARBEITSKRÄFTE

Humankapital wird zur knappen Ressource

-16 % Arbeitskräfteangebot im Verhältnis zum Bedarf im Jahr 2035, d. h. über 43 Millionen fehlende Arbeitskräfte im weltweiten Tourismus (WTTC)

Der Wettbewerb um Talente, die demografische Entwicklung und veränderte Erwartungen an die Arbeit verschärfen die sich abzeichnende schwierige Lage zusätzlich.

TECHNOLOGIE

KI, Daten, Produktivität und Kompetenzen werden zu Wettbewerbsfaktoren

Auch die Tourismuspolitik des Bundes definiert Digitalisierung, Daten, KI, Arbeitsmarkt, Nachhaltigkeit und Kooperation als strategische Themen.

RAUM UND AKZEPTANZ

Der Tourismus muss Wert für Gäste und Einheimische schaffen

Druck auf Raum, Infrastruktur, Ressourcen, Wohnraum, Mobilität und Lebensqualität.

Die Herausforderungen: Trends und Gästebedürfnisse

Das Wallis muss seine natürlichen Stärken in unverwechselbare Erlebnisse verwandeln – zu jeder Jahreszeit.

TRENDS UND GÄSTEBEDÜRFNISSE

01 Value for money

Preis-Leistungs-Verhältnis, Flexibilität, Erschwinglichkeit, Sicherheit

FOLGERUNG FÜR DAS WALLIS

Preisniveau durch überlegenes Erlebnis und besseren Service rechtfertigen

03 Personalisierung

Klare Information, einfache Buchung, Angebote passend zu Interessen, Zeitpunkt und Profil des Gastes

FOLGERUNG FÜR DAS WALLIS

Einsatz von Daten und KI zur besseren Gästelenkung und -empfehlung; Hauptaufgabe der DMO ist nicht mehr die Destinationsvermarktung

02 Authentische Erlebnisse

Natur, lokale Kultur, Gastronomie, Begegnungen, weniger besuchte Orte, Slow Tourism

FOLGERUNG FÜR DAS WALLIS

Unverwechselbare, lokale Erlebnisse anbieten, lokale Wertschöpfung

04 Klima & Wohlbefinden

Frische, Natur, Gesundheit, Ruhe, Ganzjahresaktivitäten

FOLGERUNG FÜR DAS WALLIS

Mehr Chancen im Sommer und Herbst, vor allem in der Höhe (kühle Sommer und Schneesicherheit im Winter)

BEDÜRFNISSE NACH HERKUNFTSMARKT

Nahmärkte

Natur · Erholung · Preis-Leistung · Flexibilität · neue Entdeckungen

Nordeuropa / UK

Outdoor · Abenteuer · Authentizität · Individualmobilität

Nordamerika

Ikonische Landschaften · Komfort · Qualität · einzigartige Erlebnisse

Asien / Fernmärkte

«Must-see» · Effizienz · Sicherheit · Shopping · angepasste Services

Tourisme valaisan demain

Dans quel domaine le tourisme valaisan devrait-il réaliser le progrès le plus importantes dans le futur?

Les résultats sont masqués

Tourisme tout au long de l'année



Valeur ajoutée par visiteur



Numérisation / Technologie



Personnel qualifié



Positionnement international



Collaboration entre les acteurs



Investissements dans les infrastructures touristiques



Offres et experiences



menti.com

6459 1578

Waiting for participants

Tourisme valaisan demain

Au-delà de ses atouts naturels, quelle qualité ou force moins visible du tourisme valaisan faut-il absolument préserver pour l'avenir?

🔒 Les résultats sont masqués

Antworten können bis zu 200 Zeichen lang sein und werden hier angezeigt.

Bei mehr als 10 Antworten können Sie Antworten gruppieren.

„Abstimmung“ einschalten, damit Lieblingsantworten markieren werden können.



menti.com

6459 1578

Waiting for participants

WAS SICH VERÄNDERT

Erwartungen und Verhalten der Gäste

Klimatische Bedingungen

Wettbewerb zwischen Destinationen

Technologien

Bedürfnisse der Bevölkerung

Das Problem von morgen wird wahrscheinlich nicht fehlende touristische Nachfrage sein.

Die zentrale Frage ist, wie das Wallis diese Nachfrage **in nachhaltige Wertschöpfung** umsetzt – unter veränderten klimatischen, personellen, gesellschaftlichen und geopolitischen Bedingungen.

Si vous deviez écrire la première phrase de la nouvelle stratégie pour le Valais, comment serait-elle?

Antworten können bis zu 200 Zeichen lang sein und werden hier angezeigt.

Bei mehr als 10 Antworten können Sie Antworten gruppieren.

„Abstimmung“ einschalten, damit Lieblingsantworten markieren werden können.



menti.com
6459 1578

Waiting for participants

Danke.

René Götz

Partner

Hanser Consulting AG

r.goetz@hanserconsulting.ch

info@hanserconsulting.ch

www.hanserconsulting.ch

ZÜRICH

Lagerstrasse 33

8004 Zürich

+41 44 299 95 11

CHUR

Poststrasse 3

7000 Chur

+41 81 253 34 34

BERN

Schanzenstrasse 1

3008 Bern

+41 33 221 40 22