

14. März 2011

Handelsblatt

» Drucken

SCHWEIZ ALS SIEGER

Zweifel an Tourismus-Rangliste

von Jan Mallien

Die Organisation des Weltwirtschaftsforums hat ihren Sitz in Genf und bewertet in ihrer aktuellen Rangliste die Schweiz als attraktivsten Tourismusstandort der Welt. Experten kritisieren die Methodik der Rangliste.



Wandern und Skifahren, dafür ist die Schweiz ein gutes Ziel. Doch ihr fehlen die Strände.

Quelle: ZB

Düsseldorf. Das Weltwirtschaftsforum hat diese Woche mit seiner Tourismus-Wettbewerbsrangliste für Überraschung gesorgt. Nicht etwa die klassischen Urlaubsparadiese wie etwa Spanien landeten dabei ganz vorne.

Sieger war vielmehr - wie schon in den Vorjahren - die Schweiz. Nach Einschätzung der Organisation bietet sie weltweit die besten Bedingungen zur Entwicklung des Tourismus. Auch Deutschland schnitt gut ab und rangierte auf dem zweiten Platz.

Das Ergebnis wirft die Frage auf, wie aussagekräftig die Rangliste ist. Schließlich hängt die Platzierung von den berücksichtigten Kriterien ab - und hier hat die im schweizerischen Genf ansässige Organisation des

Weltwirtschaftsforums eigene Schwerpunkte gesetzt. Insgesamt fließen 14 Kriterien zu gleichem Anteil in die Bewertung ein. Darunter etwa Sicherheit, Gesundheit, Nachhaltigkeit und die Qualität der Infrastruktur.

Travel & Tourism Competitiveness Index 2011 und 2009 im Vergleich

Land/Volkswirtschaft	TTCI	TTCI	TTCI	Veränderung 2009-2011
	Platzierung 2011	Punktzahl 2011	Platzierung 2009	
Schweiz	1	5.68	1	→
Deutschland	2	5.50	3	↑
Frankreich	3	5.41	4	↑
Österreich	4	5.41	2	↓
Schweden	5	5.34	7	↑
USA	6	5.30	8	↑
Grossbritannien	7	5.30	11	↑
Spanien	8	5.29	6	↓
Kanada	9	5.29	5	↓
Singapur	10	5.23	10	→

Aus Sicht einiger Experten sind die Kriterien ungeeignet, um die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusbranche weltweit zu vergleichen. Die Kriterien würden hochentwickelte Länder wie die Schweiz einseitig bevorzugen, so der Vorwurf.

"Bei den Kriterien der Rangliste fehlt die Sicht der Kunden", kritisiert Edgar Kreilkamp, Professor für Tourismusmanagement an der Universität Lüneburg. Für die Wettbewerbsfähigkeit sei entscheidend, wie attraktiv das touristische Angebot für den Kunden ist. "Die Schweiz ist sicher, solide und hat eine gute Infrastruktur," sagt er. "Aber fast die Hälfte der Touristen will zum Urlaub unbedingt an den Strand." Auch das Image der Länder werde in der Rangliste nicht berücksichtigt, obwohl dies bei der Reiseentscheidung eine große Rolle spiele.

Ähnlich sieht das auch Kreilkamps Kollege Jürgen Schmude, Professor für Tourismusforschung an der LMU München. "Touristen ticken bei ihrer Reiseentscheidung nicht einfach so, wie die Wirtschaft das will." Sie hätten sehr feste Vorstellungen von Reisezielen und ließen sich nur schwer davon abbringen.

Die Nachfrageseite - also das, was die Kunden wollen - werde in der Rangliste vernachlässigt. Das seien Faktoren wie etwa die Zahl der Ankünfte, Übernachtungen oder die Einnahmen aus dem Tourismusgeschäft.

In diesen Kategorien schneiden die Top-Platzierten Länder der Rangliste schlechter ab: So lag die Schweiz bei den Einnahmen aus dem Tourismusgeschäft 2009 lediglich auf dem fünfzehnten Platz, Deutschland auf Platz sechs und die USA mit großem Abstand auf dem ersten Platz.

Gegenüber dem Handelsblatt verteidigte die Autorin der Rangliste des Weltwirtschaftsforums, Thea Chiesa, die Auswahl der Kriterien. Diese seien aussagekräftig und das Ergebnis repräsentativ. Es gehe darum, die Stärken und Schwächen der einzelnen Länder herauszustellen. Die Rangliste zeige, dass die Schweiz ihr touristisches Potenzial am besten nutze. Die Schweiz könne aber aufgrund ihrer Größe nicht so viele Gäste aufnehmen wie andere Länder.

Die Schweiz schneidet im Ranking des Weltwirtschaftsforums vor allem bei der Qualifikation des Personals im Tourismus (Platz 2) besonders gut ab, sowie bei Infrastruktur (5) und Sicherheit (2). Deutschland liegt bei den kulturellen Ressourcen (2) und der Infrastruktur (3) vorne.

Internationale Tourismuseinnahmen 2009

	Milliarden US-Dollar
USA	93,9
Spanien	53,2
Frankreich	49,4
Italien	40,2
China	39,7
Deutschland	34,7
UK	30,0
Australien	25,6
Türkei	21,3
Österreich	19,4
Hongkong	16,5
Thailand	15,9
Malaysia	15,8
Griechenland	14,5
Schweiz	13,9
<i>Quelle: UNTWO</i>	

© 2010 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der **Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG**

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: **Content Sales Center** | [Sitemap](#) | [Archiv](#)

Kursinformationen von **vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste AG** | Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.