



## Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Solothurn 2017

*Aufdatierung der Studie von 2010 und vertiefte Analyse des Tagestourismus*

**Auftraggeber**

Kanton Solothurn Tourismus  
Region Solothurn Tourismus  
Region Olten Tourismus  
Grenchen Tourismus  
Forum Schwarzbubenland  
Naturpark Thal

**Projektleitung**

Ursula Rütter-Fischbacher, Rütter Soceco

**Projektmitarbeiter/innen**

Laura Andreoli  
Tonio Schwehr  
Bernadette Baumberger  
Sujetha Nesarajah  
Pino Hellmüller  
Befragerinnen und Befrager

**Mitarbeit Tourismusregionen**

Jürgen Hofer, Region Solothurn Tourismus  
Stefan Ulrich, Olten Tourismus  
Christoph Siegrist, Grenchen Tourismus  
Gelgia Herzog, Forum Schwarzbubenland  
Regula Grütter, Inés Kreinacke, Naturpark Thal

**Fotos Titelblatt**

Regionale Tourismusorganisationen

# Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b>	<b>5</b>
<b>1. Ausgangslage und Ziele der Studie</b>	<b>13</b>
<b>2. Methodisches Vorgehen</b>	<b>15</b>
2.1 Regionale Abgrenzungen	15
2.2 Zeitliche Abgrenzungen	16
2.3 Bemerkung zu Rundungsabweichungen	16
2.4 Ermittlung der Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur	16
2.5 Änderung der Basisstatistiken und Neuberechnung der Zahlen von 2008	17
2.6 Gästebefragung	18
2.7 Bestimmung der Gästefrequenzen und der Gesamtnachfrage	23
2.8 Ermittlung der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung	26
<b>3. Analyse der Hotellerie</b>	<b>29</b>
3.1 Struktur von Angebot und Nachfrage 2017	29
3.2 Entwicklung von Angebot und Nachfrage 2008 -2017	31
3.3 Verlauf der Angebotsentwicklung 2008-2017	33
3.4 Verlauf von Nachfrage und Auslastung 2008-2017	36
3.5 Herkunft der Hotelgäste 2008 - 2017	41
<b>4. Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur</b>	<b>45</b>
4.1 Beschäftigte und Bruttowertschöpfung nach Regionen	45
4.2 Branchenstruktur 2015	46
4.3 Rückrechnung der Branchenstruktur für Vergleich mit Studie 2008	49
<b>5. Gästefrequenzen, Tagesausgaben und Gesamtnachfrage</b>	<b>51</b>
5.1 Gästefrequenzen	51
5.2 Tagesausgaben der Gäste	55
5.3 Gesamtnachfrage der Gäste	56
<b>6. Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus</b>	<b>61</b>
6.1 Direkte und indirekte touristische Beschäftigung und Wertschöpfung im Kanton Solothurn	61
6.2 Anteile der fünf Tourismusregionen an der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung	62
6.3 Touristische Beschäftigung und Wertschöpfung nach Branchen	64
6.3.2 Veränderung der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung, 2008 zu 2017	67
<b>7. Detailergebnisse der Gästebefragung</b>	<b>73</b>
7.1 Region Solothurn / Grenchen	73
7.1.1 Herkunft der Befragten und Tagesgästeanteile	73
7.1.2 Charakterisierung der Tagesgäste in der Region Solothurn / Grenchen	76
7.1.3 Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen	81
7.1.4 Zusatzfragen der Region Solothurn / Grenchen	83
7.2 Region Olten	84
7.2.1 Herkunft der Befragten und Tagesgästeanteile	84
7.2.2 Charakterisierung der Tagesgäste in der Region Olten	85
7.2.3 Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen	89

7.2.4	Zusatzfragen der Region Olten	90
7.3	Detaillergebnisse der Gästebefragung im Schwarzbubenland	92
7.3.1	Herkunft der Befragten und Tagesgästeanteile	92
7.3.2	Charakterisierung der Tagesgäste im Schwarzbubenland	94
7.3.3	Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen	98
7.3.4	Zusatzfragen Schwarzbubenland	99
7.4	Detaillergebnisse der Gästebefragung im Naturpark Thal	101
7.4.1	Herkunft der Befragten und Tagesgästeanteile	101
7.4.2	Charakterisierung der Tagesgäste im Naturpark Thal	103
7.4.3	Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen	106
7.4.4	Zusatzfragen des Naturparks Thal	108
<b>Anhänge: Detailtabellen</b>		<b>115</b>
1.	Region Solothurn: Liste mit geplanten Aktivitäten	115
2.	Region Schwarzbubenland: Listen mit Bemerkungen zu offenen Fragen	120
3.	Naturpark Thal: Listen mit Bemerkungen zu offenen Fragen	122
4.	Liste mit Bemerkungen zu Handen Kanton Solothurn Tourismus	131

---

# Zusammenfassung

## Ausgangslage und Ziele

Die vorliegende Studie, im Auftrag von Kanton Solothurn Tourismus und den regionalen Tourismusorganisationen, zeigt die Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft des Kantons Solothurn und die fünf Regionen, Solothurn, Olten, Grenchen, Schwarzbubenland und Thal anhand der Gesamtnachfrage der Gäste sowie der direkt und indirekt ausgelösten touristischen Bruttowertschöpfung und Beschäftigung auf. Sie basiert auf statistischen Daten sowie auf einer umfangreichen Gästebefragung im Sommer 2017. Eine analoge Studie wurde bereits 2010 mit Daten von 2008 erstellt. Sie basierte damals auf einer Befragung der Leistungsträger.

Die vorliegende Studie erneuert die Erkenntnisse von 2010 hinsichtlich der wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus und verbessert die Kenntnis über das wichtige Segment der Tagesgäste.

Im Folgenden sind die Resultate der Studie kurz zusammengefasst. Die wichtigsten Ergebnisse sind in Abb. 1 und Abb. 2 zusammengestellt.

### *Vorbemerkung zur Vergleichbarkeit mit der Studie von 2010*

Die statistischen Grundlagen haben im Jahr 2011 in der Schweiz drastisch geändert. Um eine Vergleichbarkeit der Aussagen wenigstens annäherungsweise zu gewährleisten, wurden die Zahlen aus der Studie 2010 (Datenbasis 2008) *auf die neuen Grundlagen umgerechnet*. Ein direkter Vergleich der beiden Studien ist nicht zulässig. *Dank der Umrechnung kann aber die Entwicklung der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung aufgezeigt werden.*

## Kennzahlen Gesamtwirtschaft

Die Gesamtbeschäftigung und das BIP des Kantons Solothurn sind die Basisgrößen, anhand derer die wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus gemessen werden.

2015<sup>1</sup> verfügt die *Solothurner Gesamtwirtschaft* über *110'500 Beschäftigte* in Vollzeitäquivalenten (VZÄ)<sup>2</sup>. Diese generieren eine *Bruttowertschöpfung (BWS)* bzw. ein *kantonales Bruttoinlandprodukt (BIP)* von *17 Mia. CHF*.

Damit leistet der Kanton Solothurn 2015 einen Beitrag von 2.7% zur schweizerischen Beschäftigung und zum nationalen Bruttoinlandprodukt. In Bezug auf die Einwohnerzahl hat der Kanton Solothurn einen Anteil von 3.2% an der Bevölkerung der Schweiz. Die Bedeutung des Kantons Solothurn als Wohnstandort ist somit leicht höher als seine Bedeutung als Arbeitsstandort.

Die Solothurner Tourismusregionen tragen entsprechend ihrer Grösse unterschiedlich zur kantonalen Beschäftigung bei: Solothurn und Olten je rund 45%, das Schwarzbubenland rund 8% und der Naturpark Thal rund 3%. Die Beiträge zum kantonalen BIP liegen in denselben Grössenordnungen.

<sup>1</sup> Zurzeit sind seitens der offiziellen Statistik der BFS (STATENT) Daten für 2015 verfügbar.

<sup>2</sup> Die VZÄ verstehen sich inkl. Beschäftigte der privaten Haushalte (Haushaltspersonal). Sie entsprechen rund 140'100 beschäftigten Personen.

Zwischen 2008 und 2015 hat die *Gesamtbeschäftigung* im Kt. Solothurn um 3.7% und die *Bruttowertschöpfung* um 7.6% zugenommen (vgl. Abb. 2). Damit ist das Wachstum im Kt. Solothurn etwas geringer als im Schweizer Durchschnitt.

Innerhalb der Gesamtwirtschaft sind diejenigen Branchen, die stark mit dem Tourismus verbunden sind, die sog. Touristischen Leistungsträger überdurchschnittlich stark gewachsen.

### Touristische Frequenzen

Die touristischen Frequenzen sind die Masszahl für die Menge der Gäste, die sich im betrachteten Zeitraum im Kanton Solothurn aufhalten. Sie entsprechen den Logiernächten der übernachtenden Gäste und den Aufenthaltstagen der Tagesgäste (Abb. 1).

**Abbildung 1:** Der Tourismus im Kanton Solothurn 2017. Resultate auf einen Blick

Indikatoren 2017	Kanton Solothurn	Region Solothurn <sup>a)</sup>	Region Olten	Region Grenchen <sup>b)</sup>	Schwarzbubenland	Thal
<b>Gästefrequenzen in Tsd.</b>	<b>6'160</b>	<b>2'480</b>	<b>2'270</b>	<b>1'057</b>	<b>890</b>	<b>520</b>
Tagesgäste	5'006	1'943	1'851	880	758	454
Übernachtende Gäste	1'156	542	418	177	127	68
Anteil am Total der Gäste des Kt. Solothurn in %	100%	40%	37%	17%	15%	8%
Tagesgästeanteil	81%	78%	82%	83%	86%	87%
<b>Gesamtnachfrage (brutto), in Mio. CHF</b>	<b>353</b>	<b>152</b>	<b>151</b>	<b>53</b>	<b>33</b>	<b>17</b>
Anteil an Total Kt. SO in %	100%	43%	43%	15%	9%	5%
<b>Ausgelöste Beschäftigung in VZÄ</b>	<b>3'005</b>	<b>1'304</b>	<b>1'289</b>	<b>394</b>	<b>276</b>	<b>136</b>
Direkt	2'045	903	864	271	183	96
Indirekt	960	401	425	123	93	40
Anteil an kantonaler / regionaler Beschäftigung in %	2.7%	2.6%	2.7%	2.3%	3.3%	3.5%
<b>Ausgelöste Bruttowertschöpfung in Mio. CHF</b>	<b>280</b>	<b>118</b>	<b>126</b>	<b>36</b>	<b>25</b>	<b>12</b>
Direkt	165	70	73	22	15	8
Indirekt	115	48	53	14	11	4
Anteil am kantonalen / regionalen BIP	1.7%	1.5%	1.7%	1.3%	2.1%	2.2%

a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn

b) Bezirk Lebern

Quelle: BFS, Darstellung Rütter Soceco

Für das Jahr 2017 wurden im Kanton Solothurn 6.2 Mio. Gästefrequenzen ermittelt. Von diesen Gästen besuchten 2.5 Mio. (40%) die Region Solothurn (inkl. Grenchen), 2.3 Mio. (37%) die Region Olten, 0.9 Mio. (15%) das Schwarzbubenland und 0.5 Mio. (9%) den Naturpark Thal.

In der Studie von 2010 wurden 5.3 Mio. Frequenzen ausgewiesen, davon rund 2 Mio. in der Region Solothurn, 2.1 Mio. in der Region Olten, 0.8 Mio. im Schwarzbubenland und 0.4 Mio. im Naturpark Thal. Die Zahl der *Gästefrequenzen* liegen

damit 2017 in allen Regionen höher als 2015. Dies ist einerseits auf eine reale Zunahme zurückzuführen, andererseits auf die genaueren Erhebungsmethoden<sup>3</sup>.

Die Hotellogiernächte sind im Kanton Solothurn im selben Zeitraum um 11% gestiegen. Dies zeigt die positive Entwicklung in diesem Segment. Im selben Zeitraum sind die Hot

Der Anstieg der Hotellogiernächte beträgt in der Region Solothurn 21%, in der Region Olten 12% und in der Region Grenchen (Teil von Solothurn) 32%. Das Schwarzbubenland (-14%) und der Naturpark Thal (-18% ab 2010)<sup>4</sup> verzeichnen hingegen einen Rückgang der Hotellogiernächte (vgl. Abb. 2).

Von den 6.2 Mio. Gästefrequenzen sind rund 5 Mio. Tagesgäste, 410'000 übernachten in der Hotellerie, 200'000 in der Parahotellerie und 540'000 bei Verwandten und Bekannten.

Der Anteil der Besucher von Verwandten und Bekannten ist höher als erwartet und auch höher als er in der Studie von 2010 geschätzt worden ist. Er ist jedoch infolge der Befragung von mehr als 3'000 Einheimischen im Zuge der Gästebefragung sehr gut abgestützt.

Der Tagesgästeanteil ist im *Kanton Solothurn mit 81%* hoch. Der höchste Anteil wurde mit 87% für den Naturpark Thal ermittelt, gefolgt vom Schwarzbubenland (86%), der Region Grenchen (83%), der Region Olten (82%) und der Region Solothurn (78%).

Die Tagesgästeanteile liegen in derselben Grössenordnung wie sie in anderen Studien für gut erreichbare Naherholungsräume im Mittelland und den Voralpen ermittelt worden sind.

Die *Tagesgästeanteile* sind leicht tiefer als sie für 2008 geschätzt worden sind. Dank der Gästebefragung sind sie jedoch besser abgestützt als in der Studie 2010. Absolut gesehen ist die *Anzahl Tagesgäste* gestiegen.

Im Kanton Solothurn übernachten gut zwei Dritte der «zahlenden» Gäste (ohne Besucher von Verwandten und Bekannten) in der Hotellerie, 6% in BnB's, 12% in Ferienwohnungen und 14% in der übrigen Parahotellerie, wie Jugendherbergen, Gruppenunterkünften und auf Campingplätzen.

Die Übernachtungen auf Bauernhöfen können im Gegensatz zur Vorgängerstudie nicht separat ausgewiesen werden, da keine Befragung der Betriebe durchgeführt wurde. Die Gästefrequenzen sind jedoch in den Gesamtergebnissen enthalten.

## Tagesausgaben

Die Tagesausgaben umfassen alle Ausgaben von Übernachtungs- und Tagesgästen pro Aufenthaltstag.

*Die Gäste geben im Kanton Solothurn im Durchschnitt 51 CHF pro Tag aus.*

Diese eher tiefen Ausgaben sind auf die grosse Anzahl von übernachtenden Gästen zurückzuführen, die bei Verwandten und Bekannten logieren und darauf, dass ein Teil der Tagesgäste gar keine Ausgaben tätigt.

<sup>3</sup> Die Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten konnten dank der Befragung von mehr als 3'000 Einheimischen im Zuge der Gästebefragung besser abgestützt werden als in der Studie 2008. Sie waren damals deutlich unterschätzt. Umgekehrt waren 2008 die Tagesgästeanteile überschätzt.

<sup>4</sup> Für den Naturpark Thal sind die Zahlen der offiziellen Statistik des Bundes (Hesta) erst ab 2010 vergleichbar, da zwischen 2008 und 2010 ein grösserer Betrieb in die Parahotellerie umgeteilt worden ist.

Die Ausgabenhöhe ist je nach Gästekategorie sehr unterschiedlich. Während die durchschnittlichen Ausgaben bei den Übernachtungsgästen bei 103 CHF pro Tag liegen – bei einer Hotelübernachtung sogar bei 208 CHF –, geben Tagesgäste nur gerade durchschnittlich 39 CHF und Besucher/innen von Verwandten und Bekannten 35 CHF pro Tag aus.

Im Vergleich mit der von Schweiz Tourismus durchgeführten Befragung (Tourismusmonitor Schweiz, TMS<sup>5</sup>) liegen die Ausgaben der Hotelgäste in derselben Grössenordnung, die Ausgaben in den anderen Beherbergungskategorien liegen im TMS jedoch höher.

### **Gesamtnachfrage der Gäste**

Die Tagesausgaben multipliziert mit den Frequenzen der Gäste gibt die Nachfrage der Gäste in der betrachteten Region. Dazu addieren sich noch weitere Beträge, wie z.B. Ausgaben für eigene Ferienwohnungen, und der Anteil der Reisekosten der Gäste (vgl. Abb. 1).

Insgesamt geben die *Gäste des Kantons Solothurn* im Jahr 2017 rund 350 Mio. CHF aus, davon je 43% (rund 150 Mio. CHF) in den Regionen Solothurn, und Olten, 9% (33 Mio. CHF) im Schwarzbubenland und 5% (17 Mio. CHF) im Naturpark Thal.

Die Gesamtnachfrage (brutto) liegt damit um 18 Mio. CHF höher als sie für 2008 ausgewiesen worden ist (+5%). Die Veränderung ist eine Folge von einerseits höheren Frequenzen und andererseits tieferen Tagesausgaben. Da es sich bei den Tagesausgaben in der Studie von 2010 um angebotsseitig geschätzte und nicht um empirisch erhobene Zahlen handelt, ist die Veränderung auch methodisch bedingt. Es ist daher nicht zulässig weitere Analysen der Nachfrageveränderung durchzuführen oder diese zu interpretieren.

Die verschiedenen Gästekategorien tragen in unterschiedlichem Masse zur Gesamtnachfrage bei. In allen Solothurner Regionen ist die Nachfrage der Tagesgäste infolge ihrer hohen Frequenzen höher als diejenige der übernachtenden Gäste.

Sie sind somit insgesamt sehr wichtig für die Leistungsträger in den Regionen und für zwei Drittel des touristischen Umsatzes verantwortlich. Im Vergleich zu ihren Frequenzen (81%) ist dieser Beitrag jedoch unterproportional.

Unter den übernachtenden Gästen tragen in allen Regionen die Hotelgäste am meisten zur Gesamtnachfrage bei.

In den Regionen Solothurn, Olten, Grenchen und Schwarzbubenland sind sie (abgesehen von den Besucher/innen von Verwandten und Bekannten) zudem auch anzahlmässig die grösste Gruppe unter den übernachtenden Gästen. Ihr Beitrag zu den touristischen Umsätzen (Nachfrage) ist zudem mit 27% deutlich höher als ihr Frequenzanteil (7%).

### **Direkte und indirekte touristische Beschäftigung und Wertschöpfung**

Die touristischen Ausgaben der Gäste führen zu direktem touristischem Umsatz und in der Folge zu *direkter touristischer Wertschöpfung* und *Beschäftigung*. Über die *Vorleistungseinkäufe* und *Investitionen* der touristischen Unternehmen sowie durch die *Konsumausgaben* der im Tourismus beschäftigten Personen (Einkommenseffekt) wird auf weiteren Stufen der Wertschöpfungskette *indirekt* zusätzliche

<sup>5</sup> Werte für kleinere Städte und ländlicher Raum.



Wertschöpfung und Beschäftigung ausgelöst. Die Summe aller touristischen Wertschöpfungs- und Beschäftigungswirkungen lässt sich mit der Gesamtbeschäftigung oder dem kantonalen bzw. regionalen Bruttoinlandprodukt (BIP) in Beziehung setzen. Daraus ergibt sich der *Beschäftigungs- und BIP-Anteil des Tourismus* als wichtigster volkswirtschaftlicher Indikator (vgl. Abb. 1).

Im Kanton Solothurn löst der Tourismus 2017 *gesamthaft* (direkt und indirekt) eine Beschäftigung von rund 3'000 VZÄ aus. Dabei entsteht eine touristische Bruttowertschöpfung von 280 Mio. CHF.

Der Tourismusbeitrag zur kantonalen Beschäftigung beträgt somit 2.7% der Beitrag zum BIP 1.7%.

Rund 2'000 Beschäftigte (68%) und 165 Mio. CHF Bruttowertschöpfung (59%) sind direkt durch den Tourismus induziert. Dabei entstehen bei den *touristischen Leistungsträgern* selbst *direkt* eine Beschäftigung von 1'730 VZÄ und eine Bruttowertschöpfung von 123 Mio. CHF. Dies entspricht 58% der gesamten tourismusinduzierten Beschäftigung und 44% der tourismusinduzierten Bruttowertschöpfung.

Der Tourismus ist eine typische «Querschnittsbranche». Es profitieren nebst den Touristischen Leistungsträgern auch andere Wirtschaftszweige. Im direkten Kontakt mit den Gästen werden in *anderen Branchen* rund 314 VZÄ und eine Bruttowertschöpfung von 42 Mio. CHF generiert. Über *indirekte Effekte* kommen nochmals 960 VZÄ und 115 Mio. CHF an Wertschöpfung dazu.

### Regionen

In der *Region Solothurn* generiert der Tourismus rund 1'300 Beschäftigte (VZÄ) und eine Bruttowertschöpfung von 118 Mio. CHF. In *Olten* gehen knapp 1'300 VZÄ und eine Bruttowertschöpfung 126 Mio. CHF auf den Tourismus zurück.

Die beiden Regionen partizipieren mit jeweils 43% an der touristischen Beschäftigung und mit 42% bzw. 45% an der touristischen Bruttowertschöpfung des Kantons Solothurn.

Im *Schwarzbubenland* löst der Tourismus rund 280 VZÄ und 25 Mio. CHF Bruttowertschöpfung aus.

Der Beitrag zur touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung des Kantons Solothurn beträgt 9%.

Im *Naturpark Thal* sind knapp 140 VZÄ und 12 Mio. CHF Bruttowertschöpfung auf touristische Aktivitäten zurückzuführen.

Dies entspricht 5% bzw. 4% der kantonalen Werte.

In der Region *Grenchen*, die Teil der Region Solothurn ist, beträgt die induzierte touristische Beschäftigung knapp 400 VZÄ und die Bruttowertschöpfung 36 Mio. CHF

### Tourismusanteile an Beschäftigung und Wertschöpfung in den Regionen

Die Tourismusanteile sagen aus, wie stark die regionale Wirtschaft mit dem Tourismus verbunden ist. Eine hohe Zahl zeigt damit auch eine hohe Abhängigkeit der Regionalwirtschaft von touristischen Branchen, bzw. in ländlichen Regionen oftmals das Fehlen von Arbeitsplätzen in anderen Branchen.

Die Tourismusanteile sind im Naturpark Thal mit 3.5% der Beschäftigung und 2.2% der regionalen Bruttowertschöpfung am höchsten, gefolgt vom Schwarzbubenland mit einem Anteil von 3.3% an der Beschäftigung und 2.1% an der BWS.

In der Region Solothurn liegen die Tourismusanteile bei 2.6% der Beschäftigung und 1.5% der regionalen Bruttowertschöpfung, in der Region Olten sind es 2.7% der regionalen Beschäftigung und 1.7% der regionalen Bruttowertschöpfung.

Im Naturpark Thal und dem Schwarzbubenland hat der Tourismus somit im Hinblick auf Arbeitsplätze und BIP in der Region eine grössere Bedeutung als in den wirtschaftlich breiter aufgestellten Regionen Olten, Solothurn und Grenchen. Verglichen mit stark touristischen Regionen in den Alpen ist die Abhängigkeit jedoch auch in den Regionen Thal und Schwarzbubenland nicht sehr ausgeprägt.

### Veränderung der touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung 2017/2008 (Abb. 2)

Im Kanton Solothurn ist die touristische Beschäftigung von 2008 bis 2017 um rund 400 VZÄ von rund 2'600 VZÄ auf 3'000 VZÄ gestiegen, dies entspricht einer Zunahme von 15%. In derselben Zeitperiode ist die touristische Bruttowertschöpfung um 18% bzw. um rund 40 Mio. CHF von rund 240 Mio. CHF auf rund 280 Mio. CHF gewachsen.

Die Gesamtbeschäftigung im Kanton Solothurn ist 2015 gegenüber 2008 – und damit in einer kürzeren Periode – um 3.7% die Bruttowertschöpfung um 7.6% gewachsen. Der *Tourismus verzeichnete somit ein stärkeres Wachstum als die kantonale Gesamtwirtschaft.*

**Abbildung 2:** Veränderung der touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung 2017/2008 sowie der Gesamtwirtschaft 2015/2008

Veränderungen	Kanton Solothurn	Region Solothurn <sup>a)</sup>	Region Olten	Region Grenchen <sup>b)</sup>	Schwarzbubenland	Thal
<b>Tourismuswirtschaft 2017/2008</b>						
Touristische Beschäftigung in VZÄ	+382	+141	+195	-	+64	-16
Veränderung in %	+15%	+12%	+18%	-	+30%	-11%
Touristische Bruttowertschöpfung in Mio. CHF	+42	+14	+21	-	+7	0.0
Veränderung in %	+18%	+14%	+20%	-	+37%	0%
<b>Gesamtwirtschaft 2015/2008**</b>						
Beschäftigung in VZÄ	+3'920	+1'740	+2'320	+450	+40	-180
Veränderung in %	+3.7%	+3.6%	+5.0%	+2.7%	+0.5%	-4.4%
Bruttowertschöpfung in Mio. CHF	+1'195	+547	+606	+169	+44	-1.0
Veränderung in %	+7.6%	+7.7%	+8.7%	+6.5%	+3.9%	-0.2%
<b>Hotellerie als Vergleichsgrösse 2017/2008 (Thal ab 2011)</b>						
Hotellogiernächte	+11%	+21%	+12%	+32%	-14%	-18%

\* Basierend auf Rückrechnung 2008 und statistischen Daten für 2015

\*\* Basierend auf Rückrechnungen für 2008 und Erhebungen / Modellrechnungen für 2017

a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn

b) Bezirk Lebern. 2010 wurde die Region Grenchen nicht separat ausgewiesen

Quelle: BFS, Darstellung Rütter Soceco

Die Tourismuswirtschaft hat sich in den Regionen Solothurn, Olten, Schwarzbubenland und Thal (Grenchen wurde 2010 nicht separat ausgewiesen) unterschiedlich entwickelt:

In der Region Olten ist der Anstieg mit 18% in Bezug auf die Beschäftigung und 20% in Bezug auf die Bruttowertschöpfung am stärksten.

Der stärkere Anstieg der Bruttowertschöpfung ist u.a. auf die Verkehrsbranche zurückzuführen, die in Olten lokalisiert ist und eine hohe Wertschöpfung pro Kopf aufweist. Insofern profitiert Olten auch von Gästen aus den anderen Solothurner Regionen, da deren Verkehrsausgaben «nach Olten fließen».

In der Region Solothurn ist die touristische Beschäftigung um 12% und die touristische Bruttowertschöpfung um 14% gestiegen.

Im Schwarzbubenland ist die touristische Beschäftigung um 30% und die touristische Bruttowertschöpfung um 37% gestiegen.

Dieser hohe Anstieg kann auch damit zusammenhängen, dass sämtliche Besucher aus dem nahen Kanton Baselland in dieser Studie als Gäste gezählt wurden. Die Logiernächte in der Hotellerie sind in derselben Zeitperiode um 14% gesunken.

Im Naturpark Thal ist die touristische Beschäftigung um 11% gesunken. Die touristische Bruttowertschöpfung hat sich aber gehalten.

Der Beschäftigungsrückgang hat hauptsächlich im arbeitsintensiven Gastgewerbe stattgefunden, daher wirkt sich der Rückgang weniger stark auf die Wertschöpfung aus. Zudem sind die Eigenmietwerte der Ferienwohnungen gestiegen. Den Eigenmietwerten steht keine Beschäftigung gegenüber.

### **Resultate aus der Gästebefragung**

Die Studie enthält eine detaillierte Auswertung der Resultate der Gästebefragung, die speziell auf das Segment der Tagesgäste fokussiert. Folgende Resultate sind dabei hervorzuheben:

Die Tagesgäste kommen mehrheitlich aus der Schweiz, insbesondere aus den Nachbarkantonen.

Ausländische Gäste kommen mehrheitlich aus den Nachbarländern.

Die Tagesgäste verweilen je nach Befragungsstandort sehr unterschiedlich lange in den Regionen. An vielen Standorten beträgt die Aufenthaltszeit weniger als fünf Stunden.

Die längste Aufenthaltsdauer von Tagesgästen (8 Stunden) wurde bei Events auf dem Weissenstein ermittelt.

Ein erheblicher Anteil der Tagesgäste gibt an, am Befragungstag nichts ausgegeben und auch kein Restaurant besucht zu haben.

Ob Ausgaben getätigt werden hängt auch vom Angebot in der näheren Umgebung des entsprechenden Standorts ab.

Ein hoher Anteil der Tagesgäste reist mit dem eigenen Fahrzeug an.

Dieser Anteil ist im städtischen Umfeld am geringsten.

Die touristisch attraktiven Standorte im Kt. Solothurn werden auch stark von Einheimischen frequentiert<sup>6</sup>.

Die Einheimischen profitieren von den touristischen Angeboten. Der Tourismus trägt somit zur Vielfalt des Angebots auch für die Einheimischen und damit zur Attraktivität der Regionen als Wohn- und Arbeitsstandort bei.

Insbesondere das Gastgewerbe kann nicht von den Einheimischen allein leben. Es ist auf die Umsätze mit den Touristen angewiesen, um ein qualitativ hochstehendes Angebot und damit eine attraktive Umgebung sowohl für Einheimische wie auch für Touristen sicher zu stellen.

---

<sup>6</sup>Die Einheimischen wurden im Rahmen der Gästebefragung auch mitbefragt. Ihre Ausgaben und Frequenzen gehen jedoch nicht in die Berechnung der touristischen Wirkungen ein.

# 1. Ausgangslage und Ziele der Studie

Die vorliegende Studie, im Auftrag von Kanton Solothurn Tourismus und den regionalen Tourismusorganisationen, zeigt die *Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft des Kantons Solothurn und die fünf Regionen, Solothurn, Olten, Grenchen, Schwarzbubenland und Thal* anhand der Gesamtnachfrage der Gäste sowie der direkt und indirekt ausgelösten touristischen Bruttowertschöpfung und Beschäftigung auf. Sie basiert auf statistischen Daten sowie einer umfangreichen *Gästepbefragung* im Sommer 2017.

Die Studie dient der generellen Verbesserung der Informationsbasis im Tourismus und als Entscheidungsgrundlage für die zukünftige Tourismuspolitik im Kanton Solothurn. Sie stellt darüber hinaus die Grundlage für ein periodisches Monitoring der touristischen Entwicklung bereit.

## Ausgangslage

*Kanton Solothurn Tourismus (KST)* hat als Dachorganisation der regionalen Tourismusorganisationen 2010, basierend auf Daten von 2008, eine *Studie zur Wertschöpfung des Tourismus* erstellen lassen. Diese Studie stütze sich auf verfügbare statistische Daten, eine schriftliche Befragung von touristischen Leistungsträgern und auf Expertengesprächen ab. Sie wies die touristischen Frequenzen sowie die durch den Tourismus generierte Gesamtnachfrage, Wertschöpfung und Beschäftigung, unterteilt nach Touristischen Leistungsträgern (TL) und weiteren relevanten Branchen, aus.

Nach gut acht Jahren hat Kanton Solothurn Tourismus beschlossen, die damals gelegte Datengrundlage zu erneuern, die Studie aufzudatieren und zudem *vertiefte Informationen zum wichtigen und wachsenden Segment der Tagesgäste* zu erhalten. Rütter Soceco wurde mit der Durchführung der Arbeit beauftragt.

## Ziele der Studie

Die Tourismusstudie 2017 hat folgende *Ziele*:

- *Aufdatieren der Studie von 2010* hinsichtlich der wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus in fünf Solothurner Tourismusregionen in vergleichbarer Form: Ausweisen der touristischen Frequenzen beim Übernachtungstourismus und beim Tagestourismus sowie der direkt und indirekt ausgelösten touristischen Bruttowertschöpfung und Beschäftigung.
- Verbessern der Kenntnis über das wichtige *Segment der Tagesgäste* (Frequenzschätzung, Motive, Herkunft, Aktivitäten, Nutzung von Angeboten, Tagesausgaben, Mobilität innerhalb des Kantons Solothurn, etc.).
- Schaffen von *Grundlageninformationen zur Optimierung von Angeboten* für wichtige spezifische Besuchergruppen (Besucher des Klosters Mariastein, Kulturgäste, Städtetouristen, Teilnehmende von Events, Ausflugs Gäste insbesondere Weissenstein).
- Bereitstellung einer aktuellen *Informationsbasis* als Entscheidungsgrundlage für die zukünftige Tourismuspolitik.



## 2. Methodisches Vorgehen

In diesem Kapitel wird das methodische Vorgehen dargestellt und die wichtigsten Begriffe beschrieben.

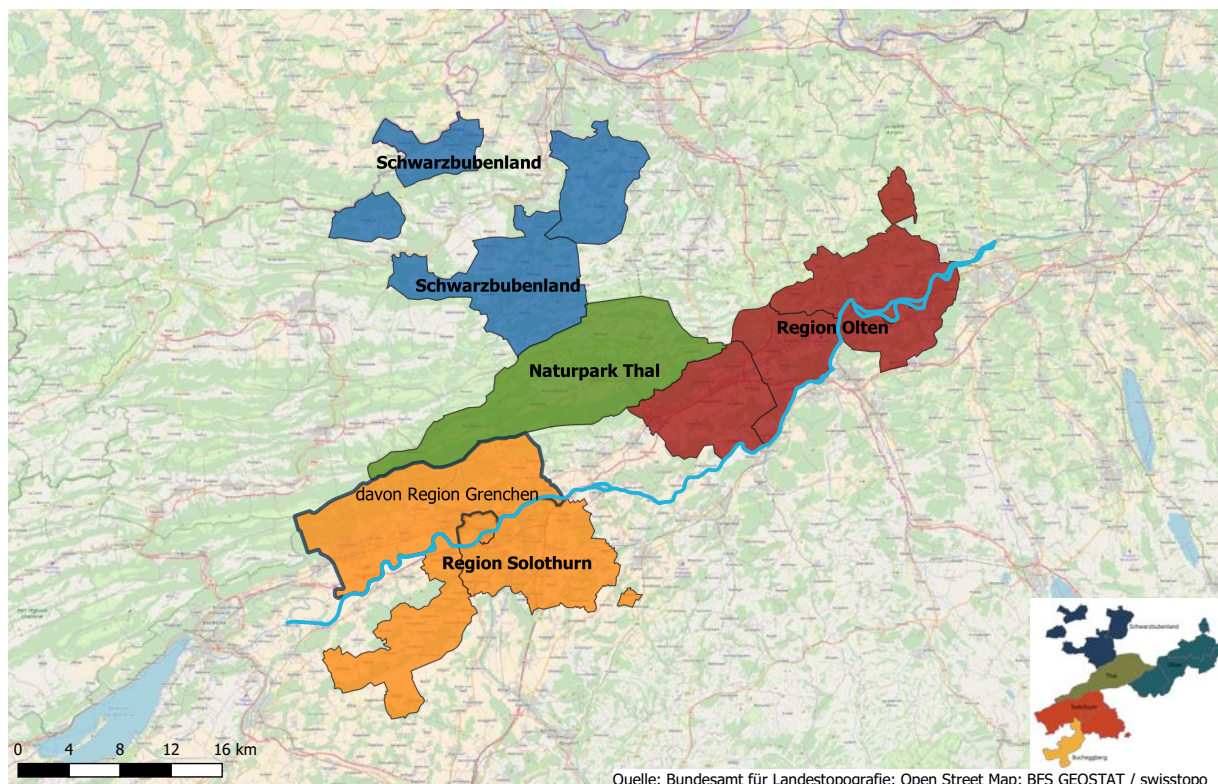
### 2.1 Regionale Abgrenzungen

Die *Ergebnisse der Studie* werden für fünf touristische Regionen des Kantons Solothurn ausgewiesen: Region Solothurn (1), Region Olten (2), Region Grenchen (3), Region Schwarzbubenland bzw. das Schwarzbubenland (4) und Region bzw. Naturpark Thal (5), (Abb. 3).

- Die *Region Solothurn* umfasst die Bezirke Solothurn, Wasseramt, Bucheggberg und Lebern,
- die *Region Olten* die Bezirke Gösgen, Olten und Gäu,
- das *Schwarzbubenland* die Bezirke Thierstein und Dorneck und
- der *Naturpark Thal* den Bezirk Thal.

Die *Region Grenchen* umfasst den Bezirk Lebern und ist somit *Teil der Region Solothurn*, wird aber in der Mehrzahl der Darstellungen auch separat ausgewiesen.

**Abbildung 3:** Kanton Solothurn und Tourismusregionen 2018. Die kleine Karte zeigt die regionale Aufteilung in der Studie von 2010 (Datenbasis 2008)



### *Vergleich mit der Studie von 2010 (Datenbasis 2008)*

In der Studie von 2010 waren die Abgrenzungen für die Regionen Solothurn, Olten, Schwarzbubenland und Thal identisch. Die Region Grenchen wurde jedoch nicht separat ausgewiesen. Dafür wurden die wichtigsten Resultate für die Region Bucheggberg einzeln gezeigt.

## **2.2 Zeitliche Abgrenzungen**

Die Analysen beziehen sich grundsätzlich auf das *Jahr 2017*, die Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur des Kantons und der Regionen auf das Jahr 2015.

## **2.3 Bemerkung zu Rundungsabweichungen**

In Tabellen und Abbildungen werden in der Regel gerundete Werte dargestellt. Die Rundung erfolgt jeweils auf eine, für die entsprechende Aussage und Region sinnvolle Anzahl signifikanter Stellen. Summen in Zeilen oder Spalten entsprechen daher nicht immer genau dem Total der angegebenen Werte. Zudem können kleinere Abweichungen für einen identischen Sachverhalt in verschiedenen Tabellen und Darstellungen auftreten.

## **2.4 Ermittlung der Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur**

Die Wirtschaftsstruktur des Kantons Solothurn und der Regionen Solothurn, Olten, Thal, Grenchen und Schwarzbubenland ist die Grundlage und eine wichtige Vergleichsgrösse für die Darstellung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus. Die verwendete Einteilung der Branchen (Wirtschaftszweige) basiert auf der Allgemeinen Systematik der Wirtschaftszweige (NOGA) des Bundesamts für Statistik (BFS). Die Studie enthält detaillierte Angaben für diejenigen Wirtschaftszweige, die den Touristischen Leistungsträgern zuzuordnen sind. Die übrigen Wirtschaftszweige werden in aggregierter Form dargestellt.

### *Touristische Leistungsträger*

Zu den Touristischen Leistungsträgern (TL) zählen jene Wirtschaftszweige, welche eng mit dem Tourismus verbunden sind. Sie umfassen das Beherbergungs- und Gaststättengewerbe, die Eisenbahnen (nur Personenbeförderung), die Bergbahnen, den Personenstrassenverkehr, die Schifffahrt (nur Personen), die Reisebüros und Tourismusvereine, den Wirtschaftszweig Unterhaltung, Kultur, Sport sowie die Erbringung von persönlichen Dienstleistungen.

### *Bestimmen der Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur*

Die *Beschäftigungsstruktur* der einzelnen Regionen basiert auf den Daten der STATENT 2015 des BFS und wird gemäss einer für die Studie relevanten Brancheneinteilung ausgewiesen.

Die *Wirtschaftsstruktur* basiert auf der Wertschöpfung pro Wirtschaftszweig. Die Beschäftigten (in Vollzeitäquivalenten VZÄ) pro Wirtschaftszweig werden dazu mit



ihrer Arbeitsproduktivität multipliziert. Unter Arbeitsproduktivität wird die pro Beschäftigten (VZÄ) erwirtschaftete Bruttowertschöpfung verstanden. Die für die Studie eingesetzte Arbeitsproduktivität stützt sich auf zwei Grundlagen: (1) Hochrechnungen basierend auf dem Produktionskonto und der STATENT 2015 des BFS und (2) regionale Anpassung der zugrunde liegenden Produktivitäten basierend auf regionalen Lohnunterschieden (LSE) und einem Abgleich mit dem kantonalen BIP.

## 2.5 Änderung der Basisstatistiken und Neuberechnung der Zahlen von 2008

Die Studie 2008 wurde für das Jahr 2017 aktualisiert. Seit 2008 haben bei den *Basisstatistiken und -daten* zum Teil *grundlegende Veränderungen* stattgefunden. Die wichtigsten sind nachfolgend kurz erläutert:

- Die *Beschäftigungsstatistik* wurde von der nur alle drei Jahre durchgeführten Betriebszählung (BZ) auf die *STATENT* umgestellt. Die *STATENT* weist die Beschäftigung seit 2011 jährlich basierend auf AHV-Registerdaten aus. Diese Umstellung hat die Datenqualität verbessert, da die Statistik nun auf einer Vollerhebung basiert. Zudem kann die Entwicklung dank jährlich verfügbarer Daten wesentlich genauer nachverfolgt werden. Ein methodisch grosses Problem ist jedoch, dass es für 2008 keine *STATENT*-Daten gibt und die *STATENT* nicht mit der BZ kompatibel ist.
- Eine weitere Änderung betrifft die *Revision der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR)*, welche das BFS 2014/15 vorgenommen hat. Diese Revision diente vor allem der Harmonisierung der Schweizer VGR mit dem europäischen System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen (ESVG). Sie hatte grössere Anpassungen beim nationalen und kantonalen Bruttoinlandprodukt, bei der Bruttowertschöpfung in verschiedenen Wirtschaftszweigen sowie bei den zugrundeliegenden Arbeitsproduktivitäten zur Folge.
- Eine dritte Veränderung betrifft die Anpassungen bei der *Klassifikation der Wirtschaftszweige (NOGA)*. Dabei wurden in der neuen NOGA 2008 gewisse Wirtschaftszweige anders zugeordnet als in früheren Versionen.

Diese Veränderungen bei den Basisstatistiken und -daten stellten eine grosse methodische Herausforderung dar, wenn es darum geht, die *Entwicklung seit 2008 möglichst realistisch aufzuzeigen*. Um dies zu ermöglichen, wurde eine *Rückrechnung* basierend auf den aktuellen Daten vorgenommen und die Zahlen von 2008 neu berechnet. Entsprechend sind die für 2008 in der aktuellen Studie ausgewiesenen Werte nicht vergleichbar mit denjenigen der Studie 2010.

Methodisch wurde bei der Rückrechnung wie folgt vorgegangen: Für die Jahre 2011 bis 2015 können kantonale Produktivitäten, Beschäftigung und Wertschöpfung bestimmt werden. Für das Jahr 2008 liegt eine offizielle kantonale Wertschöpfungsberechnung (BIP) vor, die jedoch auf 6 Branchen aggregiert ist. Zur Aufteilung, auf die notwendige Branchenstruktur für die Modelle, wurde die detaillierte vorliegende Wertschöpfungsstruktur von 2011 mit kantonalen Indikatoren auf das Jahr 2008 (Wachstum des BIPs von 2011-2014) zurückgerechnet. Die ermittelten Werte wurden in einem weiteren Schritt auf die offiziell ausgewiesene Wertschöpfung, die aggregiert für das Jahr 2008 vorliegt, skaliert. Die kantonale Produktivität für das Jahr 2008 wurde ermittelt, indem die kantonale Produktivität des Jahres

2011 mit Indikatoren (Produktivitätsentwicklung 2008 bis 2011 für die Schweiz) auf 2008 zurückgerechnet wurden. In einem letzten Schritt wurde die so ermittelte Wertschöpfung durch die Produktivität der Beschäftigten für das Jahre 2008 dividiert um die Beschäftigten in VZÄ zu erhalten.

## 2.6 Gästebefragung

Zwischen Anfang Juni und Ende November 2017 wurden an verschiedenen Standorten im Kanton Solothurn Passanten kontaktiert und im Rahmen von *kurzen Interviews* befragt. Die Befragung vor Ort dient einerseits dazu, die *Frequenzen der Tagesgäste* zu schätzen, andererseits gibt sie Auskunft über die *Herkunft* der Besucher/innen und über ihre *Aktivitäten* am Befragungstag.

Die Anzahl Befragungstage und die Standorte sind so ausgewählt, dass die Herkunft der Besucher/innen vor Ort für die fünf Tourismusregionen Solothurn, Olten, Grenchen, Schwarzbubenland und Thal bestmöglich abgebildet wird. Zudem wurde im Schwarzbubenland – im Museum für Musikautomaten, Seewen – ein iPad permanent montiert, so dass interessierte Besucher/innen den Fragebogen selbstständig ausfüllen konnten. Beim Kloster Mariastein wurde zusätzlich zu den Befragungen eine Besucherzählung installiert. Eine detaillierte Tabelle mit den Befragungsstandorten zeigt Abbildung 6.

Gäste, die bereit waren weitere Fragen – insbesondere zu ihren Tagesausgaben – zu beantworten und dazu ihre Email-Adresse zur Verfügung stellten, wurden kurz nach dem ersten Kontakt mit einem Link zu einem *Onlinefragebogen* bedient. Personen die nicht antworteten wurden bis zu zweimal «gemahnt».

Um genügend Antworten – insbesondere von übernachtenden Gästen – zu erhalten wurde versucht auch über Hotels, Campings und Stadtführungen Gäste mit dem Onlinefragebogen zu bedienen. In der Region Solothurn konnten mehrere Anbieter motiviert werden, den Link zu verschicken. In den übrigen Regionen war dies nur in geringem Umfange möglich. Dieser «Anbieterfragebogen» enthielt auch die Fragen des iPad-Fragebogens.

### Abgrenzung der Einheimischen

An den jeweiligen Befragungsstandorten galten Personen als Einheimische, die in *den genannten Bezirken gemäss Abschnitt 2.1* ihren ständigen Wohnsitz haben. Ebenfalls nicht zu den Gästen gezählt wurden Personen, die in den entsprechenden Bezirken arbeiten, zur Schule gehen oder studieren.

### Befragungsumfang

Die Befrager/innen und Befragter kontaktierten insgesamt im Kanton Solothurn rund 7'500 Personen, davon waren 260 solche mit Arbeits- oder Ausbildungsplatz in der Region, rund 3'200 Einheimische und rund 4'000 Gäste. Die Anzahl Befragungstage wurde so festgelegt, dass in jeder Region mindestens 1'000 Personen kontaktiert werden konnten (Abb. 4).

43% der Gäste (1'736) stellten ihre Email-Adresse für den Versand des Links zum Onlinefragebogen zur Verfügung. Damit konnten insgesamt rund 1'700 Fragebogen online verschickt werden. Der Rücklauf betrug 1'156 Fragebogen. Pro kontaktierten Gast beträgt die Rücklaufquote 29% und ist damit erfreulich hoch. Weitere Onlinefragebogen unbekannter Anzahl wurden via Email durch einzelne Anbieter

versandt. Von diesen Fragebogen resultiert ein Rücklauf von 320 Stück, so dass insgesamt fast 1'500 ausgefüllte Fragebogen ausgewertet werden konnten.

Einheimische und Personen mit Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz in der Befragungsregion erhielten keinen Onlinefragebogen.

**Abbildung 4:** Befragungsumfang: Anzahl Kurzbefragungen vor Ort und Rücklauf der Fragebogen

Befragte	Kanton	Region				
	Solothurn	Solothurn*	Olten	Grenchen**	Schwarzbubenland	Thal
Kurzbefragungen «auf der Strasse»	<b>7'515</b>	3'232	1'884	1'277	1'328	1'071
Arbeit/Schule	<b>260</b>	108	91	41	54	7
Einheimische gemäss Befragung	<b>3'227</b>	1'530	974	582	344	379
Einheimische gemäss PLZ***	<b>3'176</b>	1'477	973	517	352	374
Gäste gemäss Befragung	<b>4'028</b>	1'594	819	654	930	685
Gäste gemäss PLZ***	<b>4'079</b>	1'647	820	719	922	690
Email-Adressen	<b>1'736</b>	691	423	264	344	278
Rücklauf Onlinebefragung						
Via Email	<b>1'156</b>	488	268	184	200	200
Via Anbieter	<b>320</b>	287	18	1	15	0
Total Onlinefragebogen	<b>1'476</b>	775	286	185	215	200
Email-Adressen in % der Gäste****	<b>43%</b>	43%	52%	40%	37%	41%
Rücklauf in % der Email-Adressen	<b>67%</b>	71%	63%	70%	58%	72%
Rücklauf in % der Gäste**	<b>29%</b>	31%	33%	28%	22%	29%

\*Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt und Solothurn; \*\*Bezirk Lebern  
 \*\*\*Korrektur der Einstufung mit Hilfe der PLZ. \*\*\*\* Gäste gemäss Befragung.  
 Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

## Inhalte der Befragung

Anlässlich der *Befragung vor Ort* wurden folgende Daten erhoben:

- Herkunft (Wohnort/Kanton/Land) von Gästen und Einheimischen
- *Bei Einheimischen:* Anzahl Logiernächte von Freunden/Bekanntem und Verwandten bei sich zuhause sowie Haushaltsgrösse
- Verkehrsmittel, Hauptmotiv der Reise (Freizeit/beruflich), Zusammensetzung der Reisegruppe
- Übernachtung im Kanton Solothurn ja/nein sowie Anzahl Logiernächte, Übernachtungsort und Übernachtungskategorie
- Aufenthaltsdauer bei Tagesgästen
- Aktivitäten der Gäste während ihrem Aufenthalt im Kt. Solothurn
- Geplante Aktivitäten für spätere Aufenthalte im Kt. Solothurn
- Schätzung der Tagesausgaben bei Tagesgästen, Schätzung der Übernachtungskosten bei übernachtenden Gästen
- Einfache Spezialfragen der Regionen Olten, Schwarzbubenland und Thal
- Bereitschaft weitere Fragen nach Abschluss des Aufenthalts zu beantworten und gegebenenfalls Email-Adresse

*Online* wurden die Aktivitäten während dem ganzen Aufenthalt in der Region nochmals abgefragt und zusätzlich dazu die genauen Ausgaben während dem gesamten Aufenthalt. Die Onlinedaten wurden mit den «vor Ort Daten» zusammengeführt.

## Herkunft der Befragten

Die Befragten im Kanton Solothurn stammen rund zur Hälfte aus dem Kanton selbst, dabei sind 42% Einheimische und rund 8% ausserhalb der Befragungsregion wohnhaft und gelten somit als Gäste in der betreffenden Region (Abb. 5).

**Abbildung 5:** Herkunft der Befragten vor Ort

Befragte	Kanton Solothurn	Region				
		Solothurn*	Olten	Grenchen**	Schwarzbubenland	Thal
Kurzbefragungen «auf der Strasse»	7515	3'232	1'884	1'277	1'328	1'071
Verteilung in %	%	%	%	%	%	%
Arbeit/Schule	3.5%	3.3%	4.8%	3.2%	4.1%	0.7%
<b>Wohnhaft im Kt. Solothurn</b>	<b>50.0%</b>	<b>54.2%</b>	<b>54.8%</b>	<b>55.1%</b>	<b>30.0%</b>	<b>53.4%</b>
<i>Einheimische***</i>	42.3%	45.7%	51.6%	40.5%	26.5%	34.9%
<i>Aus dem übrigen Kt. Solothurn</i>	7.7%	8.5%	3.2%	14.6%	3.5%	18.5%
<b>Wohnhaft in der übrigen Schweiz</b>	<b>40.5%</b>	<b>38.1%</b>	<b>36.4%</b>	<b>38.2%</b>	<b>51.4%</b>	<b>41.2%</b>
<i>Nachbarkantone</i>	27.8%	26.4%	24.5%	27.7%	34.8%	29.1%
<i>Anderer</i>	12.7%	11.7%	11.9%	10.5%	16.6%	12.1%
<b>Wohnhaft im Ausland</b>	<b>6.1%</b>	<b>4.5%</b>	<b>4.0%</b>	<b>3.5%</b>	<b>14.7%</b>	<b>4.6%</b>
<i>Deutschland</i>	2.5%	2.0%	1.8%	1.9%	5.3%	2.1%
<i>Frankreich</i>	1.3%	0.5%	0.3%	0.5%	4.9%	0.9%
<i>Übrige Nachbarländer</i>	0.4%	0.4%	0.4%	0.3%	0.5%	0.3%
<i>Übriges Europa</i>	1.1%	0.9%	0.7%	0.5%	2.6%	0.9%
<i>Anderer</i>	0.8%	0.7%	0.8%	0.3%	1.4%	0.4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

\*Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt und Solothurn; \*\*Bezirk Lebern, \*\*\*gemäss PLZ  
Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Die Personen mit Wohnort ausserhalb des Kantons reisten aus den Nachbarkantonen (gut ein Viertel), aus der übrigen Schweiz (rund 13%) und aus dem Ausland (ca. 6%) an. 3.5% der Befragten sind keine Einheimische, haben aber ihren Arbeits- oder Ausbildungsort in der Region. Diese Personen wurden nicht weiter befragt.

Zwischen den Regionen fallen folgende Unterschiede auf:

- In der Region Schwarzbubenland zirkulieren infolge ihrer geografischen Lage Personen aus den Nachbarkantonen – insbesondere BL – und der übrigen Schweiz – insbesondere BS. Auch der Anteil an Ausländern, vornehmlich aus Deutschland und Frankreich, ist infolge der beiden Anziehungspunkte Mariastein und Goetheanum höher als in den übrigen Regionen.
- In Olten ist der Anteil an Personen mit ständigen Arbeits- oder Ausbildungsplatz leicht höher als in den übrigen Regionen.
- In der Region Thal wurden ebenfalls weniger Einheimische angetroffen als im Kantonsdurchschnitt. Besucher aus dem übrigen Kanton Solothurn sind im Naturpark Thal jedoch überdurchschnittlich häufig anzutreffen.

Detaillierte Angaben zur Herkunft der Befragten an den einzelnen Standorten sind in Kapitel 7 dargestellt.

## Befragungsstandorte der Gästebefragung

Die Tabelle in Abbildung 6 zeigt eine Übersicht aller Befragungsstandorte aufgeteilt auf die fünf Regionen im Kanton Solothurn auf.

**Abbildung 6:** Befragungsstandorte Gästebefragung, Sommer 2017

Befragungsstandort
Solothurn Stadt, Markt und Stadtrundgang
Street Food Festival
Rudermeisterschaft / Camping / Pier 11
Circus Knie
Barszene an der Aare
Barszene an der Aare und Sommerfilme
Verenaschlucht / Einsiedelei
Weissenstein
Weissenstein Schwinget
Weissenstein Uhuru Festival
Weissenstein Begchilbi
Stadt Olten Altstadt
Stadt Olten Altstadt, Coop Beach Tour Volley
Stadt Olten Altstadt, Gustofestival
Stadt Olten Altstadt, Stadtfest
Stadt Olten Altstadt, in Hotels an der Reception
Stadt Olten Altstadt, Buchfestival
Stadt Olten Rundgang, Einkaufszentrum
Schönenwerd, Ballypark, Bally Schuhmuseum, Fashion Fish
Teufelsschlucht
Wiiberheer
Fussballspiel
World Food Festival
Rock am Märetplatz
Grenchen Südbahnhof, Gospel Open Air
Grenchen Südbahnhof, Chinderolympiade
Grenchen Südbahnhof und Stadt
Unterer- und Oberer Grenchenberg (Restaurant), Musikevents
Airport, Velodrome, Fischerhaus
Heli-Weekend 2017
Freefly Festival
Aaremeisterschaften und Fischerhaus
Velodrome
Storchensiedlung Altreu, Camping, Restaurant «Zum grünen Aff»
Schiff Solothurn Grenchen und zurück
Kloster Mariastein (Parkplatz und äusserer Platz vor Kirche)
Kloster Mariastein, Frohnleichnam
Bahnhof Dornach und Goetheanum
Portiunkula Markt, Dornach
Bahnhof Dornach und Gempenturm
Gewerbeausstellung in Kleintützel
Steinegg-Schwinget, Himmelried
Bluegrass Festival, Gempen
Swiss Carving Open, Gempen
Museum für Musikautomaten, Seewen, iPad vor Ort und Befragung
Infocenter Naturpark Thal
Brunnenfest Lauppersdorf
10 Jahre Museum Haarundkamm Mümliswil
Jodlerchilbi Passwang, im Reckenkien ob Mümliswil
1. Augustbrunch auf dem Berghof Montpelon
Genusswanderung von Coop
Reining Masters, Matzendorf
Naturpark Märet in Balsthal
Beringungsstation
Naturparkbus
Bahnhof Balsthal, Holzweg Thal
Bahnhof Balsthal, Holzweg Thal, Leserwanderung
Passwang

itter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Für die Auswertung der Resultate nach Befragungsstandort wurden folgende Aggregationen vorgenommen:

#### *Solothurn/Grenchen*

- Solothurn Stadt, Markt und Stadtrundgang => nicht aggregiert
- Street Food Festival, Cirkus Knie => Street Food Festival / Knie
- Rudermeisterschaft Camping / Pier 11 => nicht aggregiert
- Barszene an der Aare und Sommerfilme = Barszene an der Aare
- Verenaschlucht (oberen Ende bei der Einsiedelei) => nicht aggregiert
- Weissenstein => nicht aggregiert
- Weissenstein Schwinget, Weissenstein Uhuru Festival, Weissenstein Begchilbi => Weissenstein Events
- Wiiberheer, Fussballspiel, World Food Festival, Rock am Märetplatz, Grenchen Südbahnhof Gospel Open Air, Grenchen Südbahnhof Chinderolympiade => Grenchen Events
- Unterer - und Oberer Grenchenberg (Restaurant), Musikevents => Grenchenberg
- Airport, Velodrome, Fischerhaus, Heli-Weekend 2017, Freefly Festival, Aaremeisterschaften und Fischerhaus => Airport / Velodrome / Events
- Storchensiedlung Altreu, Camping, Restaurant «Zum grünen Aff» => Altreu
- Schiff Solothurn Grenchen und zurück => Aareschiff

#### *Olten*

- Stadt Olten Altstadt => nicht aggregiert
- Coop Beach Tour Volley, Gustofestival, Stadtfest, Buchfestival => Olten Events
- Stadt Olten Altstadt, in Hotels an der Réception => nicht ausgewiesen
- Stadt Olten Rundgang mit Einkaufszentrum => nicht aggregiert
- Schönenwerd / Ballypark / Bally Schuhmuseum, Fashion Fish => nicht aggregiert
- Teufelsschlucht => nicht aggregiert

#### *Schwarzbubenland*

- Kloster Mariastein (Parkplatz und äusserer Platz vor Kirche), Kloster Mariastein Frohnleichnam => Kloster Mariastein
- Bahnhof Dornach und Goetheanum => nicht aggregiert
- Bahnhof Dornach und Gempenturm => Gempenturm
- Portiunkula Markt, Gewerbeausstellung in Kleinlützel, Steinegg-Schwinget, Bluegrass, Swiss Carving Open => Schwarzbubenland Events
- Museum für Musikautomaten, Seewen => nicht aggregiert

#### *Naturpark Thal*

- Brunnenfest Lauppersdorf, 10 Jahre Museum Haarundkamm Mümliswil, Jodlerchilbi Passwang, im Reckenkien ob Mümliswil, 1. Augustbrunch auf dem Berg-hof Montpelon, Genusswanderung von Coop, Reining Masters, Matzendorf, Naturpark Märet in Balsthal => Thal, Events
- Infocenter Naturpark Thal, Bahnhof Balsthal, Holzweg Thal, Bahnhof Balsthal, Holzweg Thal, Leserwanderung => Holzweg Thal / Infocenter

- Beringungsstation, Naturparkbus => Naturparkbus und Beringungsstation
- Passwang => nicht aggregiert

## 2.7 Bestimmung der Gästefrequenzen und der Gesamtnachfrage

### Definition von Gast bzw. Tourist

Als *Gäste (Touristen)* werden alle Personen bezeichnet, die sich innerhalb der untersuchten Region aufhalten und *weder in der näheren Umgebung wohnhaft sind, noch dort arbeiten oder studieren*. Der Grund bzw. das Motiv des Besuches spielt dabei keine Rolle. Personen, die sich innerhalb der *näheren oder gewohnten Umgebung aufhalten sind Einheimische* und ihre Ausgaben sind nicht touristisch. Als Abgrenzung für die «nähere bzw. gewohnte Umgebung» wird in dieser Studie jeweils die *bezirksgenau abgegrenzte Tourismusregion* definiert. Diese umfasst für die Region Solothurn die Bezirke Solothurn, Wasseramt, Bucheggberg und Lebern. Für die Region Olten, die Bezirke Olten, Gäu und Gösgen, für die Region Grenchen den Bezirk Lebern, für das Schwarzbubenland die Bezirke Dorneck und Thierstein und für den Naturpark Thal den Bezirk Thal.

Die Definition gilt auch für Geschäftstouristen. Geschäftstouristen sind Personen, die sich für eine begrenzte Zeit aus beruflichen Gründen an einem Ort aufhalten. Dies kann eine Sitzung sein, der Besuch eines Seminars, ein Verkaufsgespräch aber auch ein länger dauernder Auftrag (Beratung, Installation und Wartung von Produktionsanlagen). Geschäftstouristen werden bei den touristischen Frequenzen mitgezählt und ihre Ausgaben sind touristisch.

Die Gäste unterteilen sich in die zwei Kategorien: Tagesgäste und übernachtende Gäste bzw. Übernachtungsgäste.

- *Tagesgäste* sind alle Gäste, die sich am Untersuchungstag in der untersuchten Region aufhalten jedoch nicht dort übernachten.
- *Übernachtungsgäste* sind alle Gäste, die innerhalb der untersuchten Region in einer Unterkunft übernachten, die nicht ihr ständiger Wohnsitz oder ihr Arbeitswohnsitz ist. Sie werden in der Studie differenziert nach einzelnen Beherbergungskategorien ausgewiesen.

### Schätzung der Gästefrequenzen

Die Aufenthaltstage der Gäste in der untersuchten Region werden Gästefrequenzen genannt. Bei den übernachtenden Gästen entsprechen die Frequenzen per Definition den Logiernächten.

Bei der Ermittlung der Frequenzen in den einzelnen Beherbergungskategorien gibt es Unterschiede in der Art und Qualität der Datengrundlagen.

#### *Hotellerie*

Für die Hotellerie liegen offizielle Erhebungen des BFS vor (HESTA). Die dargestellten Frequenzen der Hotelgäste entsprechen den durch das BFS erhobenen Logiernächten für das Jahr 2017.

### *Parahotellerie*

Die Logiernächte der Parahotellerie (Airbnb, B&B, Ferienwohnungen) wurden aufgrund der recherchierten Anzahl Objekte geschätzt und durch stichprobenweise telefonische Anfragen bei den Anbietern plausibilisiert. Die Anzahl Objekte wurde über die von den Regionen bereitgestellten Listen bestimmt und durch Internetrecherchen ergänzt. Um Doppelzählungen zu vermeiden wurde die so generierte Liste mit den in der HESTA erfassten Betrieben abgeglichen.

### *Zweitwohnungen*

Die Eigentümer/innen von Zweitwohnungen sind Gäste (Touristen) und ihre Ausgaben gelten als touristisch, sofern die Zweitwohnung nicht als Arbeits- oder Studienwohnsitz verwendet wird. Zur Bestimmung der Anzahl Zweitwohnungen dienen die Angaben des Wohnungsinventars des Bundesamtes für Raumentwicklung, ARE. Das Inventar bezeichnet die Erstwohnungen. Alle Wohnungen, die nicht als Erstwohnung gelten, werden den Zweitwohnungen zugerechnet<sup>7</sup>. Von diesen wird jedoch nur ein kleiner Teil auch effektiv als touristische Zweitwohnungen genutzt. Für den Kanton Solothurn wurde, basierend auf der Erfahrung aus der Studie 2010 und weiteren Studien von Rütter Soceco, ein Anteil von 5% als touristische Zweitwohnung interpretiert.

Den nach dieser Methode festgelegten Anzahl Ferienwohnungen wurden je 75 Logiernächte pro Jahr unterstellt, was ein Erfahrungswert aus eigenen empirischen Erhebungen in anderen Kantonen ist.

### *Gäste von Verwandten und Bekannten*

«Besucher/innen von Verwandten und Bekannten» sind übernachtende Gäste von in der Region ansässigen Haushalten. Nicht übernachtende Besucher/innen werden als Tagesgäste gezählt. Die Übernachtungen bei Verwandten/Bekanntem wurden basierend auf den rund 3'000 Interviews mit Einheimischen im Rahmen der Gästebefragung ermittelt.

### *Tagesgäste*

Aus den insgesamt rund 4'000 Interviews anlässlich der Gästebefragung vor Ort geht der Tagesgästeanteil an den Gesamtfrequenzen für die jeweiligen Befragungsstandorte hervor. Basierend auf den Werten der einzelnen Standorte wurde der Tagesgästeanteil für die gesamte Region geschätzt. Dabei wurde berücksichtigt, dass die Geschäftsgäste in der Befragung unterrepräsentiert sind. Mit Hilfe von Angaben von Hoteliers und B&B Anbietern wurden die übernachtenden Gäste in Geschäfts- und Freizeitgäste unterteilt. Den so ermittelten übernachtenden Freizeitgästen wurde der Tagesgästeanteil aus der Befragung gegenübergestellt und damit hochgerechnet. Für die Schätzung der Geschäftstagesgäste wurde ein Ansatz gewählt, der auf der Anzahl Beschäftigten in den Regionen basiert, nämlich 3 Geschäfts(tages)gäste pro Beschäftigten.

### *Abgleich mit der Befragung*

Das aus den verschiedenen Quellen stammende Frequenzgerüst wurde zur Validierung mit der aus der Befragung ermittelten Gästeverteilung abgeglichen.

---

<sup>7</sup> Die vom ARE geplante genauere Zuordnung der Wohnungen durch die Gemeinden ist noch nicht einheitlich erfolgt.



### *Abgleich im Zuge der Modellrechnungen*

Im Zuge der modellmässigen Abstimmung von Angebot und Nachfrage wurde das Frequenzgerüst weiter plausibilisiert und justiert.

### **Bestimmung der Tagesausgaben**

Die *Tagesausgaben* umfassen alle Ausgaben der Gäste während ihres Aufenthalts in der Region, geteilt durch die Anzahl Aufenthaltstage. Basis der Tagesausgaben ist die durchgeführte Gästebefragung. Die Datenmenge und -qualität liess für die Übernachtungsgäste eine Auswertung für jede Gästekategorie auf der Ebene des gesamten Kantons zu. Die regionale Unterschiede ergeben sich durch die unterschiedliche Angebotsstruktur.

Die in der Befragung erhobenen Ausgaben von Gästen, die bei Verwandten und Bekannten übernachteten ist dabei überschätzt, da nur Gäste befragt wurden, die sich an touristisch interessanten Orten aufhielten und mehrheitlich auch Ausgaben tätigen. Die Ausgaben mussten daher nach unten korrigiert werden.

Die Tagesausgaben der Tagesgäste konnten aufgrund der guten Datenlage für jede Region separat ausgewertet werden.

Die Tagesausgaben wurden basierend auf den Angaben aus rund 1'500 Onlinefragebogen den verschiedenen Ausgabekategorien zugeordnet.

Die Ausgaben für die *Hin- und Rückreise in die Region* sind in den Tagesausgaben nicht enthalte. Sie werden für die Berechnung der Gesamtnachfrage aber pauschal hinzugefügt. Die Schätzung dieser Ausgaben erfolgte anhand der mittleren Anreisedistanz der befragten Gäste vom Wohnort, dem Transportmittel und dem (mittleren) Anteil der Anreise die innerhalb des Kantons Solothurn liegt.

### **Touristische Gesamtnachfrage**

In der Studie wird zwischen Gästenachfrage beim Aufenthalt und Gesamtnachfrage brutto und netto unterschieden. Die *Gästenachfrage beim Aufenthalt* entspricht allen Ausgaben der Gäste (Tagesgäste und Übernachtungsgäste) in der Region multipliziert mit den jeweiligen Frequenzen.

In der *Gesamtnachfrage* sind zusätzliche Nachfrageelemente enthalten, die entweder nicht gästespezifisch zugeordnet werden können oder unabhängig vom Aufenthalt der Gäste anfallen:

- *Reisekosten*, die in der Region anfallen
- *Laufende Kosten und Investitionen* für bereits bestehende *Ferienwohnungen*
- *Eigenmietwert von Ferienwohnungen*

Unter Einbezug dieser zusätzlichen Komponenten resultiert die *Gesamtnachfrage (brutto)*. Für die anschliessende Berechnung der volkswirtschaftlichen Wirkungen sind die *Zuflüsse* in die Region und *Abflüsse* aus *der Region* zu berücksichtigen. Diese Zu- und Abflüsse können sowohl in andere Regionen des Kantons Solothurn (z.B. Verkehr) wie auch in andere Kantone (z.B. Schifffahrt) fliessen, je nachdem wo die entsprechenden Leistungsträger ihren Firmensitz haben bzw. Arbeitsplätze aufweisen. Nach diesen Bereinigungen resultiert die *Gesamtnachfrage netto*. Diese *entspricht in etwa den tourismusbezogenen Umsätzen der Leistungsträger* mit Sitz in der entsprechenden Region, bzw. im Falle des Detailhandels der Marge.

## 2.8 Ermittlung der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung

### Touristische Bruttowertschöpfung

Die Ausgaben der Gäste lösen in der regionalen Wirtschaft Umsätze, Beschäftigung und Wertschöpfung aus. Die *touristische Gesamtnachfrage (netto)* ist der Primärimpuls für die Berechnung der touristischen Bruttowertschöpfung. Zusätzlich werden bei der Berechnung auch noch *spezifisch touristische Ausgaben der Einheimischen* einbezogen, die sie aber innerhalb ihrer Region tätigen. Dazu zählen insbesondere Ausgaben bei Reisebüros oder bei Carunternehmen. Diese Ausgaben werden, im Gegensatz zu den Ausgaben der Einheimischen im Gastgewerbe etc., dem Tourismus der Region zugerechnet.

Der Gesamtimpuls (touristische Gesamtnachfrage und touristische Ausgaben der Einheimischen) wird zunächst basierend auf der Ausgabenstruktur den jeweiligen Branchen zugeordnet. Unter Berücksichtigung des branchenspezifischen Vorleistungsanteils resultiert dann die *direkt touristische Bruttowertschöpfung* pro Wirtschaftszweig.

Die *indirekten Wirkungen* werden mittels eines regionalisierten Impact-Modells berechnet, welches auf der Input-Output-Tabelle der Schweiz basiert. Damit werden die *Vorleistungs-, Investitions- und Einkommenseffekte* (über Konsumausgaben, der im Tourismus beschäftigten Personen) ermittelt. Ebenfalls berücksichtigt werden die Effekte, welche durch die Nachfrage zwischen den Regionen des Kantons Solothurn (interregionale Effekte) und durch die in der übrigen Schweiz ausgelösten Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen des Kantons Solothurn ausgelöst werden. Die indirekten Wirkungen werden im Impact-Modell, soweit möglich, wiederum einzelnen Branchen zugeordnet. Durch Aggregation der direkten und indirekten Wirkungen resultiert dann die *touristische Bruttowertschöpfung pro Branche*. Die *totale touristische Bruttowertschöpfung einer Region* ergibt sich durch Aggregation der Werte der einzelnen Branchen.

Die Ergebnisse der nachfrageseitigen Modellrechnungen werden plausibilisiert mit der totalen Wertschöpfung der Branche sowie den Tourismusanteilen der Studie 2010.

### Touristische Beschäftigung

Unter *Beschäftigung bzw. Beschäftigte* wird in dieser Studie die Beschäftigung gemessen in *Vollzeitäquivalenten (VZÄ)* verstanden. Massgebend ist somit nicht die Anzahl Personen, sondern das Arbeitsvolumen, umgerechnet auf *vollzeitäquivalente Beschäftigung*. Dies ist wichtig, da in der Tourismuswirtschaft sehr viele Personen temporär und/oder teilzeitlich tätig sind. Die touristische Beschäftigung ist derjenige Anteil an der Beschäftigung, der direkt oder indirekt durch die Gäste (Touristen) ausgelöst wird. Sie wird berechnet, indem die touristische Bruttowertschöpfung durch die Produktivität des jeweiligen Wirtschaftszweigs geteilt wird. Die *totale touristische Beschäftigung einer Region* ergibt sich wiederum durch Aggregation der Werte der einzelnen Branchen.

### Tourismusanteil

Der *Tourismusanteil* wird in dieser Studie für einzelne Branchen, für die Touristischen Leistungsträger sowie für die Gesamtwirtschaft bezogen auf die *Beschäftigung* ausgewiesen. Den Tourismusanteil erhält man, indem man die ermittelte

touristische Beschäftigung (direkt und indirekt) ins Verhältnis zur Gesamtbeschäftigung der Branche setzt. Ausser bei den Reisebüros und Tourismusvereinen, die per Definition zu 100% touristisch sind,<sup>8</sup> liegen alle Tourismusanteile unter 100%, da ein Teil der Leistungen für Einheimische erbracht wird. Dies gilt auch für die Beherbergung, da ein Grossteil der Hotels auch Restaurants betreibt, die einen Teil des Umsatzes mit Einheimischen erzielen.

Der Tourismusanteil der Touristischen Leistungsträger und der Gesamtwirtschaft wird analog berechnet. Der *Tourismusanteil an der Gesamtbeschäftigung einer Region bzw. des Kantons* weist die *volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus* aus.

### **Darstellung der Ergebnisse**

Die Tourismusanteile (direkt + indirekt) sowie die durch den Tourismus ausgelöste Beschäftigung und Wertschöpfung werden nach Branchengruppen und teilweise nach einzelnen Wirtschaftszweigen tabellarisch ausgewiesen. Zusätzlich werden weitere, nicht zugeordnete indirekte Wirkungen (weitere Vorleistungswirkungen, Investitionen, Einkommenseffekt) ausgewiesen. Diese Effekte fliessen ebenfalls in die Gesamtergebnisse ein.

---

<sup>8</sup> Bei Reisebüros werden auch die Leistungen für die Einheimischen zum Tourismus gezählt.



### 3. Analyse der Hotellerie

#### 3.1 Struktur von Angebot und Nachfrage 2017

Abbildung 7 zeigt eine Übersicht über die Beherbergungskapazitäten, die Hotellernächte sowie die Zimmer- und Bettenauslastung im Kanton Solothurn und den fünf<sup>9</sup> Solothurner Tourismus Regionen sowie in den Städten Solothurn, Olten und Grenchen. Zum Vergleich sind auch die Werte der Kantone Aargau, Baselland, Schaffhausen und Thurgau sowie der gesamten Schweiz aufgeführt.

##### Anzahl Hotelbetriebe, Zimmer und Betten

2017 verfügte der Kanton Solothurn über 76 geöffnete Hotelbetriebe mit insgesamt rund 1'750 verfügbaren Zimmern und 3'240 Betten.

**Abbildung 7:** Struktur von Angebot und Nachfrage im Kt. Solothurn und in Vergleichsregionen 2017

Struktur von Angebot und Nachfrage 2017										
	Ge- öffnete Betriebe	Verfü- bare Zimmer	Verfü- bare Betten	Zimmer pro Betrieb	Betten pro Betrieb	Logier- nächte (LN)	Zimmer- aus- lastung	Betten- aus- lastung	Aufent- halts- tage Ø	LN/ Ein- wohner /in
Region Solothurn*	38	772	1'510	21	40	196'041	51.3%	36.1%	2.16	1.62
Region Olten	24	736	1'329	30	55	174'122	45.9%	36.5%	1.71	1.73
Region Grenchen**	11	232	484	21	44	56'304	50.2%	33.1%	2.90	1.23
Schwarzbubenland	9	143	234	15	25	26'267	41.3%	32.6%	3.35	0.74
Naturpark Thal	5	104	167	21	33	17'214	35.1%	28.6%	1.67	1.18
Kanton Solothurn	76	1'754	3'240	23	43	413'644	47.3%	35.7%	1.97	1.52
Stadt Solothurn	12	332	610	28	52	92'648	58%	42%	1.73	5.58
Stadt Olten	8	287	551	36	69	72'637	51%	37%	1.87	3.79
Stadt Grenchen	4	81	118	20	30	15'560	44%	37%	1.99	0.88
Vergleichsregionen										
Aargau	146	3'329	5'657	23	39	715'833	45.0%	35.5%	-	-
Baselland	54	1'290	2'355	24	43	281'820	43.9%	33.6%	-	-
Schaffhausen	25	630	1'243	25	49	153'023	45.7%	34.8%	-	-
Thurgau	109	1'996	3'567	18	33	407'575	41.4%	32.1%	-	-
Schweiz	4'369	130'053	250'990	30	57	37'392'740	52.9%	43.0%	-	-

Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Sococo  
\*Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn; \*\*Bezirk Lebern

Rund die Hälfte der geöffneten Hotelbetriebe des Kantons Solothurn befinden sich in der Region Solothurn (38 Betriebe). Davon sind 12 in der Stadt Solothurn angesiedelt. Knapp ein Drittel der Betriebe (24) liegt in der Region Olten, davon 8 in der Stadt selbst. Die Region Grenchen verfügt über 11 Hotels, davon 4 in der Stadt Grenchen und das Schwarzbubenland über 9 Betriebe (12%). Im Naturpark Thal liegen 5 Hotelbetriebe.

<sup>9</sup> Es ist zu beachten, dass die Region Grenchen Teil der Region Solothurn ist. Vgl. dazu jeweils Fussnote der Abbildungen.

### Verfügbare Zimmer pro Betrieb

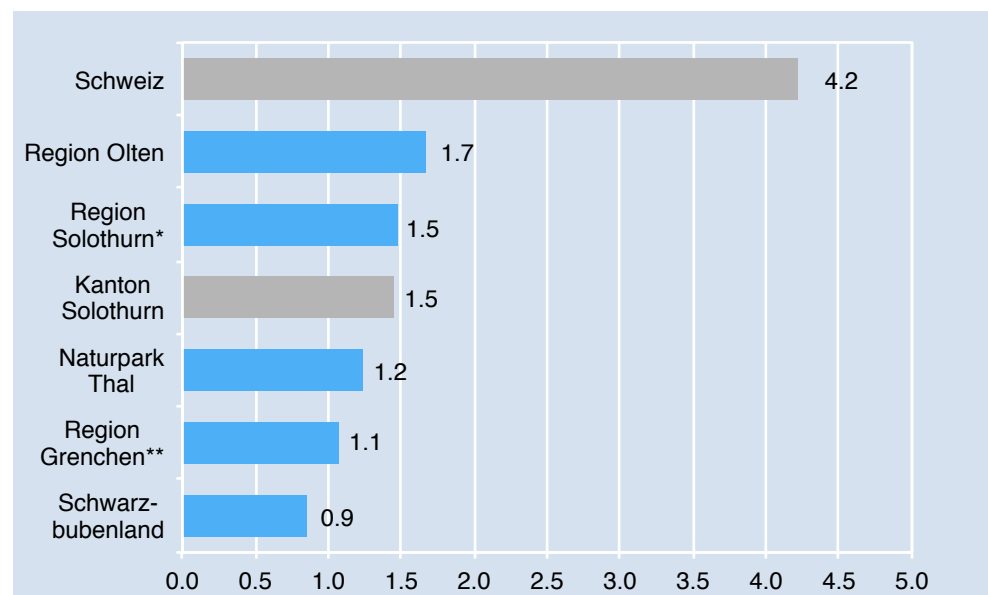
Die *Anzahl Zimmer pro Betrieb* gilt als grobes Mass für das wirtschaftliche Potenzial eines Hotels. Die städtische Region Olten mit 30 Zimmern/Betrieb weist in dieser Hinsicht das beste Verhältnis auf und liegt im schweizerischen Mittel. Die Stadt Olten selbst liegt mit 36 Zimmern/Betrieb sogar über dem schweizerischen Wert. Die Region Solothurn und Grenchen verzeichnen 21 Betten pro Betrieb und liegen damit deutlich unter dem CH-Mittel. Auch die Stadt Solothurn liegt mit 28 Zimmern/Betrieb leicht unter dem schweizerischen Mittel. In der Stadt Grenchen weisen die Hotelbetriebe im Durchschnitt 20 Zimmer pro Betrieb auf. Der Naturpark Thal befindet sich mit 21 Betten/Betrieb auf dem gleichen Niveau wie die Region Solothurn und Grenchen. Das Schwarzbubenland verfügt über die geringsten Betriebsgrössen mit durchschnittlich 15 Zimmern pro Hotel.

Betrachtet man die Anzahl Zimmer pro Betrieb für den Kanton Solothurn und die Vergleichskantone Aargau, Baselland und Schaffhausen, so zeigen sich kaum Unterschiede: Der Kanton Solothurn liegt mit 23 Zimmern pro Betrieb auf dem gleichen Niveau wie der Kanton Aargau. Die Kantone Baselland (24 Betten/Betrieb) und Schaffhausen (25 Betten/Betrieb) weisen ein leicht «besseres» Verhältnis auf. Am wenigsten Betten pro Betrieb werden im Kanton Thurgau verzeichnet (18). Sowohl der Kanton Solothurn als auch die genannten Vergleichskantone liegen somit unter dem schweizerischen Mittel.

### Hotellgiernächte und Auslastung

Im Jahr 2017 generierten die 76 *Hotelbetriebe im Kanton Solothurn* rund 413'600 *Logiernächte (LN)*. Davon entstanden rund 196'000 (47%) in der Region Solothurn (inkl. Grenchen), 174'000 (42%) in der Region Olten, 26'000 (6%) im Schwarzbubenland und gut 17'200 (4%) im Naturpark Thal. Rund 56'000 Logiernächte (14%) sind auf Hotelübernachtungen im Bezirk Lebern (Region Grenchen) zurückzuführen. Im Vergleich zur Einwohnerzahl entspricht dies im kantonalen Durchschnitt 1.5 *Logiernächte pro Einwohner/in* (Abb. 8).

**Abbildung 8:** Verhältnis von Hotellgiernächten zur Einwohnerzahl, Kanton Solothurn und Regionen sowie Gesamtschweiz, rangiert 2017



Quelle: BFS, Darstellung Rütter Soceco

\*Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn; \*\*Bezirk Lebern

Die Region Olten liegt in dieser Hinsicht mit 1.7 LN/Einwohner/in über dem kantonalen Mittel. Die Region Solothurn (1.5 LN/Einwohner/in) liegt im kantonalen Mittel, gefolgt von Naturpark Thal und der Region Grenchen. Das Schwarzbubenland weist im Verhältnis zur Bevölkerungszahl am wenigsten Hotellogiernächte auf. Im Kanton Solothurn ist das Verhältnis von Logiernächten zur Einwohnerzahl durchwegs tiefer als im Schweizer Durchschnitt.

### Zimmer- und Bettenauslastung

Die *Auslastung der Hotelzimmer und -betten* liegt im Kanton Solothurn im Jahr 2017 mit 47.3% bzw. 35.7% unter dem Schweizer Durchschnitt von 52.9% bzw. 43%. Die Bettenauslastung der Regionen Solothurn und Olten ist höher, diejenige im Schwarzbubenland und im Naturpark Thal tiefer als das kantonale Mittel. In Bezug auf die Zimmerauslastung liegt nur die Region Solothurn über dem kantonalen Durchschnitt.

Die Vergleichskantone weisen 2017 alle eine leicht tiefere Zimmer- und Bettenauslastung auf als der Kanton Solothurn.

## 3.2 Entwicklung von Angebot und Nachfrage 2008 -2017

Abbildung 9 zeigt eine *Übersicht über die Entwicklung von Angebot und Nachfrage* im Kanton Solothurn, in den fünf Regionen, den Städten Solothurn, Olten und Grenchen, den Vergleichskantonen und der gesamten Schweiz. Der Verlauf der Entwicklung in dieser Zeitperiode ist in den Abschnitten 3.3 und 3.4 grafisch dargestellt. Für den Naturpark Thal wird die Entwicklung ab 2011 ausgewiesen, da 2010 ein grosser Betrieb in die Parahotellerie umklassiert wurde und die Zahlenreihe daher nicht bis 2008 vergleichbar ist.

### Entwicklung der Anzahl Hotelbetriebe, Zimmer und Betten

In der *Zeitperiode von 2008 bis 2017* gingen die *geöffneten Betriebe* im Kanton Solothurn um 7% zurück, die Zahl der *Zimmer* und *Betten* nahm hingegen zu. Entsprechend nahm die Anzahl Zimmer pro Betrieb um 14% und die Anzahl Betten pro Betrieb deutlich, um 18%, zu. Diese Entwicklung ist aus Sicht der Wirtschaftlichkeit der Betriebe positiv zu werten.

Eine dem kantonalen Trend entgegenlaufende Entwicklung war in der Region Olten zu beobachten. Die Anzahl geöffneter Hotelbetriebe nahm in den letzten neun Jahren um markante 20% zu. Die stärkste Zunahme (+96%) erfolgte in der Stadt Olten selbst. Die Zahl der Zimmer (Region und Stadt) und Betten (nur Stadt) hat sich diesem Zeitabschnitt unterproportional entwickelt und nahm in der Folge ab.

Die anderen vier Regionen folgten dem kantonalen Trend. In der Region Solothurn ging die Zahl der Betriebe leicht um 1% zurück. Dieser Rückgang ist jedoch auf die Schliessung von Hotels in der Region und nicht in der Stadt Solothurn selber zurückzuführen (+30%). Die Region Grenchen verzeichnet einen Rückgang der Betriebe um 12% (ausserhalb der Stadt) und das Schwarzbubenland um 34%. Im Naturpark Thal nahm die Anzahl geöffneter Betriebe zwischen 2011<sup>10</sup> und 2017

<sup>10</sup> Vor 2010 war das Zentrum zum Mühlehof in Gänsbrunnen fälschlicherweise als Hotel klassiert. Dies wurde 2011 korrigiert. Die Zahlen für den Naturpark Thal sind somit erst ab 2011 vergleichbar.

sogar um 44% ab. Die Anzahl Zimmer und Betten pro Betrieb stieg in den Regionen Solothurn, Grenchen, Schwarzbubenland und Thal in der Folge an.

**Abbildung 9:** Entwicklung von Angebot und Nachfrage im Kt. Solothurn und in Vergleichsregionen 2017 gegenüber 2008

Entwicklung von Angebot und Nachfrage 2008-2017										
	Ge- öffnete Betriebe	Verfü- bare Zimmer	Verfü- bare Betten	Zimmer pro Betrieb	Betten pro Betrieb	Logier- nächte (LN)	Zimmer- aus- lastung	Betten- aus- lastung	Aufent- halts- tage Ø	LN/ Ein- wohner /in
Region Solothurn*	-1%	9%	15%	9%	16%	21%	4.2%-P	2%-P	14%	
Region Olten	20%	18%	28%	-2%	6%	12%	-7.1%-P	-6%-P	2%	
Region Grenchen**	-12%	1%	2%	15%	16%	32%	11.6%-P	8%-P	51%	
Schwarzbubenland	-34%	-17%	-14%	26%	30%	-14%	2.9%-P	1%-P	26%	
Naturpark Thal***	-46%	-26%	-18%	33%	48%	-18%	3.7%-P	-1%-P	-14%	
Kanton Solothurn	-7%	6%	9%	14%	18%	11%	0.4%-P	0%-P	14%	
Stadt Solothurn	30%	13%	20%	-13%	-7%	17%	1.8%-P	1%-P	0%	
Stadt Olten	96%	54%	92%	-21%	-2%	40%	-12.2%-P	-11%-P	-0.3%	
Stadt Grenchen	0%	8%	18%	8%	18%	7%	3.5%-P	-8%-P	10.4%	
Vergleichsregionen										
Aargau	-12%	3%	6%	17%	21%	-2%	-3.1%-P	-3%-P	-	
Baselland	-5%	9%	7%	14%	13%	16%	0.7%-P	3%-P	-	
Schaffhausen	-22%	3%	8%	33%	38%	16%	1.7%-P	2%-P	-	
Thurgau	-9%	6%	8%	17%	19%	1%	-2.5%-P	-2%-P	-	
Schweiz	-11%	2%	4%	15%	17%	0.2%	-1.4%-P	-2%-P	-	

Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco  
 \*Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn; \*\*Bezirk Lebern; \*\*\*ab 2011, da 2008 nicht vergleichbar

Quelle: Hesta BFS

Eine Konzentration von Kapazitäten auf grössere Hotels ist – wie erwähnt – aus wirtschaftlicher Sicht eine positive Entwicklung. Sie kann aber auf Kosten der Vielfältigkeit des Angebots gehen.

In den Städten Olten und Solothurn, gingen sowohl die Anzahl Zimmer wie auch die Anzahl Betten pro Betrieb zurück.

### Entwicklung von Hotellogiernächten und Auslastung

Die *Hotellogiernächte* entwickelten sich im Kanton Solothurn zwischen 2008 und 2017 positiv (+11%). Die fünf Regionen weisen jedoch eine unterschiedliche Entwicklung auf. Die Region Grenchen<sup>11</sup> verzeichnete den grössten Zuwachs mit 32%, gefolgt von der Region Solothurn mit 21% und der Region Olten mit 12%. Das Schwarzbubenland weist hingegen einen Rückgang von 14%, der Naturpark Thal von 18% auf.

Die *Auslastung der Zimmer* stieg im Durchschnitt des Kantons Solothurn in der betrachteten Zeitperiode leicht an um 0.4 Prozentpunkte. Die *Bettenauslastung* blieb auf gleichem Niveau.

Während in den Regionen Solothurn, Grenchen, Schwarzbubenland und Thal sich die Auslastung der Zimmer leicht bis deutlich verbesserte, ging sie in der Region und der Stadt Olten zurück.

<sup>11</sup> Es ist zu beachten, dass die Region Grenchen Teil der Region Solothurn ist. Vgl. dazu jeweils Fussnote der Abbildungen.

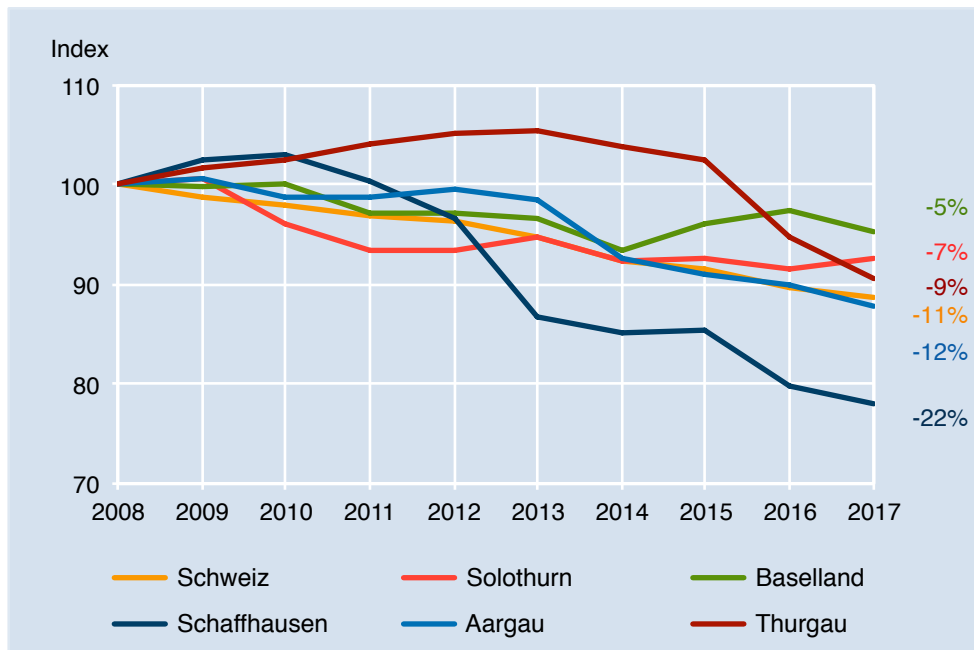


### 3.3 Verlauf der Angebotsentwicklung 2008-2017

#### Kanton Solothurn und Vergleichskantone

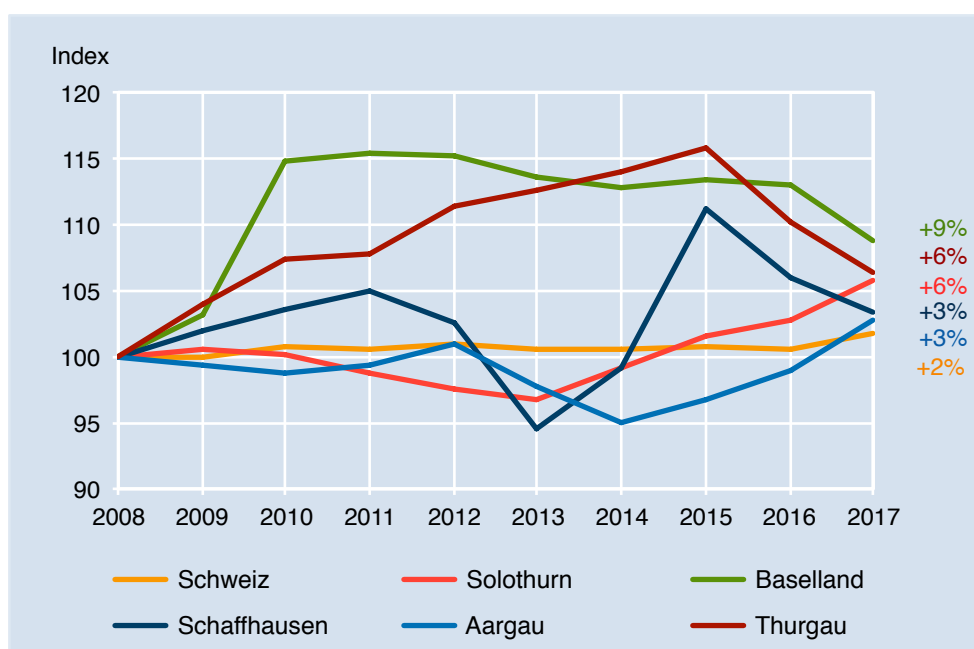
Die folgenden Darstellungen zeigen den *Verlauf der Angebotsentwicklung in der Hotellerie* im Kanton Solothurn im Vergleich zu den Kantonen Aargau, Baselland, Schaffhausen und Thurgau sowie zur gesamten Schweiz.

**Abbildung 10:** Entwicklung der Anzahl geöffneter Hotelbetriebe von 2008-2017, Kanton Solothurn, Vergleichskantone und Gesamtschweiz



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

**Abbildung 11:** Entwicklung der Anzahl verfügbarer Hotelzimmer von 2008-2017, Kanton Solothurn, Vergleichskantone und Gesamtschweiz



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

Die *Anzahl geöffneter Hotelbetriebe* ist in der Schweiz in den letzten 9 Jahren stetig zurückgegangen (insgesamt um 11%). Im Kanton Solothurn verlief die Abnahme bis 2011 deutlicher als im CH-Durchschnitt. Ab 2014 ist keine weitere Abnahme mehr zu beobachten (Abb. 10).

Ein ähnliche Strukturveränderung erfolgte auch in den dargestellten Vergleichskantonen zu, am deutlichsten im Kanton Schaffhausen.

Die *Anzahl Hotelzimmer* (Abb. 11) verläuft im Kanton Solothurn parallel zu Anzahl Betriebe. Ab 2013 steigen die Hotelzimmer deutlich an und die Entwicklung resultiert mit dem bereits erwähnten plus von 6%. Die *Übernachungskapazität* insgesamt ist somit trotz Rückgang an geöffneter Betriebe *erhöht* worden.

In den Vergleichskantonen folgte die Entwicklung der Anzahl Zimmer keinem einheitlichen Trend.

Die Anzahl Hotelbetten entwickelten sich ähnlich wie die Zimmer und werden daher nicht separat dargestellt.

### **Solothurner Tourismusregionen**

Im folgenden Abschnitt ist der Verlauf der Angebotsentwicklung in der Hotellerie der solothurnischen Regionen im Vergleich mit dem kantonalen Durchschnitt dargestellt (Abb. 12 und 13).

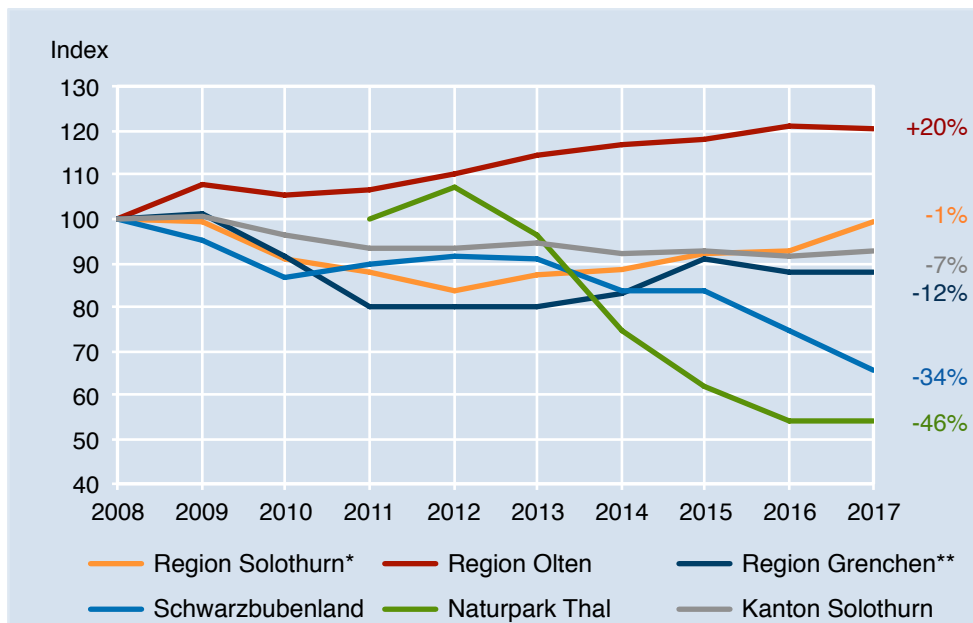
In der Region Olten, stieg die *Anzahl geöffneter Hotelbetriebe* zwischen 2008 und 2017 stetig an. Damit war der Verlauf deutlich anders als im Kantonsdurchschnitt und in den anderen Tourismusregionen, die alle bis 2011 bzw. 2012 einen deutlichen Rückgang aufwiesen. Ab 2011 / 2012 nahm die Anzahl Hotelbetriebe in der Region Solothurn und Grenchen wieder zu, während sich der rückläufige Trend im Schwarzbubenland und im Naturpark Thal<sup>12</sup> fortsetzte.

Bei den *Hotelzimmern* zeigt sich derselbe Trend wie bei den Betrieben, wobei im Kantonsdurchschnitt sowie in der Region Solothurn und Grenchen der Rückgang an Betrieben überkompensiert wird, im Schwarzbubenland und in Thal hingegen nicht.

---

<sup>12</sup> Im Naturpark Thal sind die Zahlen erst ab 2011 vergleichbar.

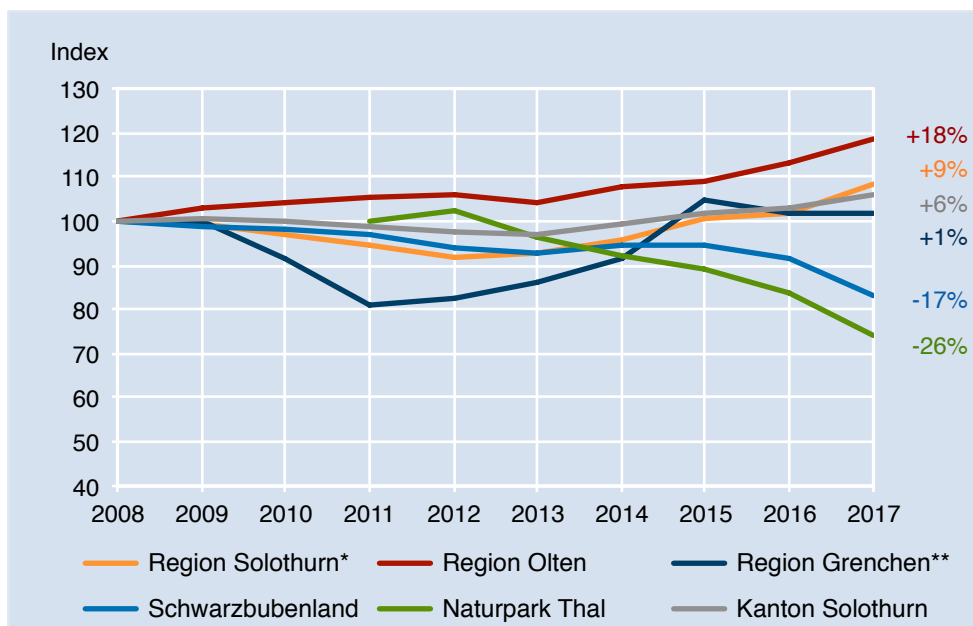
**Abbildung 12:** Entwicklung der Anzahl geöffneter Hotelbetriebe von 2008-2017, Tourismusregionen des Kantons Solothurn und Gesamtschweiz



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco;

\*Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt und Solothurn; \*\*Bezirk Lebern

**Abbildung 13:** Entwicklung der Anzahl verfügbarer Hotelzimmer von 2008-2017, Tourismusregionen des Kantons Solothurn



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco;

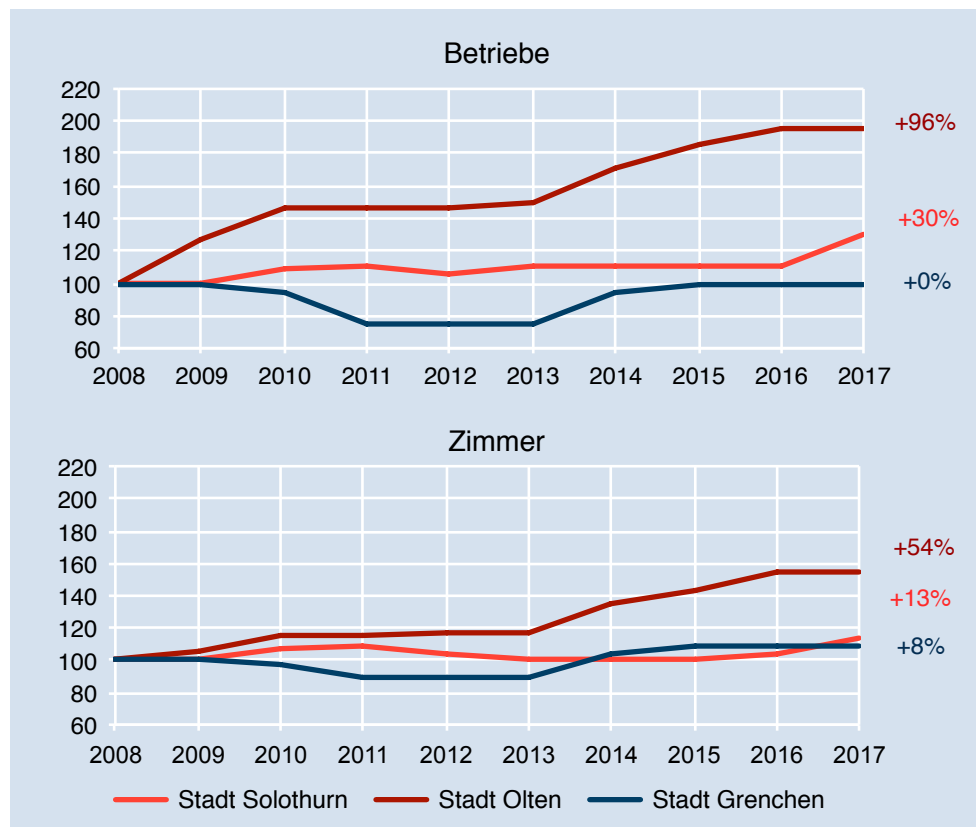
\*Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt und Solothurn; \*\*Bezirk Lebern

### Städte Solothurn, Olten und Grenchen

In den Städten Olten (+4 Betriebe, 96%) und Solothurn (+4 Betriebe, 30%) nahm die *Anzahl Betriebe* zwischen 2008 und 2017 deutlich zu. In der Stadt Grenchen, nahm die Anzahl Betriebe anfänglich ab, blieb aber über den ganzen Zeitraum betrachtet konstant (Abb. 14).

Die *Anzahl Zimmer* entwickelte sich in den Städten Solothurn und Olten unter- in Grenchen überproportional im Vergleich zur Anzahl Betriebe.

**Abbildung 14:** Entwicklung der Anzahl geöffneter Hotelbetriebe und verfügbarer -zimmer von 2008-2017; Städte Solothurn, Olten und Grenchen



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

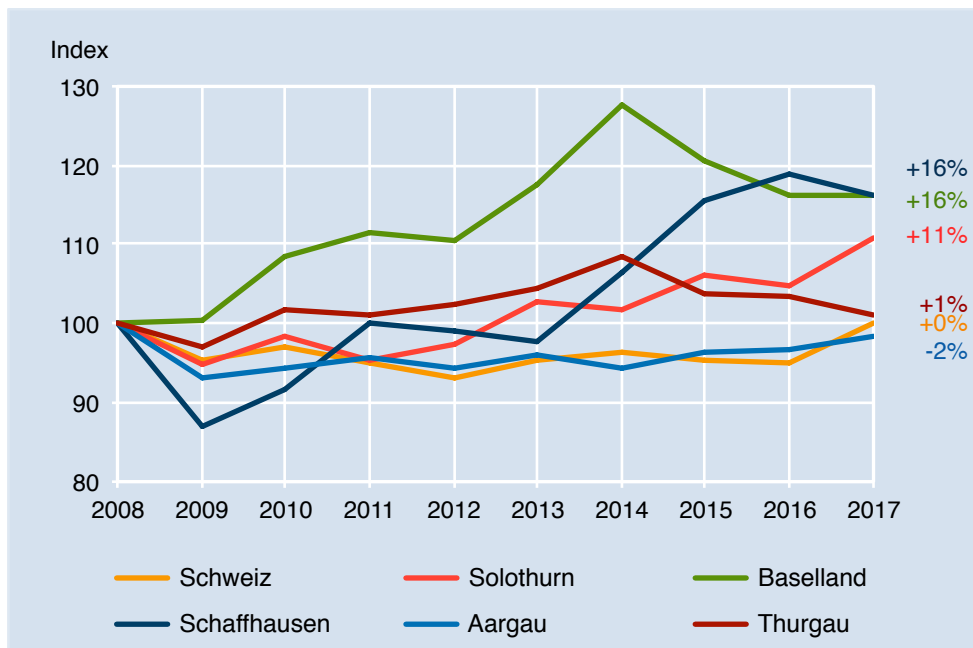
### 3.4 Verlauf von Nachfrage und Auslastung 2008-2017

#### Kanton Solothurn und Vergleichskantone (Abb. 15 und 16)

Die *Hotellgiernächte* haben sich im Kanton Solothurn, nach einem anfänglichen Rückgang ab 2012 deutlich positiver entwickelt als im Schweizer Durchschnitt. Die Vergleichskantone – mit Ausnahme des Kantons Aargau – weisen ebenfalls eine positive Entwicklung auf.

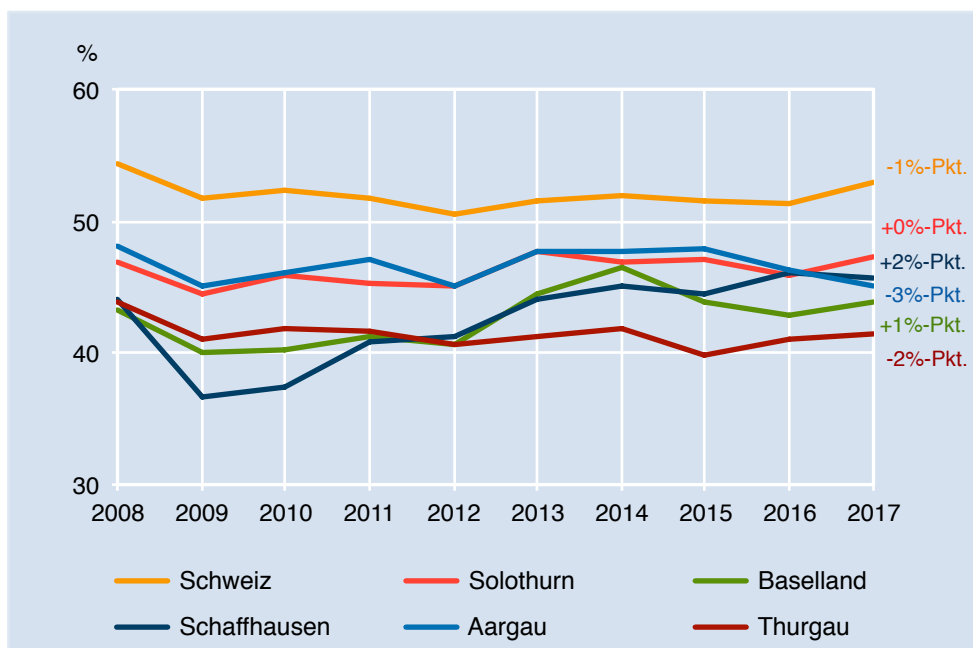
Die *Auslastung der Hotellerie* blieb im Kanton Solothurn auf demselben Niveau. In der ganzen Periode lag sie etwa auf der gleichen Höhe wie im Kanton Aargau und höher als in den Kantonen Baselland, Schaffhausen und Thurgau.

**Abbildung 15:** Entwicklung der Hotellogiernächte 2008-2017, Kanton Solothurn und Vergleichskantone bzw. Gesamtschweiz



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

**Abbildung 16:** Auslastung der verfügbaren Hotelzimmer von 2008-2017, Kanton Solothurn und Vergleichskantone bzw. Gesamtschweiz

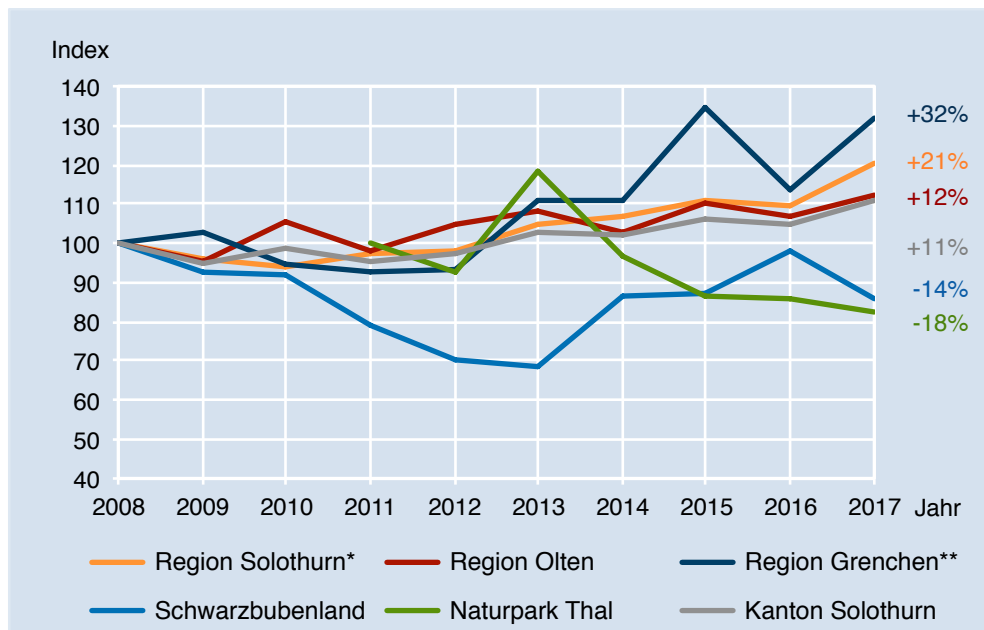


Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

### Solothurner Tourismusregionen (Abb. 17 und 18)

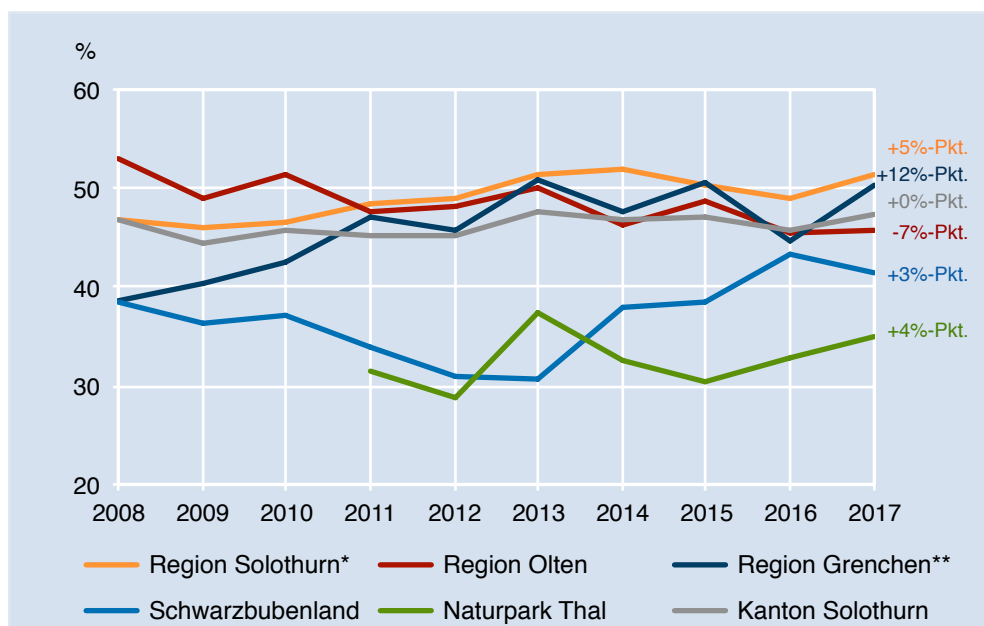
Die Regionen Solothurn (inkl. Grenchen) und Olten zeigen in der *Logiernächteentwicklung* einen parallelen Verlauf zum kantonalen Durchschnitt. Im Schwarzbubenland nahmen die Logiernächte vor allem von 2008 bis 2013 deutlich ab; danach stiegen sie wieder an, ohne das ursprüngliche Niveau zu erreichen. Im Naturpark Thal (ab 2011) erfolgte nach einer Zunahme zwischen 2012 und 2013 ein deutlicher Rückgang um insgesamt 18%.

**Abbildung 17:** Entwicklung der Hotellogiernächte 2008-2017, Tourismusregionen des Kantons Solothurn



Die *Auslastung der Hotelzimmer* lag in den Regionen Solothurn und Olten sowie ab 2011 auch in Grenchen über dem kantonalen Mittel. Im Schwarzbubenland verlief die Entwicklung bis 2013 rückläufig erholte sich anschliessend aber wieder mit einem Plus von 3 Prozentpunkten 2017. Im Naturpark Thal liegt die Auslastung in der ganzen Periode deutlich unter derjenigen der anderen Regionen. Sie nahm aber ab 2011 deutlich zu, um rund 4 Prozentpunkte.

**Abbildung 18:** Auslastung der verfügbaren Hotelzimmer von 2008-2017, Tourismusregionen des Kantons Solothurn bzw. Gesamtschweiz

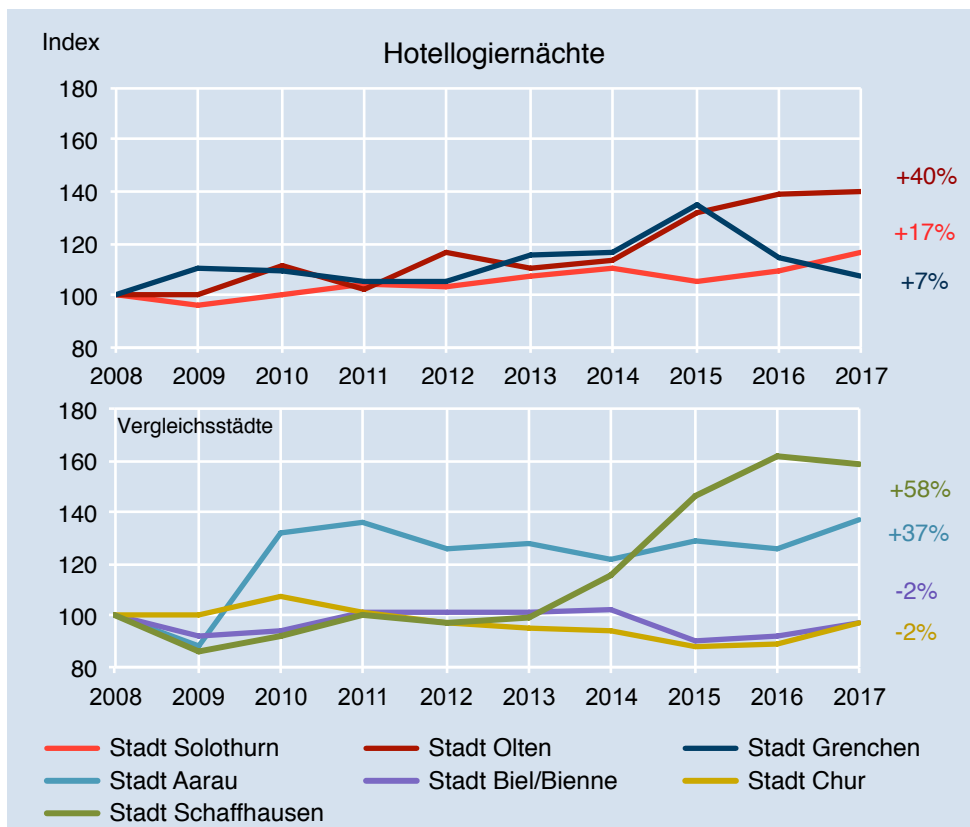


### Städte Solothurn, Olten und Grenchen (Abb. 19 und 20)

Die *Hotellogiernächte* haben sich in Solothurn und Olten mehr oder wenig stetig positiv entwickelt. Die grösste Zunahme erfolgte in der Stadt Olten (+40%). Die Zunahme setzte insbesondere im Jahr 2014 ein. Die Stadt Solothurn liegt mit einem Plus von 17% an zweiter Stelle. In der Stadt Grenchen erreichten die Logiernächte 2015 einen Peak. Seither entwickeln sie sich rückläufig. Insgesamt resultiert aber immer noch ein Plus von 7% gegenüber 2008.

Im Vergleich zur Stadt Olten nahmen die Hotellogiernächte in der Stadt Schaffhausen noch stärker zu (+58%). Die Zunahmen erfolgte insbesondere in den Jahren 2013 bis 2016. Im Städtevergleich liegt Olten somit an zweiter Stelle und die Stadt Solothurn, nach der Stadt Aarau (+38%) an vierter Stelle. Die Städte Biel und Chur verzeichnen hingegen bei den Logiernächten ein Minus von 2%.

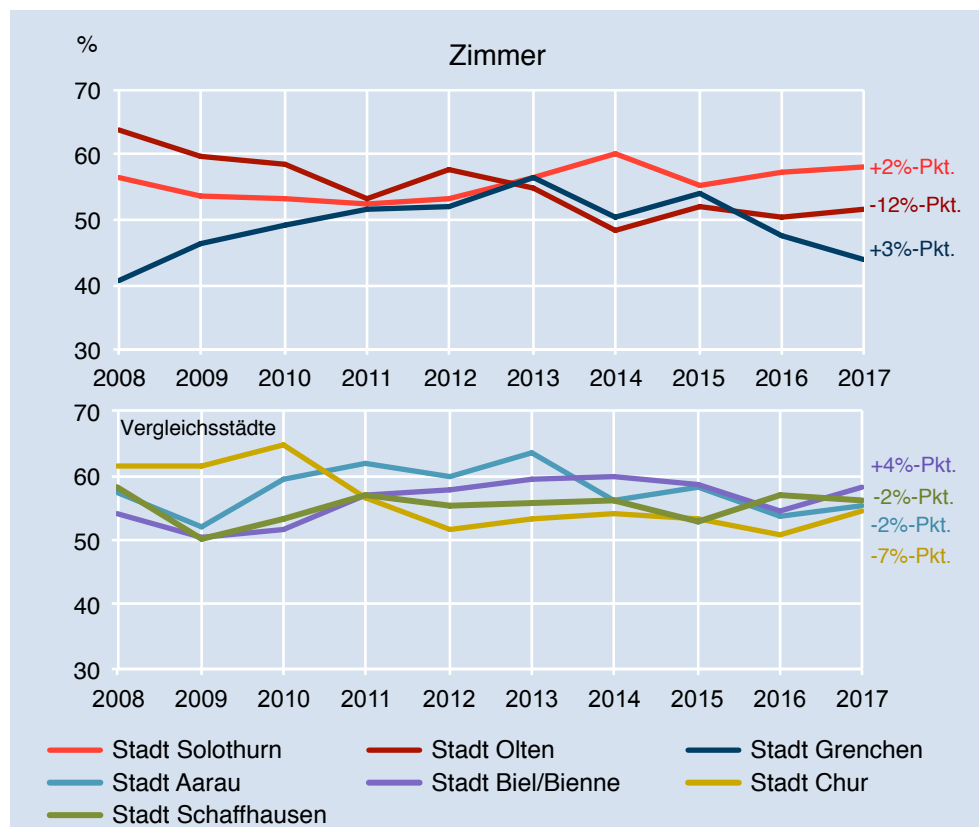
**Abbildung 19:** Entwicklung der Hotellogiernächte 2008-2017, Städte Solothurn, Olten, Grenchen und Vergleichsstädte



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

Die *Auslastung der Hotelzimmer* in der Stadt Solothurn sank zwischen 2008 und 2012 leicht. Ab 2012 konnte die Steigerung der Logiernächte die gleichzeitige Zunahme der Hotelzimmer auffangen und es resultiert 2017 ein Plus in der Auslastung von 2 Prozentpunkten. Im Gegensatz dazu konnte die doch erhebliche Steigerung der Logiernächte in der Stadt Olten die massive Zunahme der Zimmer nicht kompensieren, was zu einer Abnahme der Auslastung führte. In Grenchen schwächte sich die starke Zunahme der Auslastung ab 2013 infolge einer Zunahme der Zimmer und ab 2015 infolge des Rückgangs an Logiernächten wieder ab. Es resultiert noch eine Zunahme um 3 Prozentpunkte.

**Abbildung 20:** Auslastung der verfügbaren Hotelzimmer von 2008-2017, Städte Solothurn, Olten, Grenchen und Vergleichsstädte



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

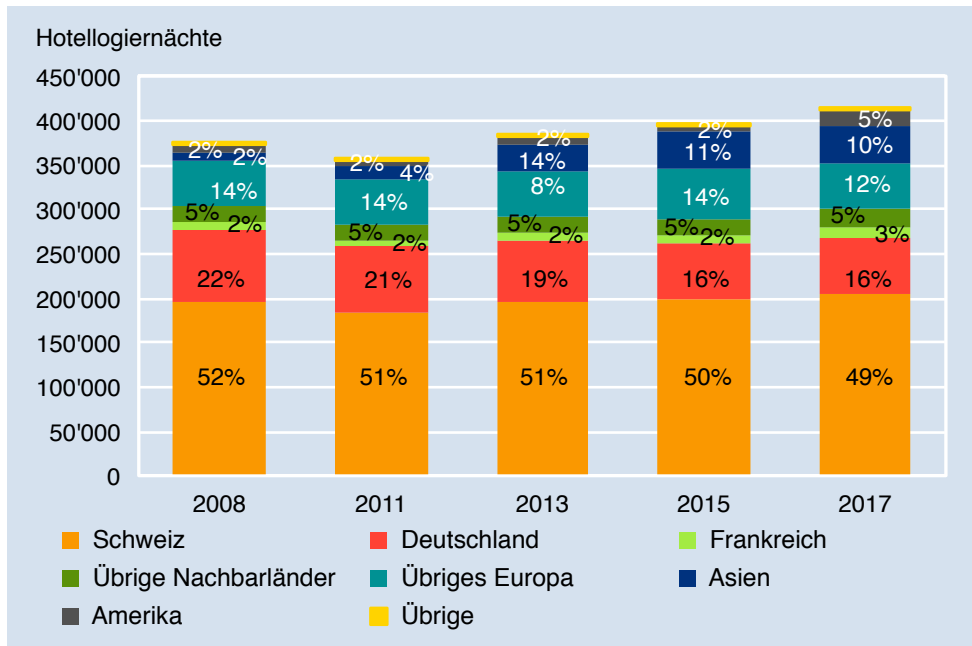
Die Zimmerauslastung entwickelte in den Vergleichsstädten Schaffhausen und Aarau leicht, in Chur deutlich negativ. Die Stadt Biel verzeichnet hingegen trotz Rückgang an Hotellogiernächten (-2%) ein Plus bei der Auslastung der Zimmer um +4 Prozentpunkte.



### 3.5 Herkunft der Hotelgäste 2008 - 2017

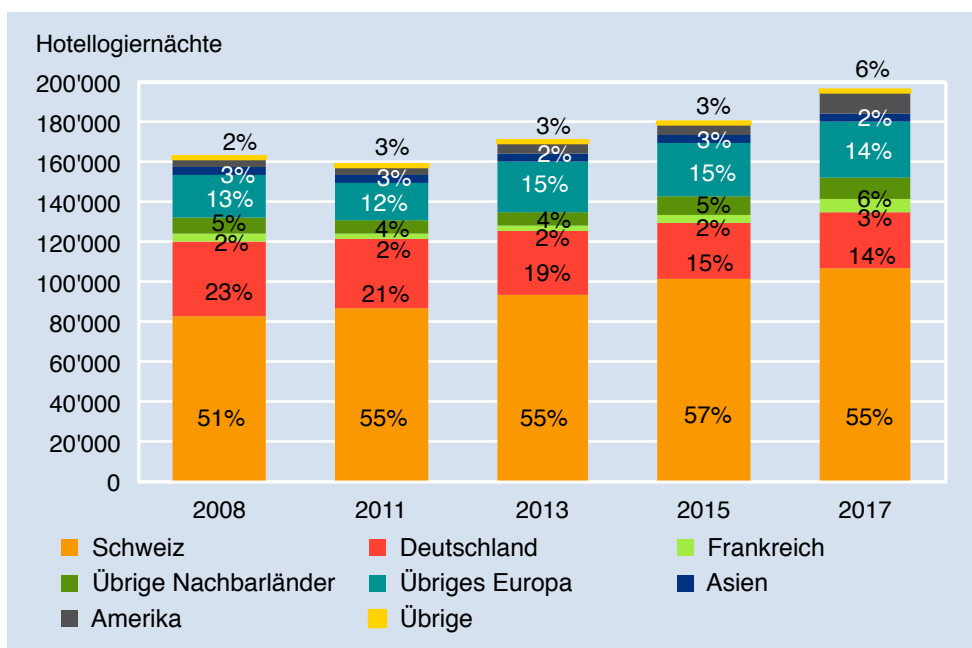
Gut die Hälfte der *Hotelgäste im Kanton Solothurn* stammt aus der Schweiz. Dieser Anteil blieb seit 2008 stabil. Abgenommen hat hingegen der Anteil der Gäste, die aus dem europäischen Raum anreisen, insbesondere aus Deutschland (Abnahme von 22% auf 16%). Der Anteil asiatischer Gäste hat im Gegenzug von 2% im Jahre 2008 auf 10% deutlich zugenommen (Abb. 21).

**Abbildung 21:** Herkunft der Hotelgäste im Kanton Solothurn, 2008, 2011, 2013, 2015 und 2017



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

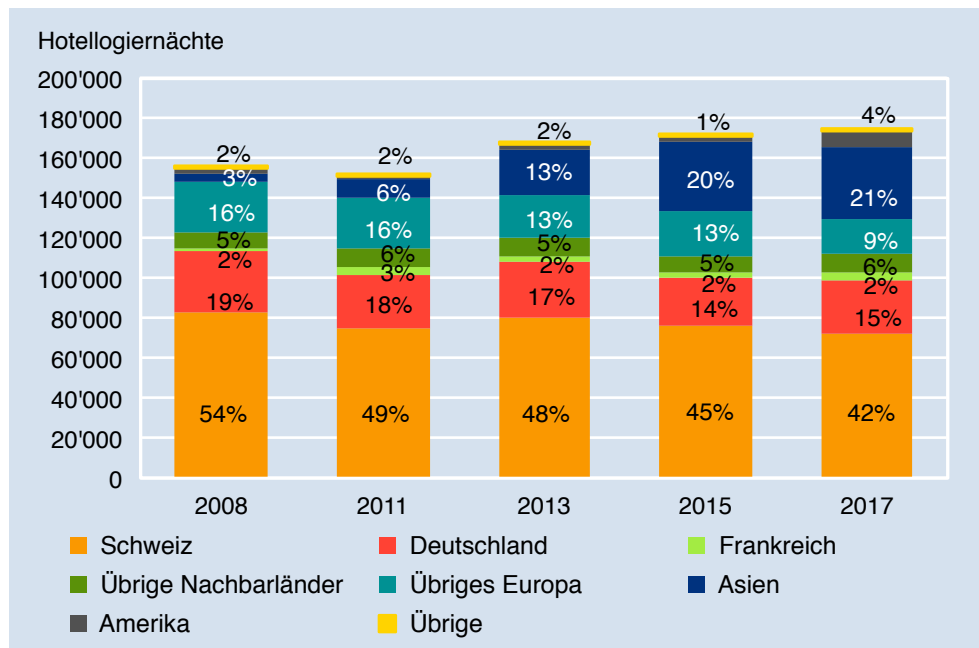
**Abbildung 22:** Herkunft der Hotelgäste in der Region Solothurn (Bucheggberg, Lebern, Wasseramt und Solothurn), 2008, 2011, 2013, 2015 und 2017



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

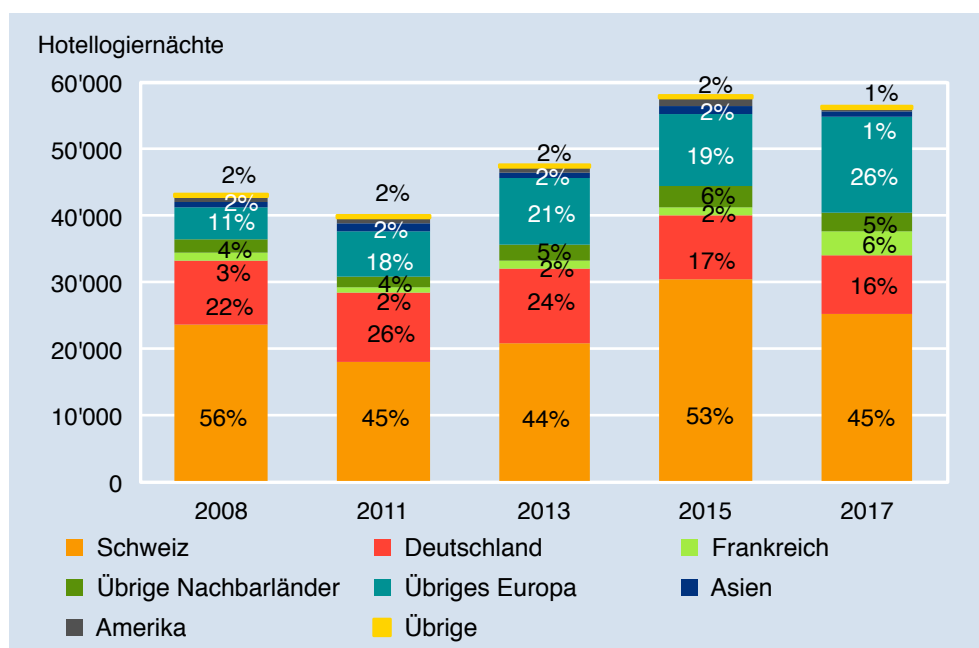
In der *Region Solothurn* haben die Gäste aus der Schweiz eine noch leicht höhere Bedeutung als im Kantonsdurchschnitt (Abb. 22). Ihr Anteil hat zudem seit 2008 leicht zugenommen. Umgekehrt hat der Anteil an Gästen aus Deutschland stärker abgenommen (von 23% auf 14%) als im Kantonsmittel. Gäste aus Asien haben im gesamten Zeitabschnitt mit 2% anteilmässig eine untergeordnete Bedeutung. Dem gegenüber sind Gäste aus Amerika überdurchschnittlich häufig und ihr Anteil hat seit 2008 von 2% auf 6% zugenommen.

**Abbildung 23:** Herkunft der Hotelgäste in der Region Olten, 2008, 2011, 2013, 2015 und 2017



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

**Abbildung 24:** Herkunft der Hotelgäste in der Region Grenchen (Bezirk Lebern), 2008, 2011, 2013, 2015 und 2017

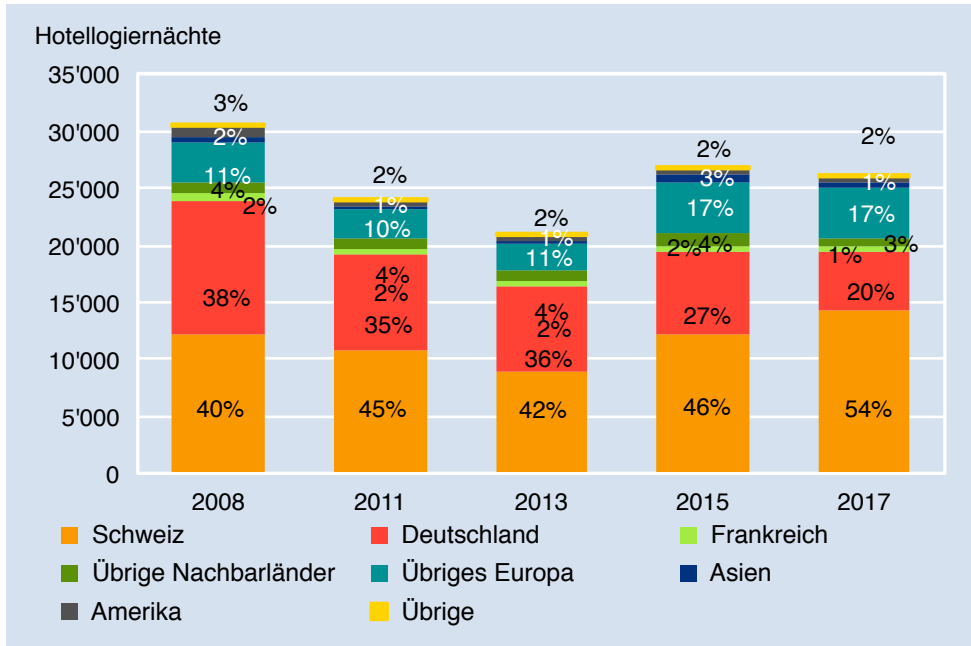


Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

In der *Region Olten* (Abb. 23) nahm der Anteil an Inländern deutlich ab: er sank von 54% (2008) auf 42% (2017). Ebenfalls eine abnehmende Tendenz wies der Anteil deutscher und übriger europäischer Gäste auf. Markant zugelegt haben hingegen die Gäste aus Asien, deren Anteil von 3% auf 21% zunahm.

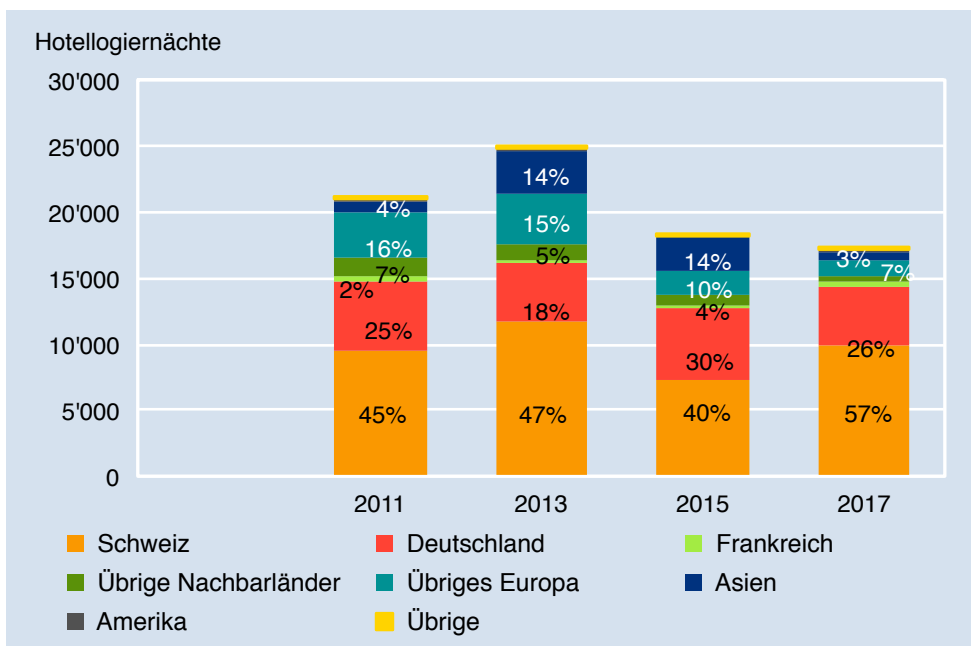
In der *Region Grenchen* (Abb. 24) nahmen die Anteile der Inländer sowie der deutschen Gäste deutlich ab, während interessanterweise der Anteil der Gäste aus dem übrigen Europa anstieg. Gäste aus Asien haben eine geringe Bedeutung.

**Abbildung 25:** Herkunft der Hotelgäste in der Region Schwarzbubenland, 2008, 2011, 2013, 2015 und 2017



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

**Abbildung 26:** Herkunft der Hotelgäste in der Region Thal, 2011, 2013, 2015 und 2017



Quelle: Hesta, Darstellung Rütter Soceco

Im *Schwarzbubenland* (Abb. 25) nahm der Inländeranteil von 40% auf 54% stark zu, während der Anteil der Gäste aus Deutschland in derselben Zeitperiode fast um die Hälfte zurückging (von 38% auf 20%). Der Anteil der Gäste aus dem übrigen Europa stieg von 2013 bis 2017 hingegen spürbar von 11% auf 17% an.

Im *Naturpark Thal* (Abb. 26) folgt der Mix an Hotelgästen keinem klaren Trend. Der Anteil der Hotelgäste aus der Schweiz liegt zwischen 40% und 57%. Gäste aus dem asiatischen Raum waren vor allem in den Jahren 2013 und 2014 häufig (14%). Gäste aus dem übrigen Europa haben hingegen eher an Bedeutung verloren.

## 4. Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur

In Kapitel 4 wird die Beschäftigungs- und Wirtschaftsstruktur des Kantons Solothurn und der fünf Regionen Solothurn, Olten, Grenchen (Teil von Solothurn), Schwarzbubenland und Thal dargestellt. Die Analyse dient als *Grundlage, um die Wirkungen des Tourismus im Bezug zur kantonalen Gesamtwirtschaft aufzuzeigen*. Die Daten beziehen sich auf das Jahr 2015. Dies sind die aktuellsten zum jetzigen Zeitpunkt verfügbaren Daten (vgl. Kap. 2 Methodik).

Die *wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus* sind in Kapitel 5 (Nachfrage) und 6 (Beschäftigung und Wertschöpfung) beschrieben.

### 4.1 Beschäftigte und Bruttowertschöpfung nach Regionen

Die *Solothurner Gesamtwirtschaft* verfügt 2015 über 110'500 Beschäftigte in Vollzeitäquivalenten (VZÄ)<sup>13</sup>. Diese generieren eine *Bruttowertschöpfung (BWS) bzw. ein kantonales Bruttoinlandprodukt (BIP)*<sup>14</sup> von 17 Mia. CHF (vgl. Abb. 27).

Damit leistet der Kanton Solothurn 2015 einen Beitrag von 2.7% zur schweizerischen Beschäftigung und zum nationalen Bruttoinlandprodukt. In Bezug auf die Einwohnerzahl hat der Kanton Solothurn einen Anteil von 3.2% an der Bevölkerung der Schweiz. Die Bedeutung des Kantons Solothurn als Wohnstandort ist somit leicht höher als seine Bedeutung als Arbeitsstandort.

Die *Region Solothurn* (inkl. Grenchen) trägt mit rund 50'000 VZÄ und einer Bruttowertschöpfung von rund 7'660 Mio. CHF 45% zur kantonalen Beschäftigung und zum BIP bei. Die *Region Olten* weist mit rund 49'000 VZÄ (44%) und einer Bruttowertschöpfung von rund 7'600 Mio. CHF (45%) in etwa dieselben Anteile an den kantonalen Werten auf. Die in Olten etwas höhere Bruttowertschöpfung im Vergleich zur Beschäftigung liegt daran, dass in Olten mit den Verkehrsdienstleistern und den Kraftwerken Branchen mit einer sehr hohen Arbeitsproduktivität (BWS pro Beschäftigten) angesiedelt sind.

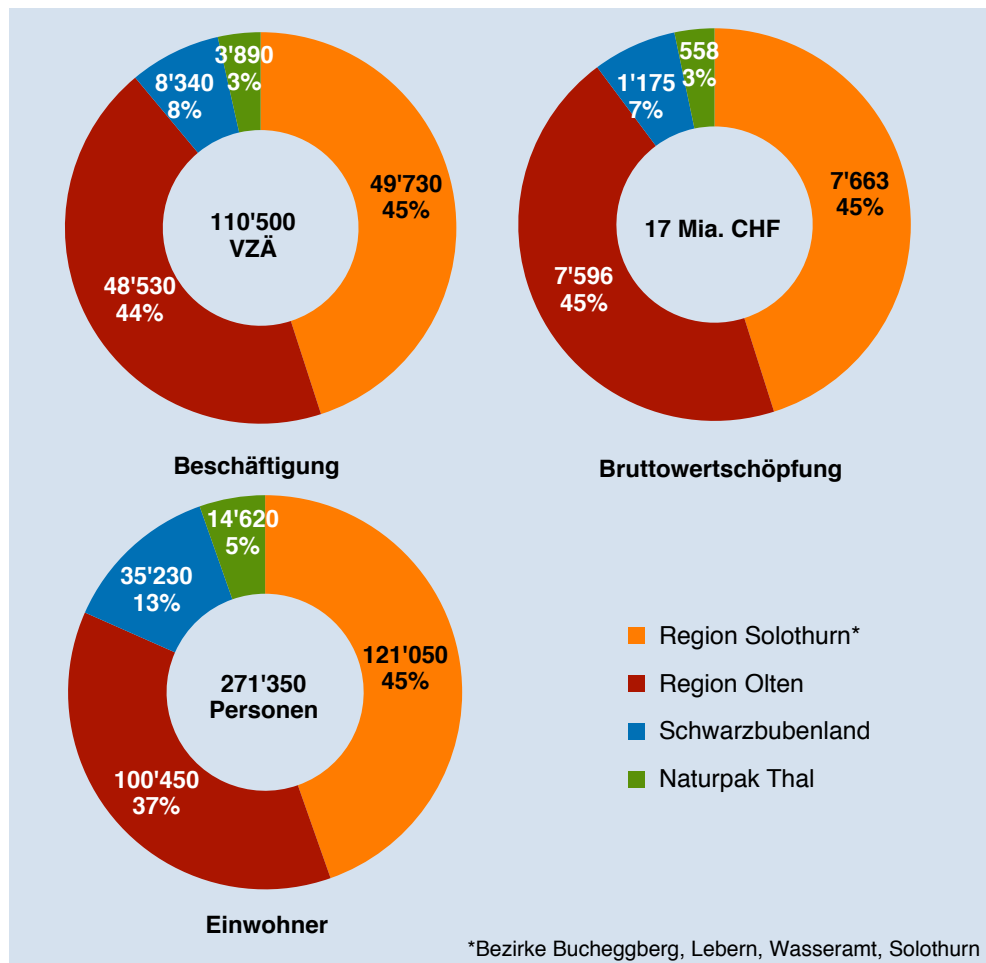
Das *Schwarzbubenland* verfügt 2015 über rund 8'300 VZÄ (8%) und leistet mit einer Bruttowertschöpfung von 1'175 Mio. CHF einen Beitrag von 7% an das kantonale BIP. Im *Naturpark Thal* erarbeiten 3'890 VZÄ eine Bruttowertschöpfung von rund 560 Mio. CHF, was je rund 3% der kantonalen Werte ausmacht.

Die zum Vergleich aufgeführten Einwohnerzahlen der Tourismusregionen zeigen, dass die *Region Solothurn* in der *Funktion als Arbeits- und Wohnstandort* etwa die gleiche Bedeutung innerhalb des Kantons hat. In der *Region Olten* überwiegt die Bedeutung als Arbeitsstandort leicht und im *Schwarzbubenland* und der *Region Thal* ist das Gewicht als Wohnstandort jeweils höher.

<sup>13</sup> Die VZÄ verstehen sich inkl. Beschäftigte der privaten Haushalte (Haushaltspersonal), die in der STATENT nicht enthalten sind. Insgesamt entsprechen sie rund 140'100 beschäftigten Personen.

<sup>14</sup> Diese Studie ermittelt die Bruttowertschöpfung des Kantons und der Regionen. Die kantonale Bruttowertschöpfung entspricht grundsätzlich dem kantonalen BIP, wobei geringfügige methodisch bedingte Abweichungen bestehen.

**Abbildung 27:** Beschäftigte und Bruttowertschöpfung im Kanton Solothurn und in fünf Tourismusregionen im Vergleich zur Einwohnerzahl, 2015 (*die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen*)



Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

## 4.2 Branchenstruktur 2015

Die *Branchenstruktur* ist in den fünf Regionen unterschiedlich (Abb. 28, sowie Detailtabelle in Abb. 29 und 30). Die Struktur der Region Solothurn (inkl. Grenchen) entspricht in etwa dem kantonalen Durchschnitt. In der Region Olten haben die Dienstleistungen ein überdurchschnittliches Gewicht und im Schwarzbubenland sowie im Naturpark Thal die Land- und Forstwirtschaft.

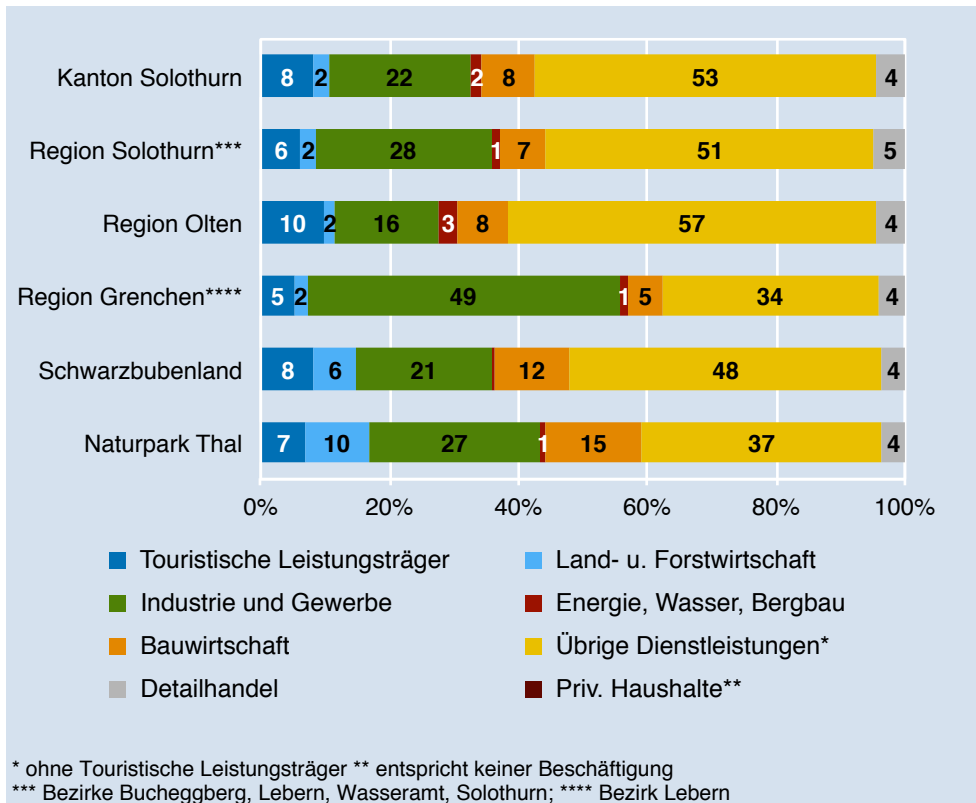
In der Region Grenchen (Bezirk Lebern) fällt die sehr hohe Bedeutung von Industrie und Gewerbe auf.

Die *Touristischen Leistungsträger*<sup>15</sup> (TL) haben im Kanton Solothurn generell einen tieferen Anteil an der Beschäftigung (8%) und der Bruttowertschöpfung (5%) als im schweizerischen Durchschnitt (9.2%). Dies ist ein Hinweis darauf, dass der Tourismus im Kanton Solothurn ein weniger grosses Gewicht innerhalb der regionalen Wirtschaft einnimmt als im Schweizer Mittel. Die TL erbringen ihre Leistungen jedoch auch für die ansässige Bevölkerung.

<sup>15</sup> Für die Definition der Touristischen Leistungsträger siehe Abschnitt 2.2.

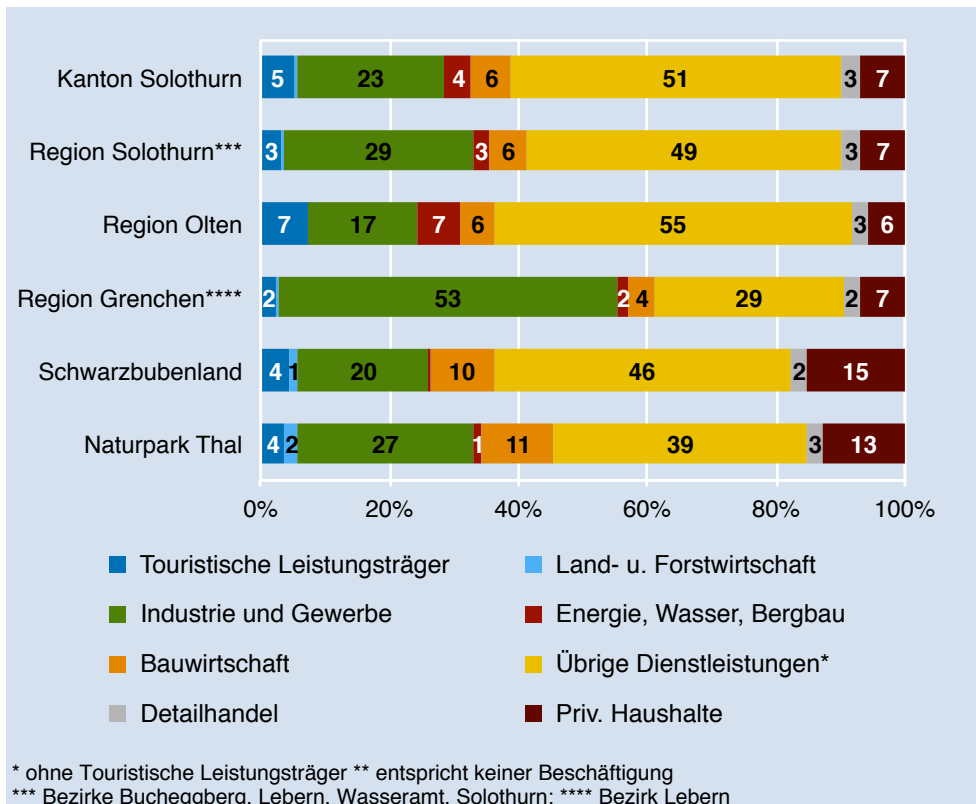
**Abbildung 28:** Anteil der verschiedenen Wirtschaftszweige an der Beschäftigung und der Bruttowertschöpfung im Kanton Solothurn und in fünf Tourismusregionen, 2015 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

*Beschäftigung*



Quelle: BFS, Darstellung Rütter Soceco

*Bruttowertschöpfung*



Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

**Abbildung 29:** Beschäftigungsstruktur im Kt. Solothurn und den Tourismusregionen 2015 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

Beschäftigung	Noga	Kanton Solothurn		Region Solothurn <sup>a)</sup>		Region Olten		Region Grenchen <sup>b)</sup>		Schwarzbubenland		Thal	
		VZÄ	in (%)	VZÄ	in (%)	VZÄ	in (%)	VZÄ	in (%)	VZÄ	in (%)	VZÄ	in (%)
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>8'920</b>	<b>8.1</b>	<b>3'110</b>	<b>6.3</b>	<b>4'820</b>	<b>9.9</b>	<b>870</b>	<b>5.1</b>	<b>690</b>	<b>8.3</b>	<b>270</b>	<b>6.9</b>
Beherbergungsgewerbe	55	970	0.9	430	0.9	420	0.9	110	0.6	70	0.8	50	1.3
Gaststättengewerbe*	56	2'580	2.3	1'220	2.5	1'000	2.1	390	2.3	250	3.0	110	2.8
Verkehr*	49-51	2'870	2.6	270	0.5	2'540	5.2	70	0.4	30	0.4	20	0.5
Bergbahnen	49.39	10	<0.1	10	<0.1	-	-	10	<0.1	-	-	-	-
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	90	<0.1	30	<0.1	40	<0.1	10	<0.1	<10	<0.1	<10	<0.1
Kultur, und Unterhaltung*	90-93	730	0.7	310	0.6	180	0.4	50	0.3	230	2.8	20	0.5
Sport*	93	500	0.5	250	0.5	200	0.4	60	0.4	20	0.2	20	0.5
Persönliche Dienstleistungen*	94-96	1'170	1.1	590	1.2	440	0.9	170	1.0	90	1.1	50	1.3
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>2'700</b>	<b>2.4</b>	<b>1'050</b>	<b>2.1</b>	<b>730</b>	<b>1.5</b>	<b>350</b>	<b>2.0</b>	<b>540</b>	<b>6.5</b>	<b>380</b>	<b>9.8</b>
<b>Industrie und Gewerbe</b>	<b>10-33</b>	<b>24'320</b>	<b>22.0</b>	<b>13'690</b>	<b>27.5</b>	<b>7'830</b>	<b>16.1</b>	<b>8'300</b>	<b>48.6</b>	<b>1'760</b>	<b>21.1</b>	<b>1'040</b>	<b>26.7</b>
<b>Energie, Wasser, Bergbau</b>	<b>05-09, 35-39</b>	<b>2'130</b>	<b>1.9</b>	<b>630</b>	<b>1.3</b>	<b>1'440</b>	<b>3.0</b>	<b>210</b>	<b>1.2</b>	<b>30</b>	<b>0.4</b>	<b>30</b>	<b>0.8</b>
<b>Bauwirtschaft</b>	<b>41-43</b>	<b>8'880</b>	<b>8.0</b>	<b>3'590</b>	<b>7.2</b>	<b>3'730</b>	<b>7.7</b>	<b>900</b>	<b>5.3</b>	<b>980</b>	<b>11.8</b>	<b>580</b>	<b>14.9</b>
<b>Dienstleistungen**</b>	<b>45-97</b>	<b>63'570</b>	<b>57.5</b>	<b>27'660</b>	<b>55.6</b>	<b>29'980</b>	<b>61.8</b>	<b>6'450</b>	<b>37.8</b>	<b>4'340</b>	<b>52.0</b>	<b>1'590</b>	<b>40.9</b>
Detailhandel	47	4'880	4.4	2'340	4.7	2'100	4.3	690	4.0	300	3.6	140	3.6
Übriger Handel	45-47	8'250	7.5	3'130	6.3	4'260	8.8	800	4.7	580	7.0	270	6.9
Übrige Dienstleistungen		50'440	45.6	22'190	44.6	23'620	48.7	4'960	29.0	3'460	41.5	1'180	30.3
<b>Total</b>		<b>110'520</b>	<b>100.0</b>	<b>49'730</b>	<b>100.0</b>	<b>48'530</b>	<b>100.0</b>	<b>17'080</b>	<b>100.0</b>	<b>8'340</b>	<b>100.0</b>	<b>3'890</b>	<b>100.0</b>

\* Gaststättengewerbe: Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, sowie Bars ; Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt und Schifffahrt ; Kultur, Unterhaltung, Sport und persönliche Dienstleistungen: Nur touristisch relevante Sub-Branchen

\*\* ohne Touristische Leistungsträger

a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn

b) Bezirk Lebern

Quelle: BFS, Darstellung Rütter Soceco

**Abbildung 30:** Wirtschaftsstruktur (Bruttowertschöpfung) im Kt. Solothurn und den Tourismusregionen 2015 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

Bruttowertschöpfung	Noga	Kanton Solothurn		Region Solothurn <sup>a)</sup>		Region Olten		Region Grenchen <sup>b)</sup>		Schwarzbubenland		Thal	
		Mio. CHF	in (%)	Mio. CHF	in (%)	Mio. CHF	in (%)	Mio. CHF	in (%)	Mio. CHF	in (%)	Mio. CHF	in (%)
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>862</b>	<b>5.1</b>	<b>245</b>	<b>3.2</b>	<b>544</b>	<b>7.2</b>	<b>67</b>	<b>2.4</b>	<b>52</b>	<b>4.4</b>	<b>21</b>	<b>3.8</b>
Beherbergungsgewerbe	55	62	0.4	27	0.4	27	0.4	7	0.3	4	0.3	3	0.5
Gaststättengewerbe*	56	157	0.9	74	1.0	61	0.8	24	0.9	15	1.3	7	1.3
Verkehr*	49-51	431	2.5	41	0.5	382	5.0	10	0.4	5	0.4	3	0.5
Bergbahnen	49.39	2	<0.1	2	<0.1	-	-	1	<0.1	-	-	-	-
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	7	<0.1	3	<0.1	4	<0.1	1	<0.1	<1	<0.1	<1	<0.1
Kultur, und Unterhaltung*	90-93	63	0.4	27	0.4	17	0.2	5	0.2	18	1.5	1	0.2
Sport*	93	41	0.2	21	0.3	16	0.2	5	0.2	2	0.2	3	0.5
Persönliche Dienstleistungen*	94-96	99	0.6	50	0.7	37	0.5	14	0.5	8	0.7	4	0.7
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>83</b>	<b>0.5</b>	<b>32</b>	<b>0.4</b>	<b>23</b>	<b>0.3</b>	<b>11</b>	<b>0.4</b>	<b>17</b>	<b>1.4</b>	<b>11</b>	<b>2.0</b>
<b>Industrie und Gewerbe</b>	<b>10-33</b>	<b>3'920</b>	<b>23.1</b>	<b>2'248</b>	<b>29.3</b>	<b>1'282</b>	<b>16.9</b>	<b>1'451</b>	<b>52.5</b>	<b>238</b>	<b>20.3</b>	<b>152</b>	<b>27.2</b>
<b>Energie, Wasser, Bergbau</b>	<b>05-09, 35-39</b>	<b>703</b>	<b>4.1</b>	<b>198</b>	<b>2.6</b>	<b>494</b>	<b>6.5</b>	<b>51</b>	<b>1.8</b>	<b>3</b>	<b>0.3</b>	<b>8</b>	<b>1.4</b>
<b>Bauwirtschaft</b>	<b>41-43</b>	<b>1'041</b>	<b>6.1</b>	<b>440</b>	<b>5.7</b>	<b>424</b>	<b>5.6</b>	<b>109</b>	<b>3.9</b>	<b>115</b>	<b>9.8</b>	<b>62</b>	<b>11.1</b>
<b>Dienstleistungen**</b>	<b>45-97</b>	<b>9'180</b>	<b>54.0</b>	<b>3'976</b>	<b>51.9</b>	<b>4'399</b>	<b>57.9</b>	<b>877</b>	<b>31.8</b>	<b>571</b>	<b>48.6</b>	<b>233</b>	<b>41.8</b>
Detailhandel	47	478	2.8	229	3.0	206	2.7	68	2.5	29	2.5	14	2.5
Übriger Handel	45-47	1'615	9.5	599	7.8	853	11.2	143	5.2	109	9.3	54	9.7
Übrige Dienstleistungen		7'086	41.7	3'148	41.1	3'340	44.0	667	24.1	433	36.9	166	29.7
<b>Private Haushalte***</b>	<b>98</b>	<b>1'205</b>	<b>7.1</b>	<b>524</b>	<b>6.8</b>	<b>430</b>	<b>5.7</b>	<b>196</b>	<b>7.1</b>	<b>179</b>	<b>15.2</b>	<b>71</b>	<b>12.7</b>
<b>Total</b>		<b>16'994</b>	<b>100</b>	<b>7'663</b>	<b>100</b>	<b>7'596</b>	<b>100</b>	<b>2'762</b>	<b>100</b>	<b>1'175</b>	<b>100</b>	<b>558</b>	<b>100</b>

\* Gaststättengewerbe: Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, sowie Bars ; Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt und Schifffahrt ; Kultur, Unterhaltung, Sport und persönliche Dienstleistungen: Nur touristisch relevante Sub-Branchen

\*\* ohne Touristische Leistungsträger

\*\*\* Vermietung privater Haushalte, inkl. Eigenmietwert

a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn

b) Bezirk Lebern

Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Soceco



Für eine gute und interessante Wohn- und Arbeitsumgebung der «Einheimischen» sind diese Dienstleistungen sogar zentral und ein wichtiger Faktor bei der Beurteilung der *Standortqualität* für Firmen und der *Wohnortqualität* generell. Ein attraktives und vielfältiges Spektrum an touristischen Leistungsträgern kann sich in einer Region jedoch nur entwickeln, wenn dank dem Tourismus auch entsprechende zusätzliche Umsätze generiert werden können. Die Ausgaben der Einheimischen reichen in der Regel dazu nicht aus.

Mit Ausnahme der Region Olten liegen die Anteile der Touristischen Leistungsträgern in den Tourismusregionen unter dem kantonalen Durchschnitt. In Olten führt eine hohe Konzentration von Verkehrsdienstleistungen dazu, dass die Beschäftigung und vor allem die Bruttowertschöpfung der Touristischen Leistungsträger ein hohes Gewicht erhalten.

### 4.3 Rückrechnung der Branchenstruktur für Vergleich mit Studie 2008

Wie in der Methodik Kapitel 2 beschrieben haben die statistischen Grundlagen im Jahr 2011 in der Schweiz drastisch geändert. Um eine Vergleichbarkeit der Aussagen aus der Tourismusstudie von 2010, die auf Daten von 2008 basiert, wenigstens annäherungsweise zu gewährleisten, wurde die in der Studie 2010 verwendete Struktur *auf die neuen Grundlagen umgerechnet* (Abb. 31).

**Abbildung 31:** Kanton Solothurn, Beschäftigte und Bruttowertschöpfung 2015 und rückgerechnete Werte für 2008 auf der Basis der neuen statistischen Grundlagen

Kanton Solothurn		Beschäftigung in VZÄ			Bruttowertschöpfung in Mio. CHF		
		2008	2015	Δ in %	2008	2015	Δ in %
	Noga						
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>7'810</b>	<b>8'910</b>	<b>14</b>	<b>710</b>	<b>863</b>	<b>22</b>
Gastgewerbe <sup>1</sup>	55-56	3'430	3'540	3.4	212	219	3.5
Verkehr <sup>2</sup>	49-51	2'350	2'880	23	322	433	35
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	80	90	12	5	7	35
Kultur, Sport und Unterhaltung <sup>3</sup>	90-93	860	1'230		90	105	
Persönliche Dienstleistungen <sup>3</sup>	94-96	1'090	1'170	7	81	99	22
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>3'230</b>	<b>2'700</b>	<b>-16</b>	<b>114</b>	<b>83</b>	<b>-27</b>
<b>Produzierendes Gewerbe<sup>4</sup></b>	<b>05-43</b>	<b>37'020</b>	<b>35'330</b>	<b>-4.6</b>	<b>5'822</b>	<b>5'664</b>	<b>-3</b>
<b>Dienstleistungen<sup>5</sup></b>	<b>45-97</b>	<b>58'530</b>	<b>63'570</b>	<b>8.6</b>	<b>8'076</b>	<b>9'179</b>	<b>14</b>
Handel	45-47	13'020	13'130	0.8	2'037	2'093	2.7
Übrige Dienstleistungen		45'510	50'440	11	6'039	7'086	17
<b>Private Haushalte<sup>6</sup></b>	<b>98</b>				<b>1'077</b>	<b>1'205</b>	<b>12</b>
<b>Total</b>		<b>106'590</b>	<b>110'510</b>	<b>3.7</b>	<b>15'799</b>	<b>16'994</b>	<b>7.6</b>

<sup>1</sup> Beherbergungs- und Gaststättengewerbe (Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, Bars)

<sup>2</sup> Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt, Schifffahrt und Bergbahnen

<sup>3</sup> Nur touristisch relevante Sub-Branchen

<sup>4</sup> Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bergbau; Bau

<sup>5</sup> ohne Touristische Leistungsträger

<sup>6</sup> Vermietung privater Haushalte, inkl. Eigenmietwert

Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

Auf der Basis der neuen statistischen Grundlagen wird die Beschäftigung und die Bruttowertschöpfung im Kt. Solothurn 2008 insgesamt höher ausgewiesen und zwar um rund 5'000 Beschäftigte bzw. 2.8 Mia. CHF. Die Beschäftigung und Brut-

towertschöpfung der Touristischen Leistungsträger wurden mit den alten statistischen Grundlagen ebenfalls unterschätzt. Rückgerechnet liegt die Zahl der VZÄ bei den TL um rund 500 und die Bruttowertschöpfung um 260 Mio. CHF höher.

Geht man von den rückgerechneten, mit den Zahlen von 2015 kompatiblen Daten aus (Abb. 31), so hat die *Beschäftigung* im Kt. Solothurn zwischen 2008 und den neuesten verfügbaren Daten 2015 *um 3.7%* und die *Bruttowertschöpfung um 7.6%* zugenommen. Damit ist das Wachstum im Kanton Solothurn geringer als in der Gesamtschweiz. Das BIP der Schweiz hat in dieser Zeitperiode um 8.9%, die Bevölkerung um 8.1% zugenommen<sup>16</sup>.

Die Beschäftigung bei den *Touristischen Leistungsträgern* stieg in diesem Zeitraum *überdurchschnittlich* von 14%, die Bruttowertschöpfung um 22%. Dies ist ein erster Hinweis darauf, dass die Tourismuswirtschaft ein höheres Wachstum aufweist als die Gesamtwirtschaft. Bei der Interpretation dieser Kennzahl ist aber wichtig zu wissen, dass nicht das gesamte Wachstum der TL auf Ausgaben von Touristen zurückzuführen ist, da die TL auch Umsätze mit Einheimischen erzielen (vgl. dazu Kapitel 6).

Rückläufig in dieser Zeitspanne waren die Land- und Forstwirtschaft, Industrie und Gewerbe, der Detailhandel sowie in kleinem Umfange die Bauwirtschaft.

Sehr stark gestiegen sind hingegen die Verkehrsdienstleistungen und auch die Branchen Kultur und Unterhaltung sowie Sport.

---

<sup>16</sup> Die Beschäftigungszahlen für die Gesamtschweiz sind Infolge der Änderung der Basisstatistik nicht vergleichbar.

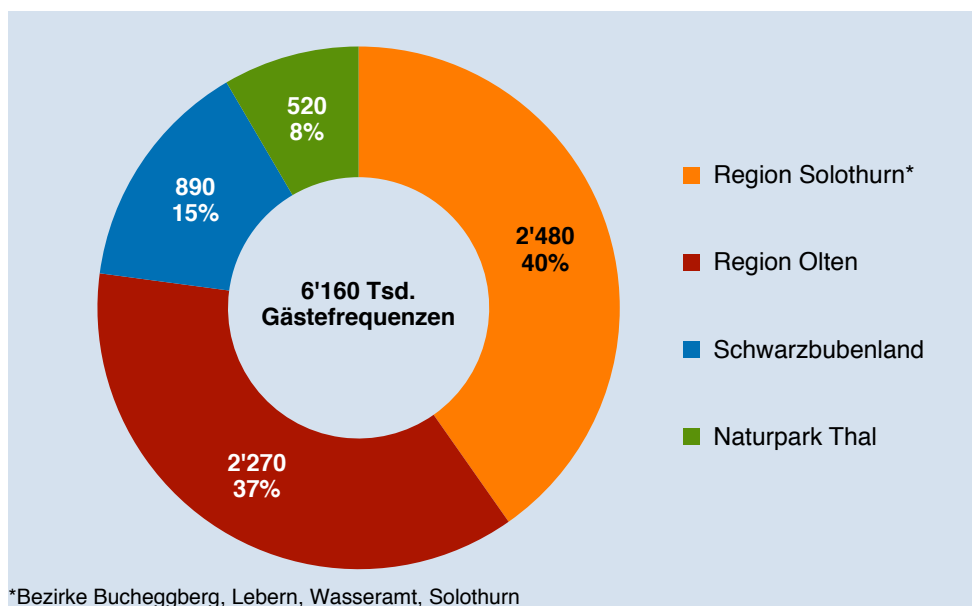
## 5. Gästefrequenzen, Tagesausgaben und Gesamtnachfrage

In Kapitel 5 werden die für das Jahr 2017 ermittelten Frequenzen und Tagesausgaben der Gäste sowie die gesamten Ausgaben (Umsätze bzw. Nachfrage) der Gäste im Kanton Solothurn und den Tourismusregionen dargestellt. Die Methodik zur Ermittlung der verschiedenen Grössen ist in Kapitel 2 ausgeführt.

### 5.1 Gästefrequenzen

Für das Jahr 2017 wurden im *Kanton Solothurn* 6.2 Mio. *Gästefrequenzen* ermittelt. Von diesen Gästen besuchten 2.5 Mio. (40%) die Region Solothurn (inkl. Grenchen), 2.3 Mio. (37%) die Region Olten, 0.9 Mio. (15%) das Schwarzbubenland und 0.5 Mio. (9%) den Naturpark Thal (Abb. 32).

**Abbildung 32:** Gästefrequenzen im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)



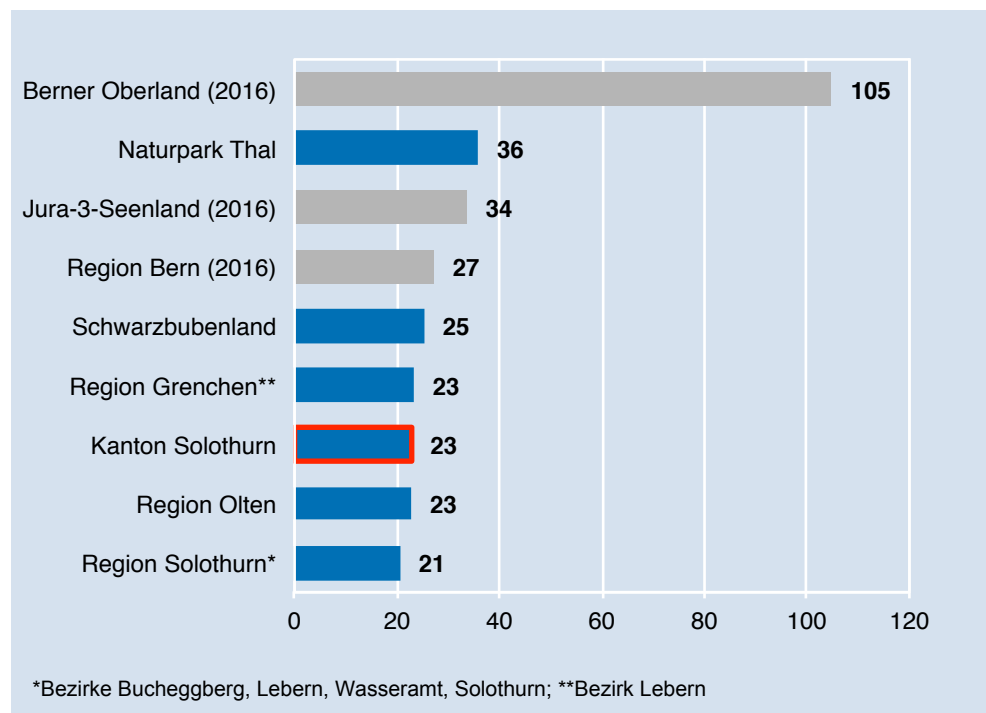
Quelle: HESTA (Hotellerie), Gästebefragung 2017, Recherchen und Berechnungen Rütter Soceco.

In der Solothurner Studie von 2010 (Basis 2008) wurden – ohne Gästebefragung – 5.3 Mio. Frequenzen ausgewiesen, davon rund 2 Mio. in der Region Solothurn, 2.1 Mio. in der Region Olten, 0.8 Mio. im Schwarzbubenland und 0.4 Mio. im Naturpark Thal. Die Zahl der *Gästefrequenzen liegen damit 2017 in allen Regionen höher als 2010*. Dies ist einerseits auf eine reale Zunahme zurückzuführen, die sich ja mit in den Regionen Solothurn und Olten auch in den effektiv gemessenen Hotellogiernächten manifestiert, andererseits auf die genauere Erhebungsmethode<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Die Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten konnten dank der Befragung von mehr als 3'000 Einheimischen im Zuge der Gästebefragung besser abgestützt werden als in der Studie 2008. Sie waren damals deutlich unterschätzt. Umgekehrt waren die Tagesgästeanteile 2008 überschätzt.

Pro Einwohner/in (E) besuchen 23 Gäste pro Jahr den Kanton Solothurn. In den Regionen Olten und Grenchen entsprechen die Anteile dem kantonalen Durchschnitt. Im Naturpark Thal (36 Frequenzen/E) und im Schwarzbubenland (25 Frequenzen/E) liegt das Verhältnis deutlich höher und in der Region Solothurn zirkulieren mit 21 Frequenzen/E anteilmässig am wenigsten Gäste (Abb. 33).

**Abbildung 33:** Gästefrequenzen im Verhältnis zur Einwohnerzahl im Kanton Solothurn, den 5 Tourismusregionen (2017) sowie in Vergleichsregionen des Kantons Bern (2016)



Quelle: Berechnungen Rütter Soceco.

Ein Vergleich mit dem neuesten Update der Tourismusstudie Kt. Bern von 2016 zeigt, dass die Solothurner Regionen mit Ausnahme des Naturparks Thal im Vergleich zur Bevölkerung weniger Gästefrequenzen aufweisen als die Berner Regionen. Insbesondere das Berner Oberland als Beispiel einer stark touristischen Region liegt in dieser Hinsicht deutlich höher.

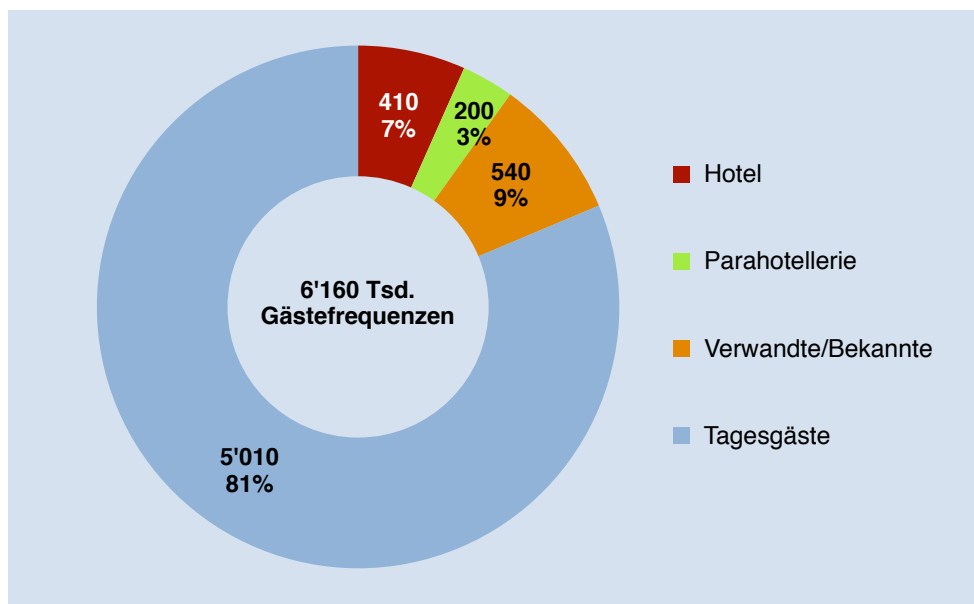
In der Solothurner Tourismusstudie von 2010 (Datenbasis 2008) sind die Gästefrequenzen zur Einwohnerzahl ebenfalls ausgewiesen. Sie lagen nach damaligen Berechnungen für die Region Olten auf dem gleichen Niveau wie heute. In der Region Solothurn lagen sie bei 18 Frequenzen/E, im Schwarzbubenland bei 24 und im Naturpark Thal bei 27 und sind damit leicht bis deutlich gestiegen. Im Kantonsmittel resultiert ein Anstieg von 21 auf 23 Frequenzen/E.

Von den 6.2 Mio. Gästefrequenzen sind rund 5 Mio. (81%) Tagesgäste, 410'000 übernachteten in der Hotellerie, 200'000 in der Parahotellerie und 540'000 bei Verwandten und Bekannten (Abb. 34). Der Anteil dieses Gästesegments ist höher als erwartet und auch höher als er in der Studie von 2010 geschätzt worden ist. Er ist jedoch mit der Befragung von mehr als 3'000 Einheimischen im Zuge der Gästebefragung sehr gut abgestützt.

Der Tagesgästeanteil ist im *Kanton Solothurn mit 81%* hoch, er liegt jedoch in derselben Grössenordnung wie in früheren Studien für Regionen im Mittelland (Basel-land, Schaffhausen, Aargau) oder im agglomerationsnahen Berggebiet (Kanton

Nidwalden) festgestellt. Tourismusregionen in den Alpen weisen in der Regel aber deutlich tiefere Tagesgästeanteile auf (z.B. Jungfrauregion 46%).

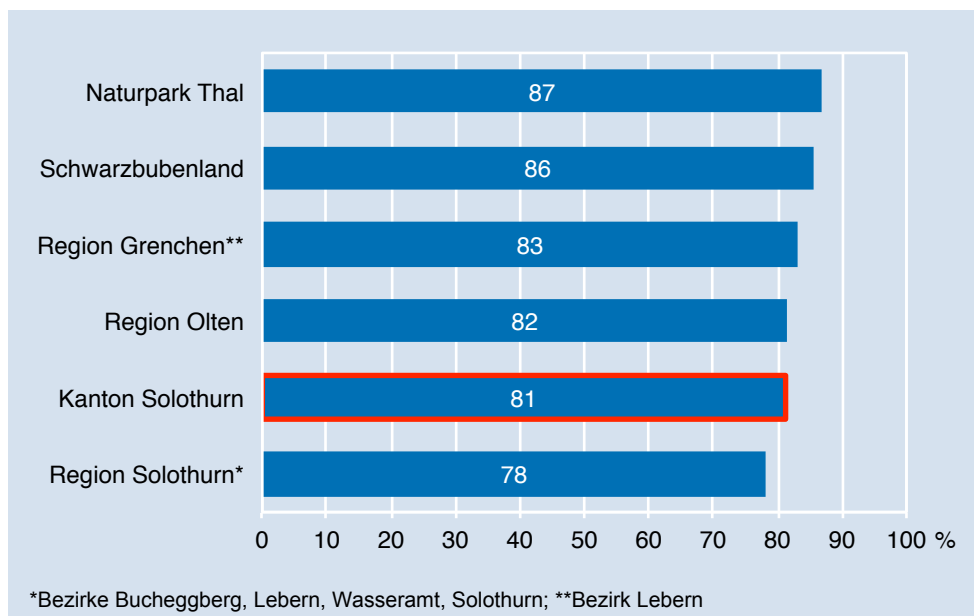
**Abbildung 34:** Gästefrequenzen im Kanton Solothurn nach Gästekategorien, 2017



Quelle: HESTA (Hotellerie), Gästebefragung 2017, Recherchen und Berechnungen Rütter Soceco.

Abbildung 35 zeigt die ermittelten *Tagesgästeanteile* für die fünf Tourismusregionen<sup>18</sup>.

**Abbildung 35:** Tagesgästeanteile im Kanton Solothurn und den 5 Tourismusregionen, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)



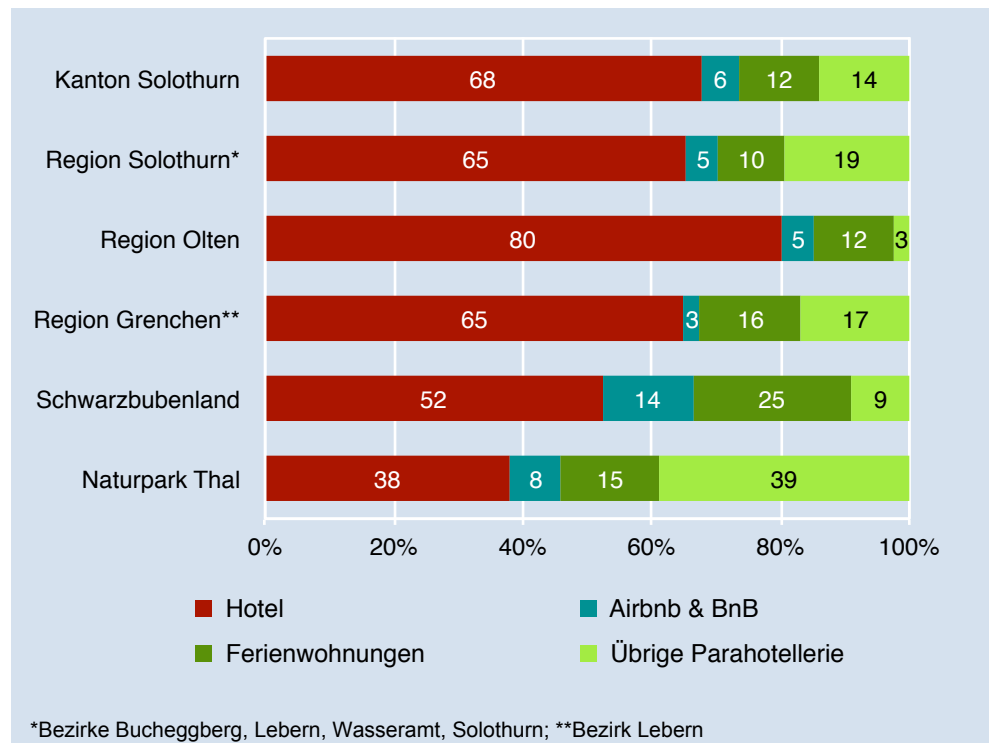
Quelle: Gästebefragung 2017, Berechnungen Rütter Soceco.

<sup>18</sup> Die Anteile stimmen nicht mit den effektiv «auf der Strasse» gemessenen Werten überein, wie sie in Kapitel 7 für die einzelnen Befragungsstandorte detaillierter dargestellt sind, da eine Gewichtung und Aggregation auf die Ebene der Regionen vorgenommen worden ist (vgl. Kapitel 2 Methode).

Der höchste Anteil wurde mit 87% für den Naturpark Thal ermittelt, gefolgt vom Schwarzbubenland (86%), der Region Grenchen (83%), der Region Olten (82%) und der Region Solothurn (78%).

In der Studie 2010 – die auf angebotsseitigen Erhebungen beruht – sind die Tagesgästeanteile mit Ausnahme der Region Thal als höher eingeschätzt worden. Die absolute Anzahl Tagesgäste ist jedoch gestiegen.

**Abbildung 36:** Aufteilung der übernachtenden Gäste – ohne Besucher/innen von Verwandten und Bekannten – auf die verschiedenen Übernachtungskategorien, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)



Quelle: HESTA (Hotellerie), Gästebefragung 2017, Recherchen und Berechnungen Rütter Soceco.

Abbildung 36 zeigt die Aufteilung der Übernachtungsgäste, ohne solche, die bei Verwandten und Bekannten nächtigen, auf die Beherbergungskategorien. Im *Kanton Solothurn* übernachten gut zwei Dritte der «zahlenden» Gäste in der Hotellerie, 6% in BnB's, 12% in Ferienwohnungen und 14% in der übrigen Parahotellerie, wie Jugendherbergen, Gruppenunterkünften und Camping.

In der *Region Solothurn* liegt der Anteil an Hotelgästen im Kantonsdurchschnitt. Gäste der «übrige Parahotellerie» sind hingegen infolge der hohen Frequenzen des TCS-Campings und der Jugendherberge überdurchschnittlich vertreten.

Die *Region Olten* weist einen überdurchschnittlichen Anteil an Hotelgästen auf und im *Naturpark Thal* ist die übrige Parahotellerie, dank der grossen Anzahl an Gruppenunterkünften, stark.

2008 wurden die Übernachtungen in der Landwirtschaft separat ausgewiesen. Damals beruhte diese Schätzung auf einer Befragung, an der sich 45 Betriebe beteiligten. Ohne Befragung der Betriebe war für 2017 eine Schätzung nicht mehr möglich, dies insbesondere auch, weil die Betriebe ihr Angebot heute unter Air BnB, BnB oder als Ferienwohnungen im Internet präsentieren und es nicht in je-

dem Falle möglich ist einzuschätzen, ob es sich beim Anbieter um ein Landwirtschaftsbetrieb im engeren Sinne handelt<sup>19</sup>.

Abbildung 37 zeigt die ermittelten Gästefrequenzen im Kanton Solothurn und den 5 Tourismusregionen im Detail.

**Abbildung 37:** Aufteilung der Gästefrequenzen auf die verschiedenen Gästekategorien, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

2017	Kanton Solothurn		Region Solothurn <sup>a)</sup>		Region Olten		Region Grenchen <sup>b)</sup>		Schwarzbubenland		Naturpark Thal	
	in Tsd.	%	in Tsd.	%	in Tsd.	%	in Tsd.	%	in Tsd.	%	in Tsd.	%
<b>Total Gäste</b>	<b>6'162</b>	<b>100</b>	<b>2'485</b>	<b>100</b>	<b>2'269</b>	<b>100</b>	<b>1'057</b>	<b>100</b>	<b>885</b>	<b>100</b>	<b>522</b>	<b>100</b>
Übernachtende Gäste	1'156	19	542	22	418	18	177	17	127	14	68	13
• Hotel	414	36	196	36	174	42	56	32	26	21	17	25
• Airbnb / BnB	37	3	15	3	12	3	2	1	7	5	4	5
• Ferienwohnungen*	76	7	31	6	26	6	14	8	12	10	7	10
• Übrige Parahotellerie	86	7	58	11	6	1	14	8	5	4	17	25
- Gruppenunterkünfte	37	43	17	30	3	60	3	24	4	88	12	68
- Camping	38	45	38	66	<0.1	<0.1	9	61	<0.1	<0.1	<0.1	<0.1
- Gasthöfe	11	12	2	4	2	40	2	15	1	12	6	32
• Verwandte/Bekannte	544	47	242	45	201	48	91	51	78	61	23	34
Tagesgäste	5'006	81	1'943	78	1'851	82	880	83	758	86	454	87

\* inklusive Landwirtschaft

a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn

b) Bezirk Lebern

Quelle: HESTA (Hotellerie) sowie Gästebefragung 2017, Recherchen und Schätzungen Rütter Soceco.

Im Vergleich zur Studie von 2010, die wie erwähnt auf angebotsseitigen Erhebungen und Analysen beruht, sind die Frequenzen auf kantonaler Ebene in allen Kategorien angestiegen. Für die Hotellerie liegen dazu statistisch gesicherte Zahlen vor (vgl. Abb. 9). Die Unterschiede in den anderen Kategorien sind jedoch zum Teil auch methodisch bedingt. Daher werden sie hier nicht interpretiert

## 5.2 Tagesausgaben der Gäste

Die Gäste geben im Kanton Solothurn im Durchschnitt 51 CHF pro Tag aus (Abb. 38). Diese Ausgaben verstehen sich ohne die Ausgaben für die Anreise in den Kt. Solothurn.

Die Ausgabenhöhe ist je nach Gästekategorie sehr unterschiedlich. Während sie bei den Übernachtungsgästen bei 103 CHF pro Tag liegen – bei einer Hotelübernachtung sogar bei 208 CHF – geben Tagesgäste nur gerade durchschnittlich 39 CHF aus und Besucher/innen von Verwandten und Bekannten 35 CHF pro Tag. Bei den letzten beiden Kategorien, insbesondere bei den Tagesgästen, sind die Ausgaben so tief, weil je nach Standort ein Teil der Gäste gar keine Ausgaben tätigt (vgl. dazu z.B. die Abbildungen 60, 68, 77 und 86).

Vergleicht man die Zahlen mit denjenigen, die im Tourismusmonitor Schweiz (TMS) von Schweiz Tourismus für «Kleine Städte und den ländlichen Raum» ermittelt worden sind, so liegen die Ausgaben der Hotelgäste in derselben Grös-

<sup>19</sup> Für die Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen wurde der Branche Landwirtschaft jedoch ein Anteil der Beherbergungsausgaben zugewiesen.

ordnung (zwischen 175 und 230 CHF). Die Ausgaben von Gästen in BnB liegen im TMS zwischen 140 CHF und 195 CHF und die Ausgaben für Ferienwohnungen zwischen 95 CHF und 140 CHF, und sind somit höher.

In der Studie von 2010 (Basis 2008) wurden keine Tagesausgaben bestimmt. Den damals geschätzten Frequenzen wurden jedoch Tagesausgaben unterstellt. Diese unterstellten Tagesausgaben sind ebenfalls höher, als die im Rahmen dieser Studie erfragten und plausibilisierten Zahlen.

Bei den Ferienwohnungen ist hier noch anzumerken, dass die Ausgaben und Investitionen für die eigene Ferienwohnung in den Tagesausgaben nicht enthalten sind. Diese Ausgaben werden in der Berechnung der Nachfrage pauschal dazugerechnet und sind erheblich.

Wie erwähnt wird auch ein Teil der Reiseausgaben für die Hin- und Rückreise pauschal zu den Ausgaben addiert (vgl. Abschnitt 2.6).

**Abbildung 38:** Tagesausgaben der Gäste im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen nach Gästekategorie, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

	Kanton Solothurn	Region Solothurn <sup>a)</sup>	Region Olten	Region Grenchen <sup>b)</sup>	Schwarzbubenland	Naturpark Thal
2017	CHF	CHF	CHF	CHF	CHF	CHF
<b>Total Gäste**</b>	<b>51</b>	<b>53</b>	<b>61</b>	<b>38</b>	<b>33</b>	<b>29</b>
Übernachtende Gäste	103	98	121	78	70	88
• Hotel	208	192	231	165	183	191
• Airbnb / BnB	102	101	104	90	100	102
• Ferienwohnungen*	44	39	45	38	51	55
• Übrige Parahotellerie	75	76	93	72	75	69
- Gruppenunterkünfte	67	72	83	65	71	53
- Camping	76	76	-	70	78	78
- Gasthöfe	101	91	107	90	100	103
• Verwandte/Bekannte	35	35	37	30	32	34
Tagesgäste	39	41	47	31	27	21
* inklusive Landwirtschaft						
** ohne An- und Abreiseausgaben						
a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn						
b) Bezirk Lebern						

Quelle: Rütter Soceco. Gästebefragung 2017 und Berechnungen

### 5.3 Gesamtnachfrage der Gäste

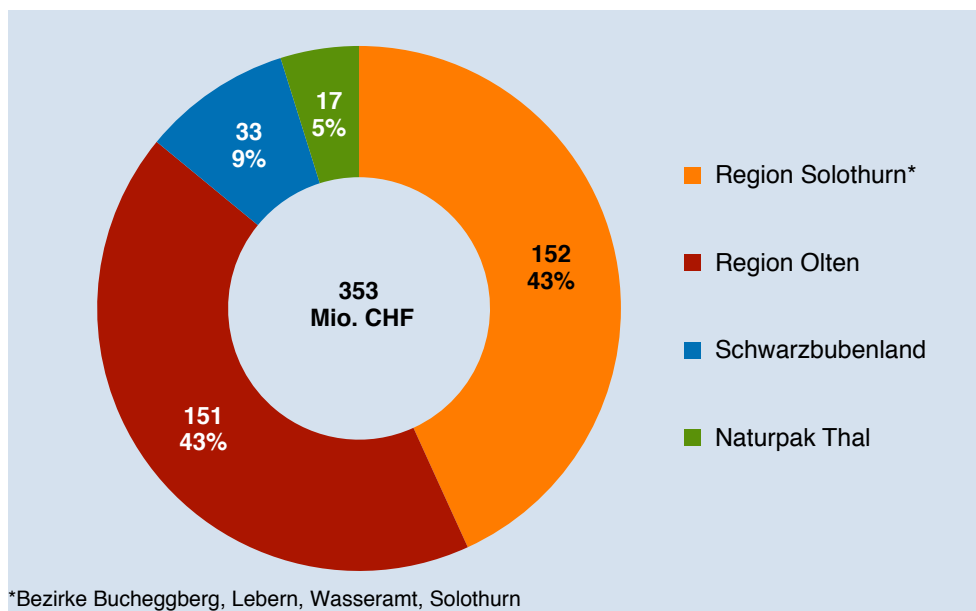
Insgesamt geben die Gäste des Kantons Solothurn im Jahr 2017 rund 350 Mio. CHF aus, davon je 43% (rund 150 Mio. CHF) in den Regionen Solothurn, und Olten, 9% (33 Mio. CHF) im Schwarzbubenland und 5% (17 Mio. CHF) im Naturpark Thal (Abb. 39).

Die Gesamtnachfrage (brutto) liegt damit um 18 Mio. CHF höher als sie für 2008 ausgewiesen worden ist (+5%). Die Veränderung ist eine Folge von einerseits höheren Frequenzen und andererseits tieferen Tagesausgaben. Da es sich bei den Tagesausgaben in der Studie von 2010 um angebotsseitig geschätzte und nicht um empirisch erhobene Zahlen handelt, ist die Veränderung auch methodisch be-



dingt. Es ist daher nicht zulässig weitere Analysen der Nachfrageveränderung durchzuführen oder diese zu interpretieren. Sie entspricht nicht dem effektiven Wachstum.

**Abbildung 39:** Gesamtnachfrage (brutto) der Gäste im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)



Quelle: Berechnungen und Darstellung Rütter Soceco.

In Abbildung 40 ist die Gesamtnachfrage weiter aufgeschlüsselt; sie wird nicht weiter kommentiert. Die Abbildung liest sich wie folgt:

Die «Gästenachfrage beim Aufenthalt» in der ersten Zeile entspricht den Tagesausgaben multipliziert mit den Gästefrequenzen. Dazu addieren sich *weitere Bestandteile der Nachfrage*, wie z.B. der regionale Anteil an den Reiseausgaben und die Ausgaben von Eigentümer/innen für ihre Ferienwohnungen und der Eigenmietwert. Die Summe der «Gästenachfrage beim Aufenthalt» und der «weiteren Bestandteile der Nachfrage» ergibt die Gesamtnachfrage brutto. Von diesem Betrag *fliessen gewisse Anteile aus der betrachteten Region weg, andere fliessen zu*. Zwei Beispiele: (1) Ausgaben für die Schifffahrt werden zwar in der Region Solothurn getätigt, werden jedoch im Kanton Bern umsatzwirksam, da die Schifffahrtsgesellschaft ihren Unternehmenssitz im Kanton Bern hat. (2) Ausgaben für den öffentlichen Verkehr werden in der Region Solothurn getätigt, fallen aber in der Region Olten an, weil dort der Sitz der Verkehrsbetriebe liegt. Nach diesen Bereinigungen resultiert die *Gesamtnachfrage netto*. Diese *entspricht in etwa den Umsätzen der Leistungsträger* in der entsprechenden Region, bzw. im Falle des Detailhandels der Marge.

**Abbildung 40:** Nachfrage der Gäste im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen nach Gästekategorie, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

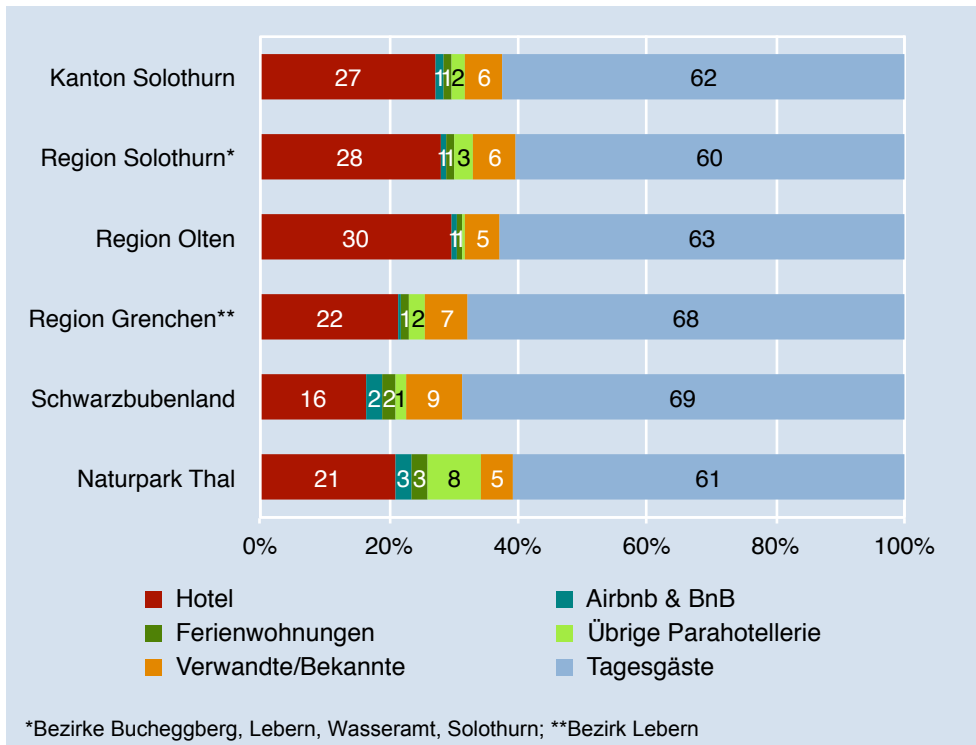
2017	Kanton Solothurn	Region Solothurn <sup>a)</sup>	Region Olten	Region Grenchen <sup>b)</sup>	Schwarzbubenland	Naturpark Thal
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
<b>Gästenachfrage beim Aufenthalt</b>	<b>323</b>	<b>141</b>	<b>136</b>	<b>49</b>	<b>30</b>	<b>16</b>
Übernachtende Gäste	122	56	51	16	9	6
• Hotel	88	39	41	11	5	3
• Airbnb / BnB	3.9	1.6	1.2	0.2	0.7	0.4
• Ferienwohnungen*	3.5	1.4	1.2	0.6	0.7	0.4
• Übrige Parahotellerie	6.7	4.5	0.5	1.2	0.4	1.3
• Verwandte/Bekannte	20	9	7.3	3.2	2.6	0.8
Tagesgäste	201	85	86	33	21	10
<b>Weitere Bestandteile der Nachfrage</b>						
Anteile Reiseausgaben***	16	5.2	9	1.3	0.7	0.6
Ausgaben und Eigenmietwert Ferienwohnungen	14	6.4	5	3	2	0.7
<b>Gesamtnachfrage (brutto)</b>	<b>353</b>	<b>152</b>	<b>151</b>	<b>53</b>	<b>33</b>	<b>17</b>
Zu- und Abflüsse	-7.0	-7.9	1.8	-8.0	-0.5	-0.4
<b>Gesamtnachfrage (netto)</b>	<b>346</b>	<b>145</b>	<b>153</b>	<b>45</b>	<b>32</b>	<b>17</b>
* inklusive Landwirtschaft						
** ohne An- und Abreiseausgaben						
*** An- und Abreiseausgaben (Benzin, ÖV, Luftfahrt)						
a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn						
b) Bezirk Lebern						

Quelle: Rütter Soceco. Gästebefragung 2017 und Berechnungen

Die verschiedenen Gästekategorien tragen in unterschiedlichem Masse zur Gesamtnachfrage bei (Abb. 41). In allen Solothurner Regionen ist die *Nachfrage der Tagesgäste* infolge ihrer hohen Frequenzen *höher als diejenige der übernachtenden Gäste*. Sie sind somit insgesamt sehr wichtig für die Leistungsträger in den Regionen und für einen grossen Teil ihres Umsatzes verantwortlich. Unter den übernachtenden Gästen tragen jedoch in allen Regionen die *Hotelgäste* am meisten zur Gesamtnachfrage bei. In den Regionen Solothurn, Olten, Grenchen und Schwarzbubenland sind sie (abgesehen von den Besucher/innen von Verwandten und Bekannten) zudem auch anzahlmässig die grösste Gruppe unter den übernachtenden Gästen (vgl. Abb. 36).

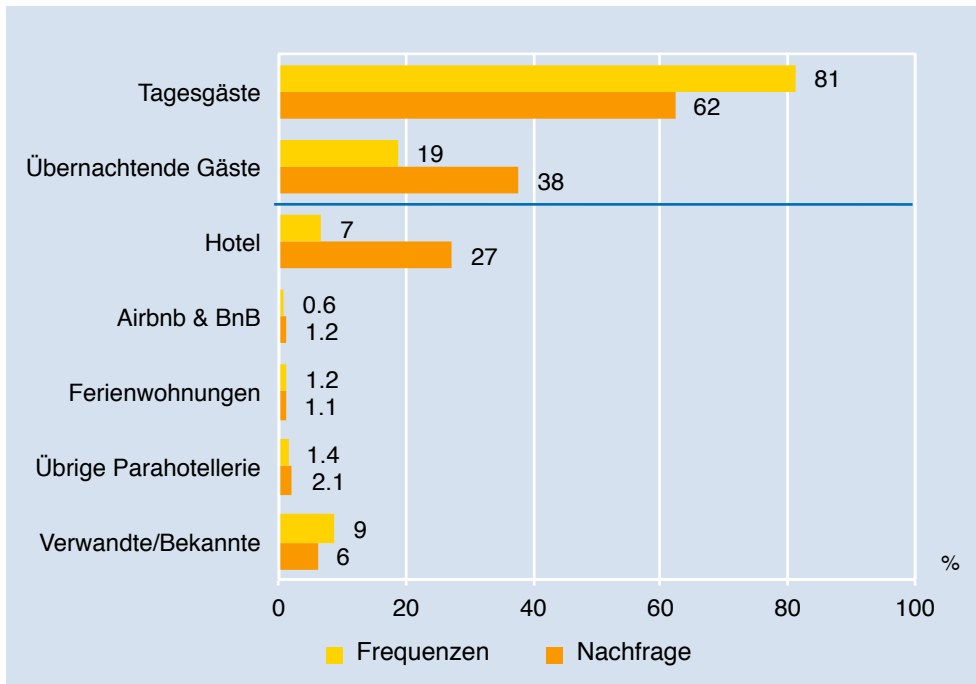
Vergleicht man den Beitrag der verschiedenen Gästegruppen zu den Frequenzen und zur Nachfrage, wird die grosse wirtschaftliche Bedeutung der Hotelgäste unterstrichen (Abb. 42). Sie tragen im Kanton Solothurn 7% zu den Frequenzen bei und viermal mehr (28%) zur Nachfrage. Umgekehrt verhält es sich mit den Tagesgästen. Diese tragen rund 80% zu den Frequenzen bei und «nur» 62% zur Nachfrage.

**Abbildung 41:** Nachfrage der verschiedenen Gästegruppen im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)



Quelle: HESTA (Hotellerie), Gästebefragung 2017, Recherchen und Berechnungen Rütter Soceco.

**Abbildung 42:** Vergleich von Nachfrage und Frequenzen der verschiedenen Gästekategorien, Kanton Solothurn 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

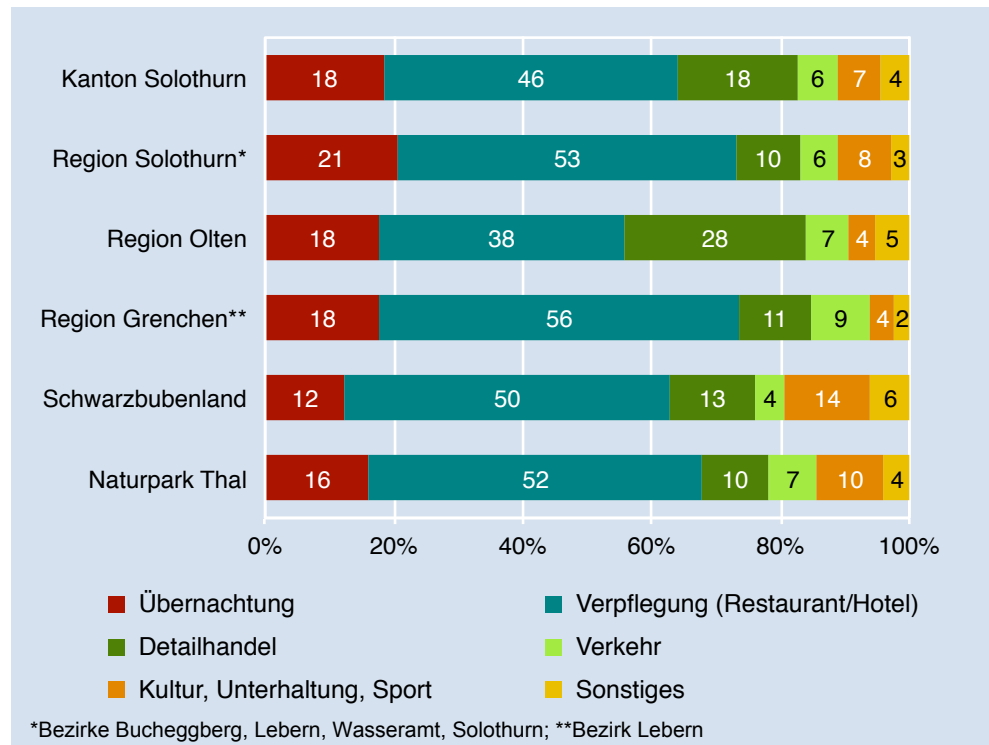


Quelle: Recherchen und Berechnungen Rütter Soceco.

Die Gäste des Kantons Solothurn – Tagesgäste und übernachtende Gäste – verwenden im Durchschnitt knapp ein Fünftel ihrer Ausgaben für die Übernachtung,

nahezu die Hälfte für Verpflegung im Gastgewerbe und eine weiteres knappes Fünftel für Käufe im Detailhandel (Abb. 43).

**Abbildung 43:** Nachfrage der Gäste im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen nach Ausgabenkategorie, 2017



Quelle: HESTA (Hotellerie), Gästebefragung 2017, Recherchen und Berechnungen Rütter Sococo.

Zwischen den Regionen bestehen dabei geringe Unterschiede. Einzig der deutlich höhere Anteil des Detailhandels in der Region Olten ist auffallend. Dieser ist auf den hohen Anteil auswärtiger Kunden des dortigen Einkaufszentrums Fashion Fish zurückzuführen. Ebenfalls überdurchschnittlich sind die Ausgaben für Kultur, Unterhaltung und Sport in den Regionen Schwarzbubenland (Goetheanum, Neustheater.ch Dornach, Kloster Mariastein) und Thal (evtl. Reining Masters in Matzen-dorf).

## 6. Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

In Kapitel 6 wird die *volkswirtschaftliche Wirkung des Tourismus im Kanton Solothurn* und in den *fünf Tourismusregionen* dargestellt und mit den für 2008 ermittelten Werten verglichen.

Wie in Abschnitt 3.4 beschrieben haben die statistischen Grundlagen, auf denen die Studie von 2008 beruhen, 2011 drastisch geändert. Die neue Basis erfasst die Beschäftigten genauer. Wie in Kapitel 4 aufgezeigt ist nach der neuen Erfassungsmethode die Anzahl Beschäftigte im Kanton Solothurn im Jahr 2008 um rund 5'000 VZÄ und die Bruttowertschöpfung um 2.8 Mia. CHF höher als in der damaligen Studie ausgewiesen (siehe Seite 48). Auf der neuen Basis sind die Tourismusanteile an der Beschäftigung und am BIP 2008 entsprechend tiefer. *Ein direkter Vergleich mit den in der Studie von 2008 ausgewiesenen Zahlen ist somit nicht möglich.* Um eine Vergleichbarkeit der Werte zu gewährleisten wurden, die Ergebnisse von 2008 auf die neuen statistischen Basisdaten umgerechnet (vgl. Abschnitt 2.4). Der in diesem Kapitel im Abschnitt 6.3.2 dargestellte *Vergleich* basiert auf dieser Rückrechnung.

### 6.1 Direkte und indirekte touristische Beschäftigung und Wertschöpfung im Kanton Solothurn

Die touristischen Ausgaben der Gäste führen zu direktem touristischem Umsatz und in der Folge zu *direkter touristischer Wertschöpfung* und *Beschäftigung*. Über die *Vorleistungseinkäufe* und *Investitionen* der touristischen Unternehmen sowie durch die *Konsumausgaben* der im Tourismus beschäftigten Personen (Einkommenseffekt) wird auf weiteren Stufen der Wertschöpfungskette *indirekt* zusätzliche Wertschöpfung und Beschäftigung ausgelöst. Die Summe aller touristischen Wertschöpfungs- und Beschäftigungswirkungen lässt sich mit der Gesamtbeschäftigung oder dem kantonalen bzw. regionalen Bruttoinlandprodukt (BIP) in Beziehung setzen. Daraus ergibt sich der *Beschäftigungs- und BIP-Anteil des Tourismus* als wichtigster volkswirtschaftlicher Indikator<sup>20</sup>.

Im Kanton Solothurn löst der Tourismus 2017 gesamthaft (direkt und indirekt) eine Beschäftigung von rund 3'000 VZÄ aus. Dies entspricht 2.7% der kantonalen Beschäftigung. Dabei entsteht eine touristische Bruttowertschöpfung von 280 Mio. CHF. Der Tourismus trägt damit 1.7% zum kantonalen BIP bei (Abb. 44).

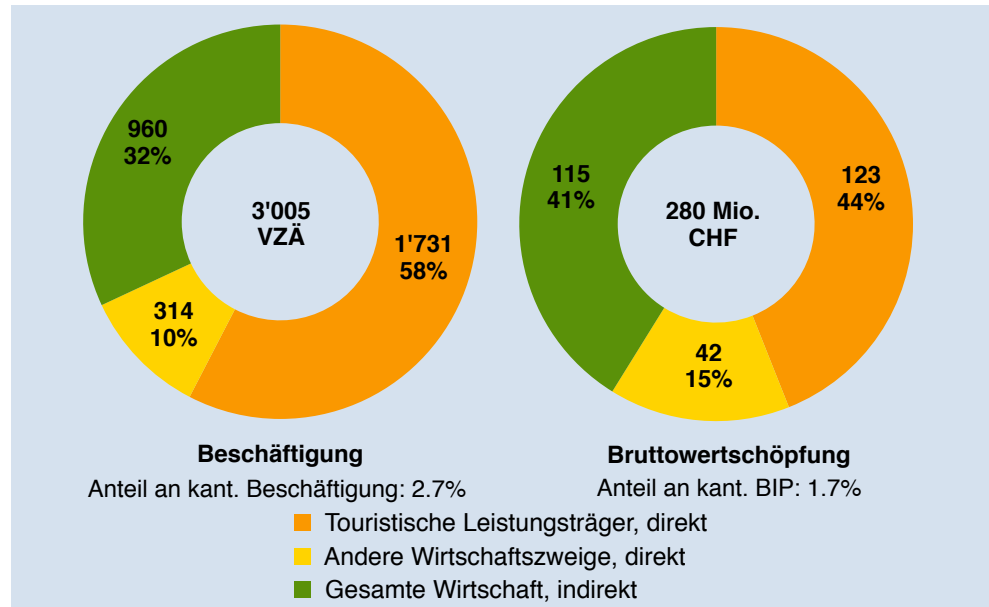
#### *Direkte und indirekte Beiträge*

Bei den *touristischen Leistungsträgern* selbst entsteht *direkt* eine Beschäftigung von rund 1'730 VZÄ und eine Bruttowertschöpfung von 123 Mio. CHF. Dies entspricht 58% der gesamten tourismusinduzierten Beschäftigung und 44% der tourismusinduzierten Bruttowertschöpfung. Der Wertschöpfungsbeitrag ist tiefer als

<sup>20</sup> Davon zu unterscheiden ist der Anteil der Touristischen Leistungsträger an Beschäftigung und Bruttowertschöpfung (vgl. Kapitel 4), der nur einen groben Indikator für die Tourismusintensität einer Region darstellt.

der Beschäftigungsbeitrag, da die touristischen Leistungsträger, insbesondere das Gastgewerbe, überdurchschnittlich arbeitsintensiv sind.

**Abbildung 44:** Direkte und indirekte touristische Beschäftigung und Bruttowertschöpfung 2017 im Kanton Solothurn



Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Sococo

Der Tourismus ist eine typische «Querschnittsbranche». Es profitieren nebst den Touristischen Leistungsträgern auch andere Wirtschaftszweige. Im direkten Kontakt mit den Gästen werden in *anderen Branchen* weitere 314 VZÄ und eine Bruttowertschöpfung von 42 Mio. CHF generiert. Über *indirekte Effekte* kommen nochmals 960 VZÄ und 115 Mio. CHF an Wertschöpfung dazu. Die indirekten Wirkungen des Tourismus sind bei der Wertschöpfung anteilmässig höher (41%) als bei der Beschäftigung (32%). Dies ist auf höhere Arbeitsproduktivitäten bei den indirekt vom Tourismus profitierenden Branchen zurückzuführen.

## 6.2 Anteile der fünf Tourismusregionen an der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung

Abbildung 45 zeigt die *Aufteilung* der touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung *auf die Tourismusregionen*.

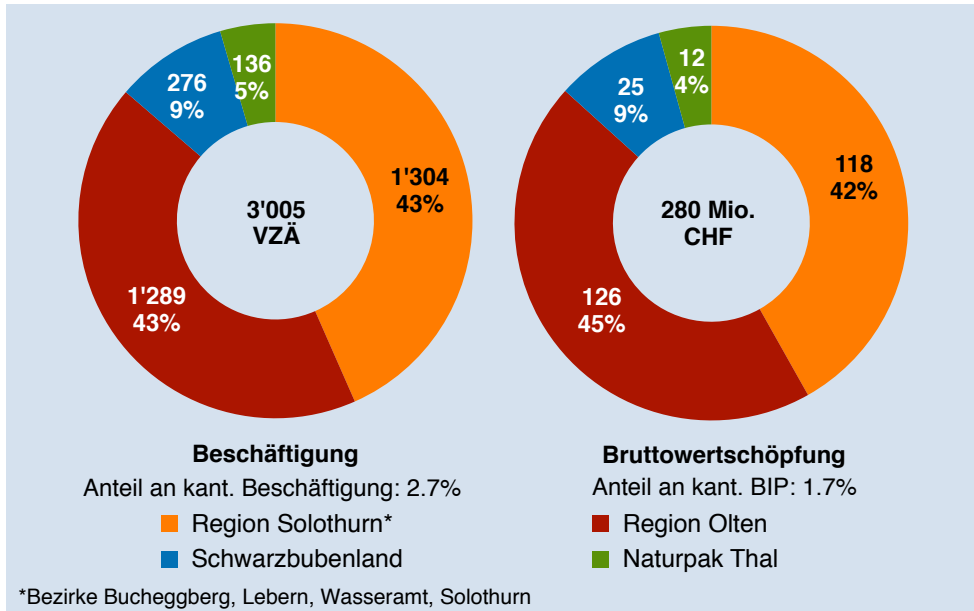
In der *Region Solothurn* generiert der Tourismus rund 1'300 Beschäftigte (VZÄ) und eine Bruttowertschöpfung von 118 Mio. CHF. In *Olten* gehen knapp 1'300 VZÄ und eine Bruttowertschöpfung 126 Mio. CHF auf den Tourismus zurück. Die beiden Regionen partizipieren mit jeweils 43% an der touristischen Beschäftigung und mit 42% bzw. 45% an der touristischen Bruttowertschöpfung. Der höhere Wertschöpfungsanteil in der Region Olten ist auf die hohe Anzahl von wertschöpfungsstarken Verkehrsdienstleister zurückzuführen, die ihren Sitz in Olten haben.

Im *Schwarzbubenland* löst der Tourismus 276 VZÄ und 25 Mio. CHF Bruttowertschöpfung aus, was je einem Beitrag zu den kantonalen Werten von 9% entspricht.

Im *Naturpark Thal* sind 136 VZÄ und 12 Mio. CHF Bruttowertschöpfung auf touristische Aktivitäten zurückzuführen. Dies entspricht 4% bzw. 5% der kantonalen

Werte. In der Region *Grenchen*, die Teil der Region Solothurn ist, beträgt die induzierte touristische Beschäftigung 394 VZÄ und die Bruttowertschöpfung 36 Mio. CHF (vgl. Abb. 47 und 48).

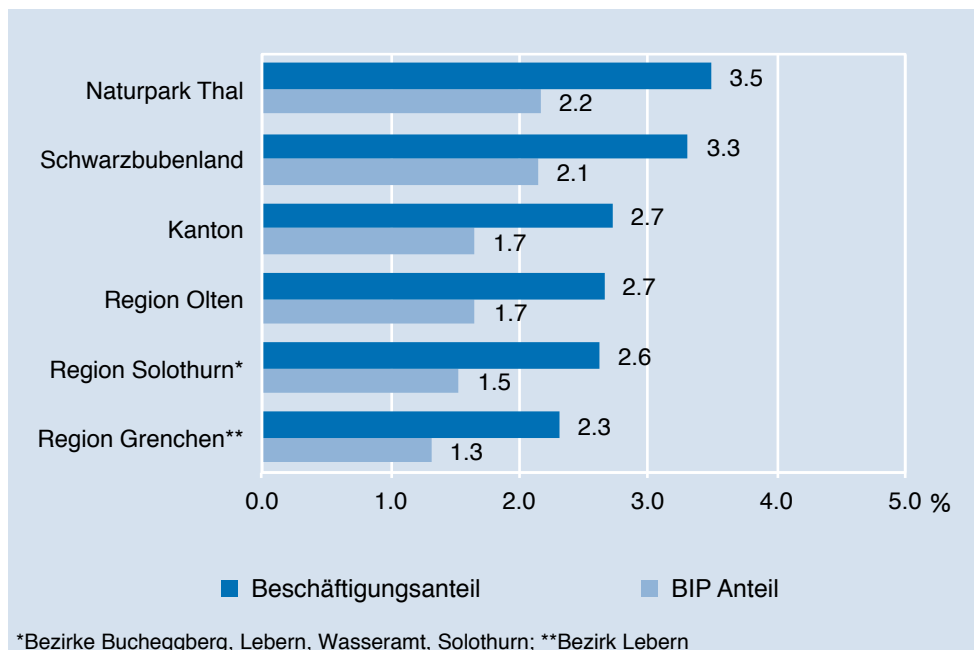
**Abbildung 45:** Touristische Beschäftigung und Wertschöpfung im Kanton Solothurn und Anteil der fünf Tourismusregionen, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)



Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

Abbildung 46 zeigt die *Tourismusanteile* an der regionalen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung in den fünf Tourismusregionen.

**Abbildung 46:** Tourismusanteile an Beschäftigung und BIP im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen, 2017



Quelle: Berechnungen Rütter Soceco

Die Anteile sind im Naturpark Thal mit 3.5% der Beschäftigung und 2.2% der regionalen Bruttowertschöpfung am höchsten, gefolgt vom Schwarzbubenland mit einem Anteil von 3.3% an der Beschäftigung und 2.1% an der BWS. Im *Naturpark Thal* und dem *Schwarzbubenland* hat der *Tourismus* somit im Hinblick auf Arbeitsplätze und BIP in der Region eine *grössere Bedeutung* als in den wirtschaftlich breiter aufgestellten Regionen Olten, Solothurn und Grenchen. Verglichen mit stark touristischen Regionen in den Alpen ist die Abhängigkeit jedoch auch in den Regionen Thal und Schwarzbubenland nicht sehr ausgeprägt.

### 6.3 Touristische Beschäftigung und Wertschöpfung nach Branchen

In den Abbildungen 47 und 48 sind die *touristische Beschäftigung und Bruttowertschöpfung* aufgeschlüsselt *nach Branchen* dargestellt. Im oberen Teil der Tabellen sind die direkte touristische Beschäftigung bzw. Bruttowertschöpfung der touristischen Leistungsträger aufgeführt, anschliessend die mehrheitlich indirekt induzierte touristische Beschäftigung bzw. Bruttowertschöpfung bei anderen Branchengruppen. Bei den Dienstleistungen wird der Handel separat gezeigt, da insbesondere der Detailhandel ebenfalls einen starken und direkten Bezug zum Tourismus aufweist.

**Abbildung 47:** Beitrag der verschiedenen Branchen an die touristische Beschäftigung im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen, 2017 (*die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen*)

Touristische Beschäftigung	Noga	Kanton Solothurn		Region Solothurn <sup>a)</sup>		Region Olten		Region Grenchen <sup>b)</sup>		Schwarzbubenland		Naturpark Thal	
		VZÄ	%	VZÄ	%	VZÄ	%	VZÄ	%	VZÄ	%	VZÄ	%
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>1'731</b>	<b>58</b>	<b>805</b>	<b>62</b>	<b>700</b>	<b>54</b>	<b>240</b>	<b>61</b>	<b>149</b>	<b>54</b>	<b>76</b>	<b>56</b>
Beherbergungsgewerbe	55	684	23	318	24	286	22	85	22	46	17	33	24
Gaststättengewerbe*	56	696	23	350	27	246	19	107	27	70	25	30	22
Verkehr*	49-51	117	3.9	29	2.2	81	6.3	7	1.8	4	1.4	3	2.2
Bergbahnen	49.39	10	0.3	10	0.8	-	-	5	1.3	-	-	-	-
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	85	2.8	34	2.6	44	3.4	13	3.3	3	1.1	4	2.9
Kultur, und Unterhaltung*	90-93	84	2.8	40	3.1	19	1.5	14	3.6	22	8.0	3	2.2
Sport*	93	37	1.2	19	1.5	14	1.1	8	2.0	2	0.7	2	1.5
Persönliche Dienstleistungen*	94-96	18	0.6	5	0.4	10	0.8	1	0.3	2	0.7	1	0.7
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>65</b>	<b>2.2</b>	<b>23</b>	<b>1.8</b>	<b>19</b>	<b>1.5</b>	<b>7</b>	<b>1.8</b>	<b>10</b>	<b>3.6</b>	<b>14</b>	<b>10.3</b>
<b>Industrie und Gewerbe</b>	<b>10-33</b>	<b>100</b>	<b>3.4</b>	<b>29</b>	<b>2.2</b>	<b>59</b>	<b>4.6</b>	<b>10</b>	<b>2.5</b>	<b>8</b>	<b>2.9</b>	<b>4</b>	<b>2.9</b>
<b>Energie, Wasser, Bergbau</b>	<b>05-09, 35-39</b>	<b>10</b>	<b>0.3</b>	<b>4</b>	<b>0.3</b>	<b>5</b>	<b>0.4</b>	<b>2</b>	<b>0.5</b>	<b>1</b>	<b>0.4</b>	<b>0</b>	<b>&lt;0.1</b>
<b>Bauwirtschaft</b>	<b>41-43</b>	<b>135</b>	<b>4.5</b>	<b>57</b>	<b>4.4</b>	<b>53</b>	<b>4.1</b>	<b>20</b>	<b>5.1</b>	<b>17</b>	<b>6.2</b>	<b>8</b>	<b>5.9</b>
<b>Dienstleistungen**</b>	<b>45-97</b>	<b>788</b>	<b>26</b>	<b>318</b>	<b>24</b>	<b>362</b>	<b>28</b>	<b>96</b>	<b>24</b>	<b>79</b>	<b>29</b>	<b>28</b>	<b>21</b>
Detailhandel	47	198	6.6	68	5.2	111	8.6	20	5.1	14	5.1	5	3.7
Übriger Handel	45-47	73	2.4	25	1.9	39	3.0	8	2.0	6	2.2	3	2.2
Übrige Dienstleistungen		517	17.2	225	17.3	212	16.4	68	17.3	59	21.4	20	14.7
<b>Zwischentotal</b>		<b>2'829</b>	<b>94</b>	<b>1'236</b>	<b>95</b>	<b>1'198</b>	<b>93</b>	<b>375</b>	<b>95</b>	<b>264</b>	<b>96</b>	<b>130</b>	<b>96</b>
Nicht zuteilbare indirekte Effekte		177	5.9	68	5.2	91	7.1	19	4.8	12	4.3	6	4.4
<b>Total</b>		<b>3'006</b>	<b>100</b>	<b>1'304</b>	<b>100</b>	<b>1'289</b>	<b>100</b>	<b>394</b>	<b>100</b>	<b>276</b>	<b>100</b>	<b>136</b>	<b>100</b>
<b>Direkte tour. Beschäftigung</b>		<b>2'045</b>	<b>68</b>	<b>903</b>	<b>69</b>	<b>864</b>	<b>67</b>	<b>271</b>	<b>69</b>	<b>183</b>	<b>66</b>	<b>96</b>	<b>71</b>

\* Gaststättengewerbe: Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, sowie Bars ; Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt und Schifffahrt ; Kultur, Unterhaltung, Sport und persönliche Dienstleistungen: Nur touristisch relevante Sub-B Branchen

\*\* ohne Touristische Leistungsträger

a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn

b) Bezirk Lebern

Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Sococo



Die Darstellungen zeigen, dass sowohl die touristische Beschäftigung wie auch die touristische Bruttowertschöpfung «nur» zu einem Anteil (je nach Region) von 54%-62% (Beschäftigung) bzw. von 39%-48% (BWS) bei den *Touristischen Leistungsträgern* entsteht. Im Kantonsdurchschnitt fallen somit 42% der Beschäftigungswirkung und 56% der touristischen Bruttowertschöpfung *bei anderen Branchen* an. Die Hotellerie und das Gastgewerbe als wichtigste touristische Branchen tragen im Kantonsmittel 46% zur touristischen Beschäftigung und 31% zur touristischen Bruttowertschöpfung bei.

**Abbildung 48:** Beitrag der verschiedenen Branchen an die touristische Bruttowertschöpfung im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

Touristische Bruttowertschöpfung	Noga	Kanton Solothurn		Region Solothurn <sup>a)</sup>		Region Olten		Region Grenchen <sup>b)</sup>		Schwarzbubenland		Naturpark Thal	
		Mio. CHF	%	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>123</b>	<b>44</b>	<b>56</b>	<b>48</b>	<b>53</b>	<b>42</b>	<b>17</b>	<b>47</b>	<b>10</b>	<b>39</b>	<b>5</b>	<b>44</b>
Beherbergungsgewerbe	55	44	16	21	17	18	15	6	15	3.0	12	2.1	17
Gaststättengewerbe*	56	42	15	21	18	15	12	7	18	4.3	17	1.8	15
Verkehr*	49-51	18	6.2	4.4	3.7	12	9.7	1.0	2.8	0.6	2.4	0.4	3.3
Bergbahnen	49-39	2	0.5	1.5	1.3	-	-	0.8	2.2	-	-	-	-
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	7	2.6	3.0	2.6	3.8	3.0	1.1	3.0	0.2	0.8	0.4	3.3
Kultur, und Unterhaltung*	90-93	6	2.0	2.7	2.3	1.3	1.0	0.9	2.5	1.5	5.9	0.2	1.7
Sport*	93	3.6	1.3	2.1	1.8	1.1	0.9	1.1	3.0	0.1	0.4	0.3	2.5
Persönliche Dienstleistungen*	94-96	1.4	0.5	0.4	0.3	.8	0.6	0.1	0.3	0.1	0.4	0.1	0.8
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>2</b>	<b>0.8</b>	<b>0.6</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.4</b>	<b>0.2</b>	<b>0.6</b>	<b>0.3</b>	<b>1.2</b>	<b>0.9</b>	<b>7.4</b>
<b>Industrie und Gewerbe</b>	<b>10-33</b>	<b>13</b>	<b>4.7</b>	<b>3.9</b>	<b>3.3</b>	<b>8</b>	<b>6.1</b>	<b>1.4</b>	<b>3.9</b>	<b>1.1</b>	<b>4.3</b>	<b>0.5</b>	<b>4.1</b>
<b>Energie, Wasser, Bergbau</b>	<b>05-09, 35-39</b>	<b>2</b>	<b>0.7</b>	<b>0.8</b>	<b>0.7</b>	<b>1.0</b>	<b>0.8</b>	<b>0.3</b>	<b>0.8</b>	<b>0.2</b>	<b>0.8</b>	<b>0.1</b>	<b>0.8</b>
<b>Bauwirtschaft</b>	<b>41-43</b>	<b>15</b>	<b>5.4</b>	<b>7</b>	<b>5.6</b>	<b>6</b>	<b>4.7</b>	<b>2.3</b>	<b>6.4</b>	<b>1.9</b>	<b>7.5</b>	<b>0.9</b>	<b>7.4</b>
<b>Dienstleistungen**</b>	<b>45-97</b>	<b>102</b>	<b>36</b>	<b>41</b>	<b>35</b>	<b>47</b>	<b>37</b>	<b>12</b>	<b>33</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>4</b>	<b>30</b>
Detailhandel	47	19	6.9	7	5.7	11	8.7	1.9	5.2	1.4	5.5	0.5	4.1
Übriger Handel	45-47	15	5.2	5	4.1	8	6.4	1.5	4.1	1.2	4.7	0.5	4.1
Übrige Dienstleistungen		68	24.2	30	25.4	28	22.4	9	23.8	7	29.2	2.6	21.5
<b>Zwischentotal</b>		<b>258</b>	<b>92</b>	<b>109</b>	<b>93</b>	<b>115</b>	<b>91</b>	<b>33</b>	<b>92</b>	<b>23</b>	<b>92</b>	<b>11</b>	<b>93</b>
Vermietung priv. Haushalte***	98	6	2.1	2.5	2.1	2.1	1.7	1.2	3.3	0.9	3.6	0.3	2.5
Nicht zuteilbare indirekte Effekte		16	5.8	6	5.0	9	7.1	1.8	5.0	1.0	4.0	0.5	4.1
<b>Total</b>		<b>280</b>	<b>100</b>	<b>118</b>	<b>100</b>	<b>126</b>	<b>100</b>	<b>36</b>	<b>100</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>
<b>Direkte tour. Bruttowertschöpfung</b>		<b>165</b>	<b>59</b>	<b>70</b>	<b>59</b>	<b>73</b>	<b>58</b>	<b>22</b>	<b>60</b>	<b>15</b>	<b>58</b>	<b>8</b>	<b>64</b>

\* Gaststättengewerbe: Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, sowie Bars ; Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt und Schifffahrt ; Kultur, Unterhaltung, Sport und persönliche Dienstleistungen: Nur touristisch relevante Sub-Branchen

\*\* ohne Touristische Leistungsträger

\*\*\* Vermietung privater Haushalte, inkl. Eigenmietwert

a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn

b) Bezirk Lebern

Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

Entsprechend der unterschiedlichen Branchenstruktur in den fünf Regionen ist der *Beitrag der einzelnen Branchen zur touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung regional verschieden*. In der Region Olten leistet beispielsweise der Sektor Verkehr mit einem Anteil von 6.3% gegenüber 4% im Kantonsmittel einen deutlich überdurchschnittlichen Beitrag zur touristischen Beschäftigung. Im Naturpark Thal ist der Beitrag der Landwirtschaft zur touristischen Beschäftigung deutlich überdurchschnittlich mit 10.3% gegenüber 2.2% im Kantonsmittel. In der Region Solothurn hat das Gastgewerbe mit insgesamt 51% gegenüber 46% im Kantonsmittel ein überdurchschnittliches Gewicht in Bezug auf die touristische Beschäftigung.

Im Zusammenhang mit der touristischen Bruttowertschöpfung ist noch zu erwähnen, dass über die Vermietungen von Ferienwohnungen, Airbnb und durch den

Eigenmietwert von selbst genutzten Zweitwohnungen auch im privaten Sektor eine touristische Wertschöpfung entsteht. Diese beträgt im Kanton Solothurn rund 6 Mio. CHF was 2.1% der touristischen Bruttowertschöpfung entspricht. Gemäss Definition der offiziellen Statistik entsteht dadurch jedoch keine Beschäftigung.

Abbildung 49 zeigt anhand der Beschäftigung, wie stark die einzelnen Branchen und Branchengruppen im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen mit dem Tourismus verbunden sind.

**Abbildung 49:** Tourismusanteile in den verschiedenen Branchen im Kanton Solothurn und den fünf Tourismusregionen, 2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

Touristischer Anteil an der Beschäftigung		Kanton Solothurn	Region Solothurn <sup>a)</sup>	Region Olten	Region Grenchen <sup>b)</sup>	Schwarzbubenland	Naturpark Thal
2017	Noga	in (%)	in (%)	in (%)	in (%)	in (%)	in (%)
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>19</b>	<b>26</b>	<b>15</b>	<b>28</b>	<b>21</b>	<b>27</b>
Beherbergungsgewerbe	55	71	75	68	75	70	63
Gaststättengewerbe*	56	27	29	25	27	28	27
Verkehr*	49-51	4.1	10.6	3.2	10.3	10.8	13.0
Bergbahnen	49.39	80	80	-	80	-	-
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	100	100	100	100	100	100
Kultur, und Unterhaltung*	90-93	12	13	11	29	9.6	16
Sport*	93	7	7.5	7.0	14	7	8
Persönliche Dienstleistungen*	94-96	1.5	0.8	2.3	0.7	1.9	1.3
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>2.4</b>	<b>2.2</b>	<b>3</b>	<b>2.1</b>	<b>1.9</b>	<b>3.6</b>
<b>Industrie und Gewerbe</b>	<b>10-33</b>	<b>0.4</b>	<b>0.2</b>	<b>0.8</b>	<b>0.1</b>	<b>0.5</b>	<b>0.4</b>
<b>Energie, Wasser, Bergbau</b>	<b>05-09, 35-39</b>	<b>0.5</b>	<b>0.6</b>	<b>0.3</b>	<b>0.9</b>	<b>3.5</b>	<b>1.3</b>
<b>Bauwirtschaft</b>	<b>41-43</b>	<b>1.5</b>	<b>1.6</b>	<b>1.4</b>	<b>2.2</b>	<b>1.7</b>	<b>1.4</b>
<b>Dienstleistungen**</b>	<b>45-97</b>	<b>1.2</b>	<b>1.2</b>	<b>1.2</b>	<b>1.5</b>	<b>1.8</b>	<b>1.8</b>
Detailhandel	47	4.1	2.9	5.3	2.9	4.9	3.9
Übriger Handel	45-47	0.9	0.8	0.9	1.0	1.1	1.0
Übrige Dienstleistungen		1.0	1.0	0.9	1.4	1.7	1.7
<b>Total</b>		<b>2.7</b>	<b>2.6</b>	<b>2.7</b>	<b>2.3</b>	<b>3.3</b>	<b>3.5</b>
<b>Direkter touristischer Anteil</b>							
Direkte tour. Bruttowertschöpfung		59	59	58	60	58	64
Direkte tour. Beschäftigung		68	69	67	69	66	70
<b>Tourismusanteile an der kantonalen bzw. regionalen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung</b>							
Anteil Total an kantonaler bzw. regionaler Beschäftigung		2.7	2.6	2.7	2.3	3.3	3.5
Anteil Direkt an kantonaler bzw. regionaler Beschäftigung		1.9	1.8	1.8	1.6	2.2	2.5
Anteil Total an kantonaler bzw. regionaler Bruttowertschöpfung		1.7	1.5	1.7	1.3	2.1	2.2
Anteil Direkt an kantonaler bzw. regionaler Bruttowertschöpfung		1.0	0.9	1.0	0.8	1.3	1.4
* Gaststättengewerbe: Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, sowie Bars ; Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt und Schifffahrt ; Kultur, Unterhaltung, Sport und persönliche Dienstleistungen: Nur touristisch relevante Sub-Branchen							
** ohne Touristische Leistungsträger							
a) Bezirke Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn							
b) Bezirk Lebern							

Quelle: BFS, Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

Diese sog. «*Tourismusanteile*» zeigen deutlich, dass in einem nicht vorwiegend touristischen Kanton wie Solothurn die Arbeitsplätze auch bei den Touristischen Leistungsträgern selbst «nur» zu rund einem Fünftel (19%) vom Tourismus abhängen. Selbst im Beherbergungsgewerbe werden nur gut 70% der Arbeitsplätze (VZÄ) durch Touristen generiert. Die Leistungen der Hotellerie für Einheimische und Personen mit Arbeits- oder Ausbildungsplatz im Kanton Solothurn betragen somit rund 30% (Umsätze mit Einheimischen in der Restauration). Bei den Gaststätten ist der Tourismusanteil bei 27%, das heisst, dass sie fast drei Viertel ihrer Leistungen für Einheimische erbringen. Wie bereits in Kapitel 4 erwähnt braucht es aber die Umsätze mit den Touristen, um die kritische Masse zu erreichen und ein funktionierendes Gastgewerbe und damit eine attraktive Umgebung sowohl für Einheimische wie auch Touristen sicher zu stellen.

### 6.3.2 Veränderung der touristischen Beschäftigung und Wertschöpfung, 2008 zu 2017

Die folgenden Abbildungen 50-54 zeigen die *Veränderung der touristischen Beschäftigung* und der *touristischen Bruttowertschöpfung* im Jahr 2017 gegenüber 2008. Die Zahlen für 2008 beruhen auf der Studie «Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Solothurn» von 2010. Sie sind jedoch auf die ab 2011 geltende Gliederung der Grundlagenstatistiken umgerechnet worden.

**Abbildung 50:** Veränderung der touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung im Kanton Solothurn 2008/2017

Kanton Solothurn		Beschäftigung in VZÄ			Bruttowertschöpfung in Mio. CHF		
Noga		2008	2017	Δ in %	2008	2017	Δ in %
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>1'501</b>	<b>1'731</b>	<b>15</b>	<b>106</b>	<b>124</b>	<b>16</b>
Gastgewerbe <sup>1</sup>	55-56	1'231	1'381	12	78	86	11
Verkehr <sup>2</sup>	49-51	97	127	31	13	19	43
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	76	85	12	6	7	35
Kultur, Sport und Unterhaltung <sup>3</sup>	90-93	86	121	40	9	9	3
Persönliche Dienstleistungen <sup>3</sup>	94-96	11	17	60	0.8	1.5	82
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>36</b>	<b>65</b>	<b>81</b>	<b>1.4</b>	<b>2.3</b>	<b>59</b>
<b>Produzierendes Gewerbe<sup>4</sup></b>	<b>05-43</b>	<b>197</b>	<b>246</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>31</b>	<b>36</b>
<b>Dienstleistungen<sup>5</sup></b>	<b>45-97</b>	<b>735</b>	<b>790</b>	<b>7.5</b>	<b>96</b>	<b>108</b>	<b>13</b>
Handel	45-47	201	272	36	24	34	43
Übrige Dienstleistungen		534	518	-3.1	66	68	2.6
<b>Zwischentotal</b>		<b>2'469</b>	<b>2'832</b>	<b>15</b>	<b>221</b>	<b>259</b>	<b>17</b>
Private Haushalte <sup>6</sup>					5	6	12
Nicht zuteilbare indirekte Effekte		157	176	12	13	16	26
<b>Total</b>		<b>2'626</b>	<b>3'008</b>	<b>15</b>	<b>239</b>	<b>281</b>	<b>18</b>

<sup>1</sup> Beherbergungs- und Gaststättengewerbe (Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, Bars)

<sup>2</sup> Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt, Schifffahrt und Bergbahnen

<sup>3</sup> Nur touristisch relevante Sub-Branchen

<sup>4</sup> Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bergbau; Bau

<sup>5</sup> ohne Touristische Leistungsträger

<sup>6</sup> Vermietung privater Haushalte, inkl. Eigenmietwert

Quelle: Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

Im *Kanton Solothurn* ist die touristische Beschäftigung von 2008 zu 2017 um rund 400 VZÄ von rund 2'600 VZÄ auf 3'000 VZÄ gestiegen, dies entspricht einer Zunahme von 15%. In derselben Zeitperiode ist die touristische Bruttowertschöpfung um 18% bzw. um 40 Mio. CHF von rund 240 Mio. CHF auf rund 280 Mio. CHF gewachsen.

Die touristische Beschäftigung der *Touristischen Leistungsträgern* hat ebenfalls um 15% zugenommen und zwar um 230 VZÄ. Die touristische Bruttowertschöpfung hat sich in dieser Zeitperiode um 16% erhöht, nämlich um 18 Mio. CHF.

Die Gesamtbeschäftigung im Kanton Solothurn ist von 2008 zu 2015 – und damit in einer kürzeren Periode – um 3.7% die Bruttowertschöpfung um 7.6% gewachsen. Der Tourismus verzeichnet somit ein stärkeres Wachstum als die kantonale Gesamtwirtschaft (Abb. 50).

**Abbildung 51:** Veränderung der touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung in der Region Solothurn 2008/2017 (die Region Solothurn umfasst die Region Grenchen)

Region Solothurn <sup>a)</sup>		Beschäftigung in VZÄ			Bruttowertschöpfung in Mio. CHF		
		2008	2017	Δ in %	2008	2017	Δ in %
	Noga						
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>696</b>	<b>806</b>	<b>16</b>	<b>48</b>	<b>56</b>	<b>17</b>
Gastgewerbe <sup>1</sup>	55-56	595	669	12	38	42	12
Verkehr <sup>2</sup>	49-51	25	39	57	3	6	72
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	33	34	4	2	3	25
Kultur, Sport und Unterhaltung <sup>3</sup>	90-93	41	59	42	4	5	8
Persönliche Dienstleistungen <sup>3</sup>	94-96	2	5	111	0.2	0.4	140
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>14</b>	<b>23</b>	<b>57</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>25</b>
<b>Produzierendes Gewerbe<sup>4</sup></b>	<b>05-43</b>	<b>79</b>	<b>90</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>25</b>
<b>Dienstleistungen<sup>5</sup></b>	<b>45-97</b>	<b>312</b>	<b>318</b>	<b>2.3</b>	<b>41</b>	<b>44</b>	<b>7</b>
Handel	45-47	78	93	20	9	12	28
Übrige Dienstleistungen		234	225	-3.5	30	30	0.6
<b>Zwischentotal</b>		<b>1'102</b>	<b>1'237</b>	<b>12</b>	<b>96</b>	<b>109</b>	<b>14</b>
Private Haushalte <sup>6</sup>					2	3	12
Nicht zuteilbare indirekte Effekte		63	68	8	5	6	19
<b>Total</b>		<b>1'165</b>	<b>1'305</b>	<b>12</b>	<b>103</b>	<b>117</b>	<b>14</b>

1 Beherbergungs- und Gaststättengewerbe (Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, Bars)  
2 Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt, Schifffahrt und Bergbahnen  
3 Nur touristisch relevante Sub-Branchen  
4 Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bergbau; Bau  
5 ohne Touristische Leistungsträger  
6 Vermietung privater Haushalte, inkl. Eigenmietwert  
a) Berzike Bucheggberg, Lebern, Wasseramt, Solothurn

Quelle: Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

In der *Region Solothurn* (Abb. 51) ist die touristische Beschäftigung von 2008 auf 2017 um 140 VZÄ von 1'165 VZÄ auf 1'305 VZÄ gestiegen, dies entspricht einer Zunahme von 12%. In derselben Zeitperiode ist die touristische Bruttowertschöpfung um 14% bzw. um 14 Mio. CHF von 103 Mio. CHF auf 117 Mio. CHF gewachsen.

Die touristische Beschäftigung der *Touristischen Leistungsträger* hat um 16% zugenommen und zwar um 110 VZÄ. Die touristische Bruttowertschöpfung hat sich in dieser Zeitperiode um 17% erhöht, nämlich um 8 Mio. CHF.

In der *Region Olten* ist die touristische Beschäftigung von 2008 auf 2017 um 195 von 1'095 VZÄ auf 1'290 VZÄ gestiegen, dies entspricht einer Zunahme von 18%. In derselben Zeitperiode ist die touristische Bruttowertschöpfung um 20% bzw. um 21 Mio. CHF von 105 Mio. CHF auf 126 Mio. CHF gewachsen (Abb. 52).

Die touristische Beschäftigung der *Touristischen Leistungsträger* hat um 19% zugenommen und zwar um 112 VZÄ. Die touristische Bruttowertschöpfung hat sich in dieser Zeitperiode um 21% erhöht, nämlich um 9 Mio. CHF.

**Abbildung 52:** Veränderung der touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung in der Region Olten 2008/2017

Region Olten		Beschäftigung in VZÄ			Bruttowertschöpfung in Mio. CHF		
		2008	2017	Δ in %	2008	2017	Δ in %
	Noga						
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>589</b>	<b>701</b>	<b>19</b>	<b>44</b>	<b>53</b>	<b>21</b>
Gastgewerbe <sup>1</sup>	55-56	457	532	17	29	33	16
Verkehr <sup>2</sup>	49-51	65	81	24	9	12	36
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	35	44	28	3	4	54
Kultur, Sport und Unterhaltung <sup>3</sup>	90-93	26	34	30	3	2	-11
Persönliche Dienstleistungen <sup>3</sup>	94-96	6	10	55	0.5	0.8	76
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>209</b>	<b>0.2</b>	<b>0.5</b>	<b>149</b>
<b>Produzierendes Gewerbe<sup>4</sup></b>	<b>05-43</b>	<b>85</b>	<b>117</b>	<b>38</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>46</b>
<b>Dienstleistungen<sup>5</sup></b>	<b>45-97</b>	<b>341</b>	<b>362</b>	<b>6.2</b>	<b>45</b>	<b>49</b>	<b>10</b>
Handel	45-47	96	150	56	12	19	60
Übrige Dienstleistungen		245	212	-13.4	31	28	-9.3
<b>Zwischentotal</b>		<b>1'021</b>	<b>1'199</b>	<b>17</b>	<b>97</b>	<b>115</b>	<b>19</b>
Private Haushalte <sup>6</sup>					2	2	12
Nicht zuteilbare indirekte Effekte		75	91	22	6	9	43
<b>Total</b>		<b>1'095</b>	<b>1'290</b>	<b>18</b>	<b>105</b>	<b>126</b>	<b>20</b>

<sup>1</sup> Beherbergungs- und Gaststättengewerbe (Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, Bars)

<sup>2</sup> Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt, Schifffahrt und Bergbahnen

<sup>3</sup> Nur touristisch relevante Sub-Branchen

<sup>4</sup> Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bergbau; Bau

<sup>5</sup> ohne Touristische Leistungsträger

<sup>6</sup> Vermietung privater Haushalte, inkl. Eigenmietwert

Quelle: Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

Im *Schwarzbubenland* ist die touristische Beschäftigung von 2008 zu 2017 um 64 VZÄ von 213 VZÄ auf 277 VZÄ gestiegen, dies entspricht einer Zunahme von 30%. In derselben Zeitperiode ist die touristische Bruttowertschöpfung um 37% bzw. um 6 Mio. CHF von 19 Mio. CHF auf 25 Mio. CHF gewachsen.

Die touristische Beschäftigung der *Touristischen Leistungsträger* hat um 29% zugenommen und zwar um 35 VZÄ. Die touristische Bruttowertschöpfung hat sich in dieser Zeitperiode um 22% erhöht, nämlich um 1.8 Mio. CHF (Abb. 53).

**Abbildung 53:** Veränderung der touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung im Schwarzbubenland 2008/2017

Schwarzbubenland		Beschäftigung in VZÄ			Bruttowertschöpfung in Mio. CHF		
		2008	2017	Δ in %	2008	2017	Δ in %
Noga							
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>115</b>	<b>150</b>	<b>29</b>	<b>8.1</b>	<b>9.9</b>	<b>22</b>
Gastgewerbe <sup>1</sup>	55-56	92	117	26	5.8	7.3	26
Verkehr <sup>2</sup>	49-51	3	4	26	0.4	0.6	39
Reisebüros, Tourismusservice	79.11-79.12	4	3	-31	0.3	0.2	-17
Kultur, Sport und Unterhaltung <sup>3</sup>	90-93	14	24	67	1.5	1.7	12
Persönliche Dienstleistungen <sup>3</sup>	94-96	2	2	-5.5	0.1	0.1	7.6
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>85</b>	<b>0.2</b>	<b>0.3</b>	<b>55</b>
<b>Produzierendes Gewerbe<sup>4</sup></b>	<b>05-43</b>	<b>20</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>2.1</b>	<b>3.2</b>	<b>50</b>
<b>Dienstleistungen<sup>5</sup></b>	<b>45-97</b>	<b>59</b>	<b>80</b>	<b>35</b>	<b>7.0</b>	<b>11</b>	<b>62</b>
Handel	45-47	18	21	14	2.0	2.6	31
Übrige Dienstleistungen		41	59	44	4.2	7.4	76.9
<b>Zwischentotal</b>		<b>200</b>	<b>265</b>	<b>32</b>	<b>17</b>	<b>23</b>	<b>41</b>
Private Haushalte <sup>6</sup>					0.8	0.9	12
Nicht zuteilbare indirekte Effekte		13	12	-10	1.1	1.0	-10
<b>Total</b>		<b>213</b>	<b>277</b>	<b>30</b>	<b>19</b>	<b>25</b>	<b>37</b>

<sup>1</sup> Beherbergungs- und Gaststättengewerbe (Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, Bars)

<sup>2</sup> Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt, Schifffahrt und Bergbahnen

<sup>3</sup> Nur touristisch relevante Sub-Branchen

<sup>4</sup> Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bergbau; Bau

<sup>5</sup> ohne Touristische Leistungsträger

<sup>6</sup> Vermietung privater Haushalte, inkl. Eigenmietwert

Quelle: Berechnung und Darstellung Rütter Soceco

Im Naturpark Thal ist die touristische Beschäftigung von 2008 auf 2017 um 17 VZÄ von 153 VZÄ auf 136 VZÄ gesunken, dies entspricht einer Abnahme von 11%. In derselben Zeitperiode ist die touristische Bruttowertschöpfung konstant geblieben auf einem Niveau von 12 Mio. CHF (Abb. 54).

Die touristische Beschäftigung der *Touristischen Leistungsträger* hat um 25% abgenommen und zwar um 25 VZÄ. Die touristische Bruttowertschöpfung der TL ist in dieser Zeitperiode um 23% gesunken, nämlich um ca. 1.3 Mio. CHF.

In der Region Thal hat sich die touristische Beschäftigung und Wertschöpfung bei der Land- und Forstwirtschaft, dem Produzierenden Gewerbe und den übrigen Dienstleistungen erhöht.

Der Beschäftigungsrückgang hat hauptsächlich im arbeitsintensiven Gastgewerbe stattgefunden, daher wirkt sich der Rückgang weniger stark auf die Wertschöpfung aus. Zudem sind die Eigenmietwerte der Ferienwohnungen gestiegen und neue Übernachtungen bei Airbnb entstanden. Diese Effekte sind unter «Private Haushalte» eingeteilt. Den Leistungen der privaten Haushalte stehen gemäss offizieller Statistik keine Beschäftigung gegenüber.

**Abbildung 54:** Veränderung der touristischen Beschäftigung und Bruttowertschöpfung im Naturpark Thal 2008/2017

Naturpark Thal		Beschäftigung in VZÄ			Bruttowertschöpfung in Mio. CHF		
		2008	2017	Δ in %	2008	2017	Δ in %
	Noga						
<b>Touristische Leistungsträger</b>		<b>101</b>	<b>76</b>	<b>-25</b>	<b>6.7</b>	<b>5.4</b>	<b>-23</b>
Gastgewerbe <sup>1</sup>	55-56	87	63	-27	5.5	4.0	-28
Verkehr <sup>2</sup>	49-51	4	3	-23	0.5	0.4	-16
Reisebüros, Tourismusservice	79.11- 79.12	5	4	-12	0.3	0.4	6.1
Kultur, Sport und Unterhaltung <sup>3</sup>	90-93	5	5	-0.5	0.4	0.5	4.7
Persönliche Dienstleistungen <sup>3</sup>	94-96	<1	1	206	<0.1	0.1	249
<b>Land- u. Forstwirtschaft</b>	<b>01-03</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>34</b>	<b>0.6</b>	<b>0.9</b>	<b>56</b>
<b>Produzierendes Gewerbe<sup>4</sup></b>	<b>05-43</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>0.9</b>	<b>1.3</b>	<b>1.5</b>	<b>17</b>
<b>Dienstleistungen<sup>5</sup></b>	<b>45-97</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>21</b>	<b>2.9</b>	<b>4.0</b>	<b>41</b>
Handel	45-47	9	8	-6.3	1.0	1.1	6.2
Übrige Dienstleistungen		15	20	37	1.6	2.6	63
<b>Zwischentotal</b>		<b>147</b>	<b>130</b>	<b>-11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>1</b>
Private Haushalte <sup>6</sup>					0.3	0.3	12
Nicht zuteilbare indirekte Effekte		6	6	-6.4	0.5	0.5	8.0
<b>Total</b>		<b>153</b>	<b>136</b>	<b>-11</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>1</b>

1 Beherbergungs- und Gaststättengewerbe (Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons, Bars)

2 Personenverkehr der Branchen: Eisenbahn, Strassenverkehr, Luftfahrt, Schifffahrt und Bergbahnen

3 Nur touristisch relevante Sub-Branchen

4 Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bergbau; Bau

5 ohne Touristische Leistungsträger

6 Vermietung privater Haushalte, inkl. Eigenmietwert

Quelle: Berechnung und Darstellung Rütter Soceco





## 7. Detailergebnisse der Gästebefragung

Ein Ziel der Gästebefragung war es, mehr Informationen über die Gäste – insbesondere die Tagesgäste – an den verschiedenen, touristisch attraktiven Standorten im Kanton Solothurn zu sammeln. In diesem Kapitel werden die *Detailergebnisse der Gästebefragung für die einzelnen Standorte* dargestellt. Aufgrund der unterschiedlichen Befragungsrückläufe wurden in einzelnen Regionen mehrere Befragungsstandorte zusammengefasst, um eine ausreichende Datenqualität zu erreichen<sup>21</sup>. Zudem gilt zu beachten, dass für einen Grossteil der Ergebnisse nur die Aussagen der (Freizeit)Tagesgäste dargestellt werden können. Übernachtende Gäste und Geschäftstouristen sind an den ausgewählten Befragungsstandorten tendenziell untervertreten<sup>22</sup>.

### 7.1 Region Solothurn / Grenchen

#### 7.1.1 Herkunft der Befragten und Tagesgästeanteile

##### **Herkunft der Befragten – Gäste und Einheimische – an den einzelnen Standorten**

Abbildung 55 zeigt die Herkunftsstruktur der befragten Personen an den verschiedenen Befragungsstandorten. Es werden folgende Kategorien unterschieden: *Einheimische* inkl. Personen mit Arbeits- bzw. Ausbildungsort in der Region, Gäste aus dem *übrigen Kanton Solothurn*, aus der *übrigen Schweiz*, aus den *Nachbarländern* und aus dem *übrigen Ausland*.

Insgesamt wurden im Sommer 2017 in der Region Solothurn / Grenchen rund 3'200 Personen befragt, davon rund 1'600 Einheimische (vgl. Abb. 4).

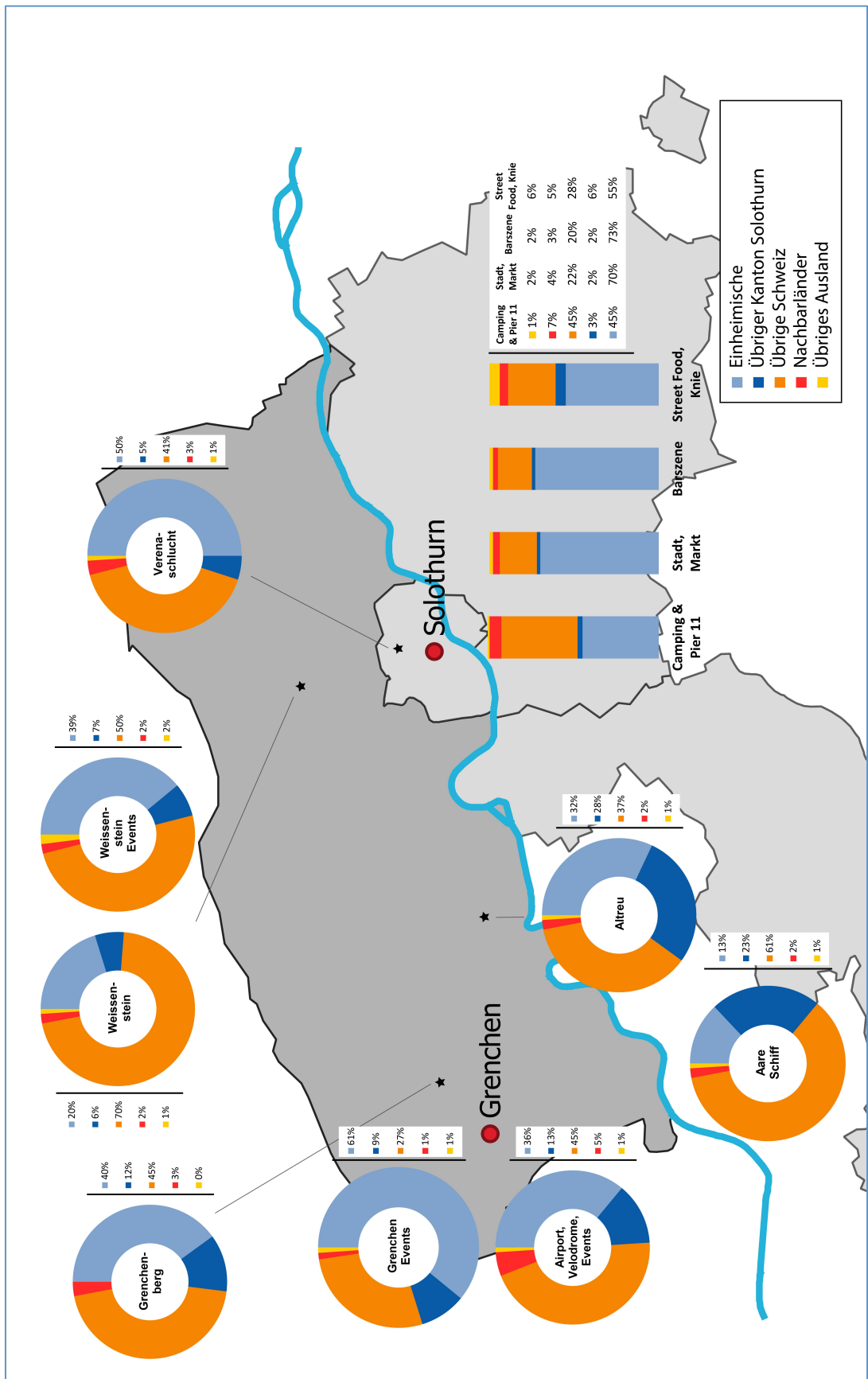
Die touristisch attraktiven Standorte in der *Region Solothurn / Grenchen* werden zu einem *hohen Anteil von Einheimischen* und von *Gästen aus dem übrigen Kanton Solothurn* frequentiert. Dies gilt sowohl für die Naherholungsräume wie die Verenaschlucht, den Grenchenberg oder das Aareufer bei Altreu, als auch für die Städte Solothurn und Grenchen (anlässlich von Events). In Solothurn gilt dies gleichermaßen für den Tag (Stadt / Markt) wie für den Abend (Barszene) oder anlässlich von sommerlichen Events wie Street Food Festival oder Circus Knie. Auch die Events beim Velodrome, Airport und Umgebung werden zur Hälfte von Einheimischen und übrigen Solothurnern besucht.

Eine unterschiedliche Herkunftsstruktur zeigt sich jedoch für das Naherholungsgebiet Weissenstein und die Besucher der Aareschiffahrt. Diese Standorte werden häufiger von auswärtigen Gästen frequentiert als von Einheimischen und Gästen aus dem übrigen Kanton.

<sup>21</sup> Die Aggregation der Detailstandorte ist in Abschnitt 2.5 beschrieben.

<sup>22</sup> Für die Gästekategorien „übernachtende Gäste“ und „Geschäftstouristen“ wurden zur Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen weitere Informationsquellen herangezogen. Siehe dazu Kapitel 2 Methodik.

**Abbildung 55:** Herkunft der befragten Besucherinnen und Besucher an den Befragungsstandorten in der Region Solothurn / Grenchen, Sommer 2017



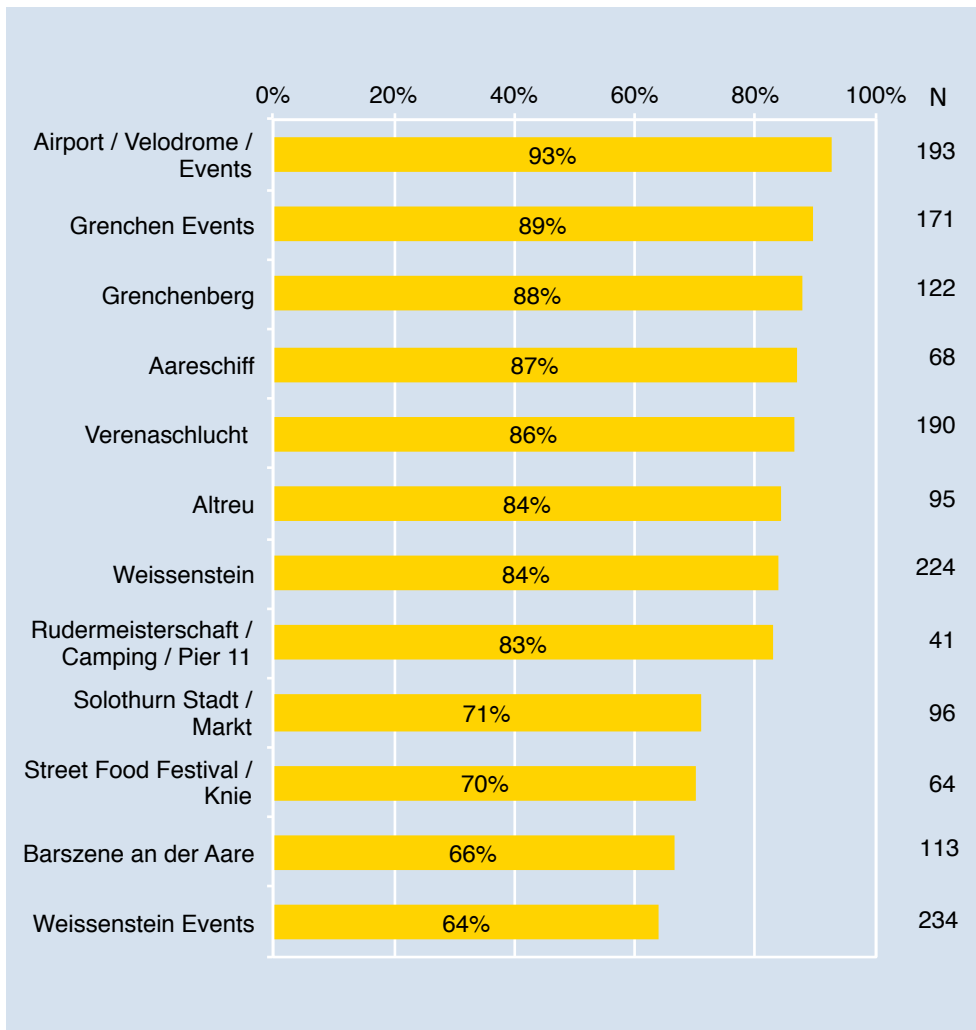
Unter den *auswärtigen Gästen* stellen die Besucher/innen aus der Schweiz an allen Standorten die Mehrheit dar. Insbesondere der Weissenstein zieht sehr viele Gäste aus der übrigen Schweiz an; dies vorwiegend an Wochenenden, an denen keine Events stattfinden, aber auch anlässlich der Events «Uhuru Festival», «Weissenstein Schwinget» und «Bergchilbi».

*Ausländische Gäste* kommen mehrheitlich aus den Nachbarländern, vorwiegend aus Deutschland, etwas weniger häufig aus Frankreich. Anteile ausländischer Gäste von 5% und mehr waren in der Stadt Solothurn (Markt und Barszene) bei den Events Street Food Festival und Knie, bei der Rudermeisterschaft beim Camping Solothurn und am Pier 11 sowie bei den Events auf dem Airport und im Velodrom in Grenchen anzutreffen.

**Tagesgästeanteile an den einzelnen Standorten**

*Frage: Haben Sie heute ausserhalb Ihres Wohnorts übernachtet, oder werden Sie heute Abend ausserhalb Ihres Wohnorts übernachten?*

**Abbildung 56:** Tagesgästeanteile an den Befragungsstandorten in der Region Solothurn / Grenchen, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Der *Tagesgästeanteil* liegt an den Standorten in der Region Solothurn / Grenchen zwischen 60% und über 90% (Abb. 56). In der Stadt Solothurn und anlässlich der

Events auf dem Weissenstein sind an den Befragungstagen somit anteilmässig am meisten übernachtende Gäste angetroffen worden. Beim Weissenstein war dies insbesondere am Uhuru Festival der Fall. 72% der Gäste übernachteten bei diesem Anlass in der Region Solothurn / Grenchen.

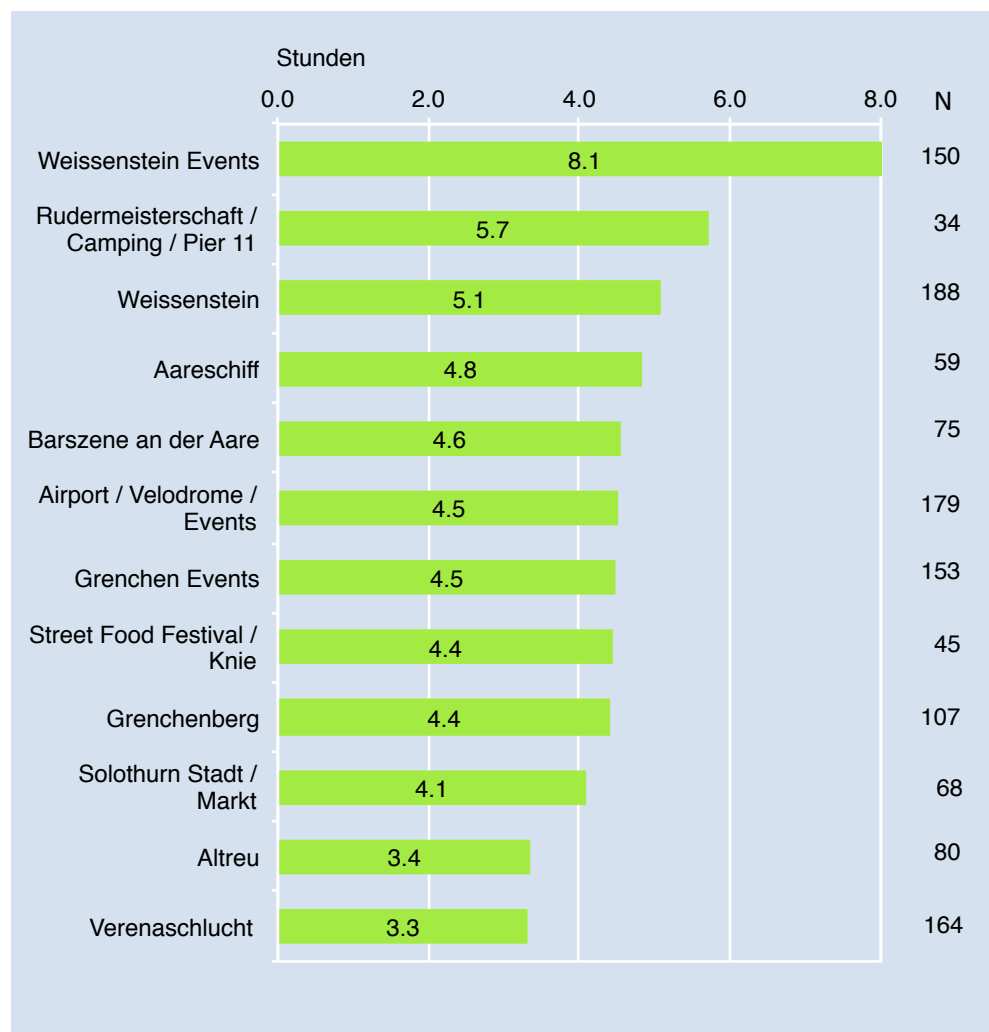
### 7.1.2 Charakterisierung der Tagesgäste in der Region Solothurn / Grenchen

#### Aufenthaltsdauer der Tagesgäste

*Frage: Wie lange dauert Ihr heutiger Aufenthalt in der Region (in Stunden)?*

Die Tagesgäste verbringen in der Region Solothurn/Grenchen zwischen drei und acht Stunden. Während die Verenaschlucht eher Anlass für eine kurze Wanderung ist, führen insbesondere die Events auf dem Weissenstein, wie zum Beispiel das Weissenstein Schwinget, das Uhuru Festival oder die Bergchilbi dazu, dass die Tagesgäste länger verweilen. Sie halten sich im Durchschnitt infolge solcher Events 8 Stunden in der Region Solothurn/Grenchen auf (Abb. 57).

**Abbildung 57:** Aufenthaltsdauer der Tagesgäste in der Region Solothurn / Grenchen, 2017



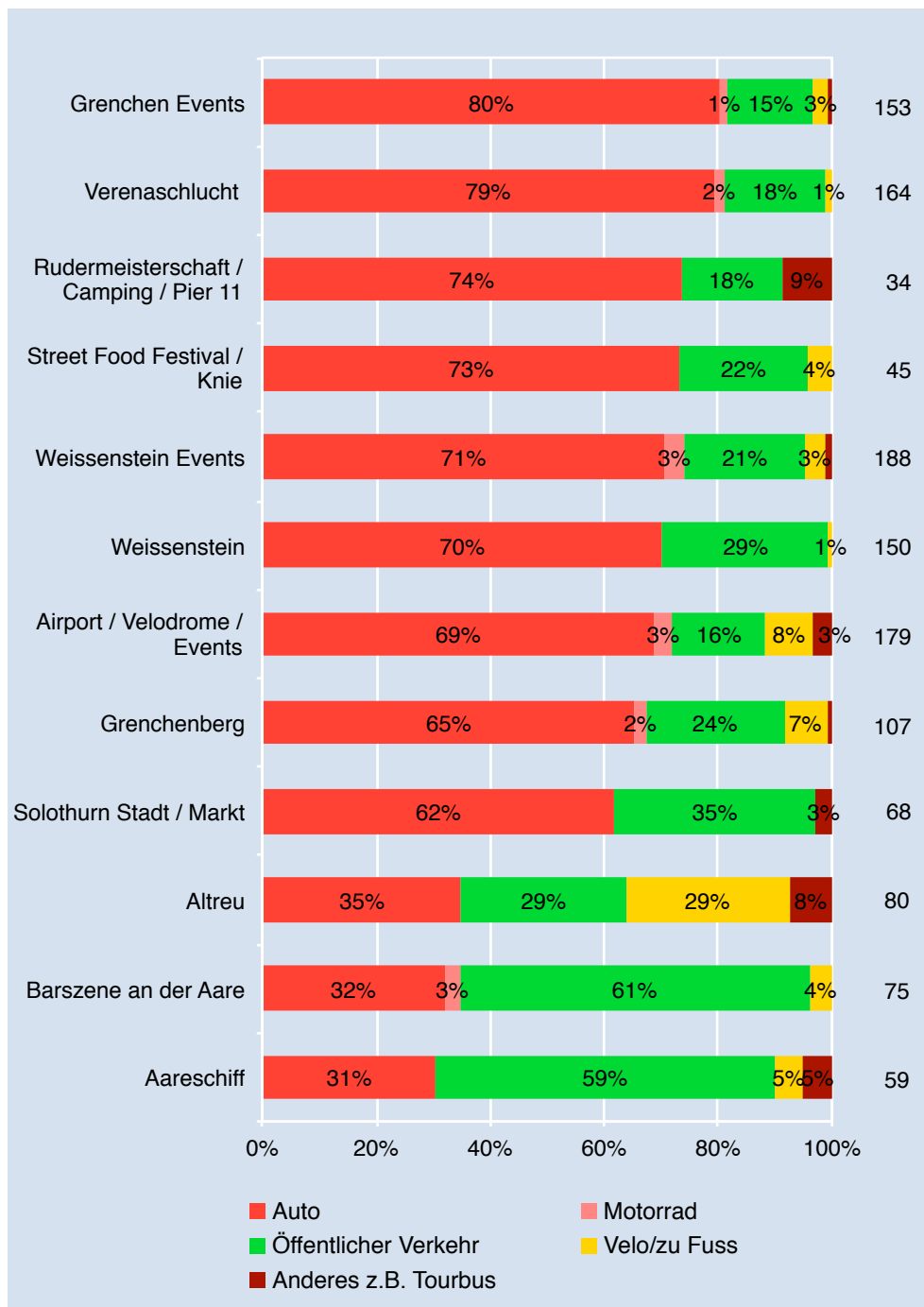
Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

### Verkehrsmittel der Tagesgäste am Befragungstag

Frage: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie angereist?

Trotz der sehr guten Erreichbarkeit aller Befragungsstandorte mit dem Öffentlichen Verkehr (ÖV) ist der Anteil der Tagesgäste, der mit dem Auto in die Region reist, (fast) überall hoch (Abb. 58).

Abbildung 58: Verkehrsmittel der Tagesgäste um in die Region zu reisen, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

An allen Events – sei dies in Grenchen oder in Solothurn und Umgebung – fahren über zwei Drittel der Gäste mit dem Auto an.

Aber auch die Ausgangspunkte der Wanderungen in der Verenaschlucht oder auf dem Weissenstein erreichen die Tagesgäste mit dem Auto.

Im Raum Solothurn reisen nur gerade die Besucher/innen der sog. «Barszene» mehrheitlich mit dem ÖV an.

Altreu hingegen haben die Tagesgäste etwa in gleichem Umfang mit dem Auto, dem ÖV oder mit dem «Langsamverkehr» (Velo/zu Fuss) erreicht. An den Startpunkt einer Schifffahrt auf der Aare fahren ebenfalls mehr als die Hälfte der befragten Tagesgäste mit dem ÖV.

Nur eine kleine Minderheit der Tagesgäste reist mit dem Tourbus oder dem Motorrad an.

### **Grund des Aufenthalts Beruf oder Freizeit**

*Frage: Sind Sie aus beruflichen Gründen in der Region oder in Ihrer Freizeit?*

An sämtlichen Befragungsstandorten sind die Freizeitgäste dominierend. Ein relevanter Anteil an Geschäftstouristen von rund 10% konnte nur gerade an der Barszene in Solothurn und am World Food Festival in Grenchen<sup>23</sup> befragt werden. Geschäftstouristen sind weniger häufig «auf der Strasse» anzutreffen und geben zudem mehrheitlich an, keine Zeit für eine Befragung zu haben<sup>24</sup>.

### **Begleitung der Tagesgäste**

*Fragen: Sind Sie alleine oder in Begleitung unterwegs? Dürfen wir wissen, wer Sie begleitet?*

Ob die befragten Tagesgäste alleine, mit der Familie, mit dem Partner/der Partnerin, mit Freunden, mit Geschäftspartnern oder als Teil einer Reisegruppe unterwegs sind, unterscheidet sich stark nach Befragungsstandort und Aktivität (Abb. 59).

Während knapp die Hälfte der Tagesgäste bei der sog. Solothurner Barszene an der Aare alleine unterwegs ist<sup>25</sup>, flaniert gut die Hälfte der Tagesgäste in der Stadt Solothurn und beim Markt mit Familienangehörigen. Auch auf dem Weissenstein, beim Street Food Festival/Circus Knie in Solothurn sowie bei der Verenaschlucht sind rund die Hälfte der befragten Tagesgäste mit der Familie unterwegs. Dies gilt auch für deutlich mehr als die Hälfte der befragten Tagesgäste auf dem Aareschiff.

Die Befragung auf dem Grenchenberg hat mehrheitlich abends und bei Volksmusikveranstaltungen in den Restaurants stattgefunden. Diese Anlässe werden grösstenteils von Paaren besucht.

Bei den Events in der Stadt Grenchen, beim Airport und Velodrome sowie beim Fischerhaus ist die Begleitung der Tagesgäste in etwa ausgeglichen auf die vier Antwortmöglichkeiten verteilt.

Die Storchensiedlung in Altreu ist ein beliebtes Ausflugsziel von Reisegruppen, Firmen oder Schulen.

Bei der Rudermeisterschaft, beim Camping und dem Pier 11 war ein erheblicher Anteil der befragten Tagesgäste mit einer Reisegruppe unterwegs. Dieser hohe

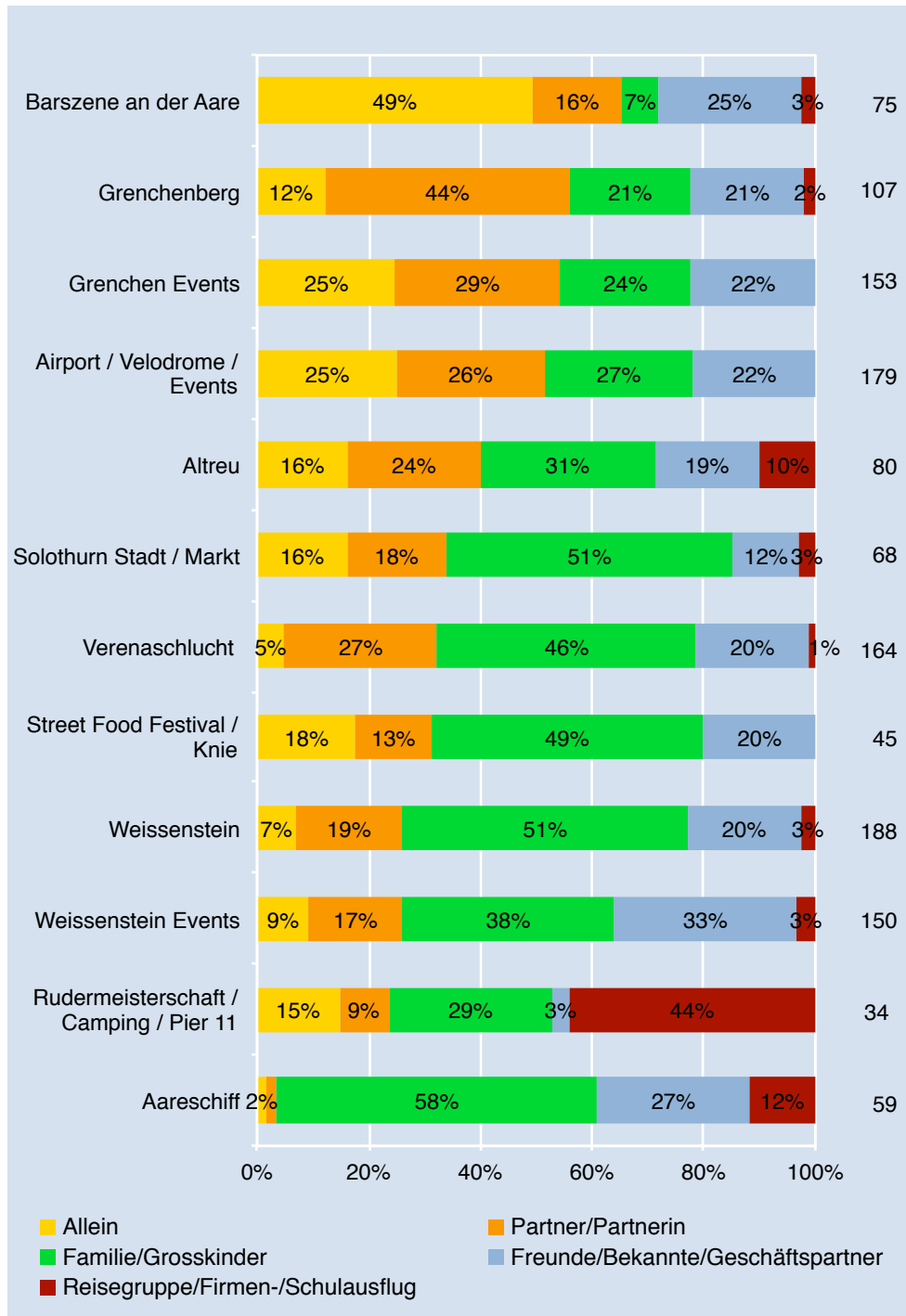
<sup>23</sup> Am World Food Festival wurden z.T. auch Marktfahrer befragt.

<sup>24</sup> Die Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen der Geschäftstouristen stützt sich daher nicht auf die Befragungsergebnisse, sondern es werden andere Informationsgrundlagen beigezogen (siehe Methodik).

<sup>25</sup> Die Befragung fand auf der Strasse im Bereich der Barszene statt.

Anteil dürfte auf die Ruder-Mannschaften, die aufgrund der Rudermeisterschaft angereist sind, zurückzuführen sein.

**Abbildung 59:** Begleitung der Tagesgäste an den Befragungsstandorten in der Region Solothurn / Grenchen, 2017

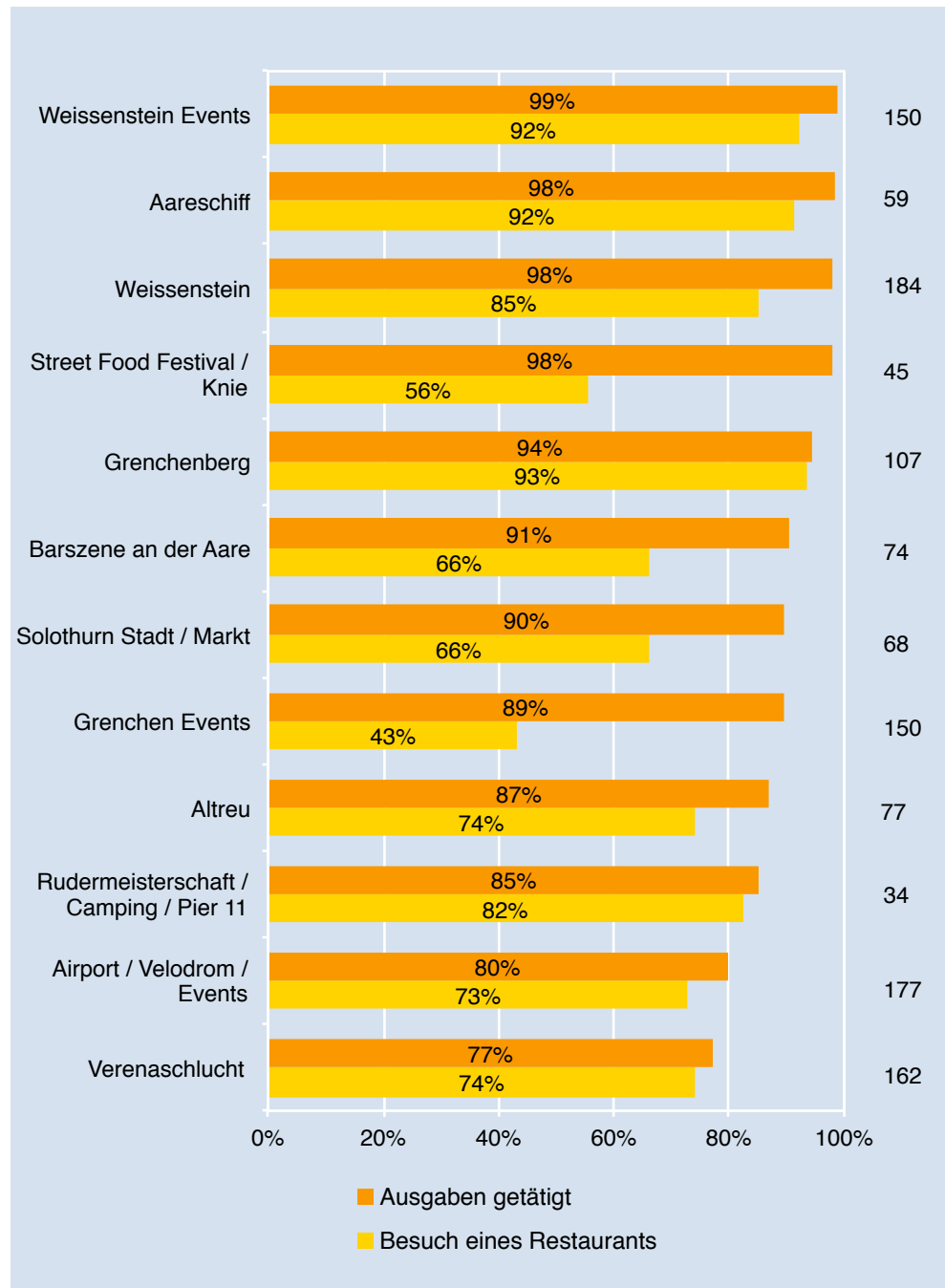


Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

### Tagesgäste mit und ohne Beitrag zur regionalen Wirtschaft

Fragen: Haben Sie heute hier in dieser Region Ausgaben getätigt oder werden Sie noch Ausgaben tätigen? Haben Sie hier in dieser Region ein Restaurant besucht oder planen Sie eines zu besuchen?

Abbildung 60: Beitrag der Tagesgäste zur Regionalwirtschaft, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Der Anteil der Tagesgäste, der in der Region Solothurn / Grenchen Ausgaben getätigt hat, liegt zwischen 77% und 99%. Folglich leistet eine grosse Mehrheit der Gäste im Zusammenhang mit ihrer Reise einen Beitrag zur Regionalwirtschaft (Abb. 60).

Ob die Tagesgäste etwas ausgeben, hängt einerseits vom Angebot in der unmittelbaren Umgebung des Befragungsstandorts ab. So ist der Gästeteil, der nichts



ausgegeben hat, in der Verenaschlucht am grössten. Andererseits gibt aber auch an Standorten mit einem breiten Angebot an Konsummöglichkeiten, wie an den Events beim Airport/Velodrome, ein relativ hoher Anteil der Gäste (20%) an, nichts ausgegeben zu haben. Hier sind möglicherweise gewisse Pauschalarrangements oder Incentives der Grund.

Die Anteile der Gäste, die ein Restaurant besucht haben, sind je nach Standort sehr unterschiedlich und nicht immer einleuchtend interpretierbar. So sagen an der Barszene an der Aare ein Drittel der Befragten, sie würden kein Restaurant besuchen. Die Personen wurden allerdings auf der Strasse und nicht in den Bars selbst befragt. Die Tagesgäste verweilen somit bei schönem Wetter möglicherweise auch ohne Konsumation am Aareufer. An Events wie z.B. dem Street Food Festival /Knie in Solothurn oder den diversen Events in Grenchen gehen auch fast die Hälfte der Befragten nicht ins Restaurant. Bei diesen Anlässen bestehen Verpflegungsmöglichkeiten an Ständen, die einen Restaurantbesuch überflüssig machen.

### 7.1.3 Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen

*Frage: Was haben Sie heute im Kanton Solothurn alles unternommen bzw. was planen Sie heute noch zu tun?*

Die Gäste, die in der Stadt Solothurn, beim Markt, bei der Barszene, beim Street Food Festival oder anlässlich eines Zirkusbesuchs befragt wurden, bewegen sich grossmehrheitlich in der Stadt: Sie bummeln durch die Altstadt, besuchen ein Restaurant oder machen eine Shoppingtour durch die Altstadt. Deutlich weniger machen am selben Tag einen Ausflug auf den Weissenstein oder in die Verenaschlucht oder unternehmen eine Wanderung (Abb. 61).

Gäste, die auf dem Weissenstein oder bei der Verenaschlucht befragt wurden, geben erwartungsgemäss als Aktivität häufig «Wandern» an (44%-64%) oder besuchen ein Restaurant (42%-54%). Eine Kombination dieser Aktivitäten mit einem Besuch der Stadt Solothurn findet ebenfalls statt. Bei 14% der Besucher des Weissensteins und 29% der Gäste in der Verenaschlucht ist dies der Fall.

Die Tagesgäste an Events in Grenchen verweilen hauptsächlich beim Event. Wenn eine weitere Aktivität unternommen wird, dann ist dies der Besuch von Freunden und Familien oder ein Stadtbummel durch den Stadtkern von Grenchen. Ein kleinerer Teil der beim Velodrome, Fischerhaus und am Airport befragten Tagesgäste kombiniert ihren Aufenthalt hingegen mit einer Schifffahrt auf der Aare (7%) oder bewegte sich nach Solothurn für einen Stadtbummel durch die Altstadt (7%). Auch für die in Altreu oder auf dem Aareschiff angetroffenen Tagesgäste ist ein Stadtbummel durch die Altstadt von Solothurn ein beliebtes Ziel (20% bzw. 31%). Das ist auch nicht verwunderlich, da diese touristischen Standorte mit dem Schiff gut kombinierbar sind.

An fast allen Befragungsstandorten in der Region Solothurn / Grenchen ist der Besuch eines Restaurant eine häufig genannte Aktivität.

**Abbildung 61:** Aktivitäten von Tages und übernachtenden Gästen an den Befragungsstandorten in der Region Solothurn / Grenchen, Sommer 2017. Die rot markierten Felder zeigen Aktivitäten die mehr als 20% der Gäste genannt haben.

Nennung gemäss Fragebogen (Mehrfachnennungen möglich)	Solothurn Stadt / Markt	Street Food Festival / Knie	Rudermeisterschaft / Camping / Pier 11	Barszene an der Aare	Verenaschlucht	Weissenstein	Weissenstein Events	Grenchen Events	Airport / Velodrome / Events	Altreu	Aareschiff	Grenchenberg
Anzahl Nennungen	242	146	36	290	481	508	400	256	242	219	117	220
Anzahl Befragte	96	64	41	113	190	224	234	171	193	95	68	122
Wanderung	9%	5%	5%	7%	44%	64%	33%	4%	2%	17%	6%	75%
Velotour	4%	8%	5%	7%	3%	2%	1%	<1%	5%	23%	3%	6%
Kajaktour	-	-	-	-	1%	-	-	-	-	-	-	-
Schiffahrt auf der Aare	3%	3%	7%	5%	2%	<1%	<1%	-	7%	46%	40%	3%
Rundtour Auto	-	2%	-	<1%	1%	<1%	-	-	1%	1%	-	<1%
Rundtour Motorrad	-	-	-	-	<1%	-	<1%	1%	1%	-	-	2%
Ausgang, Barbesuch, etc.	1%	6%	2%	29%	<1%	<1%	2%	3%	<1%	4%	-	2%
Essen in Restaurants	36%	28%	17%	51%	42%	54%	17%	11%	10%	43%	43%	45%
Freunde, Familie besucht	14%	22%	2%	27%	7%	4%	14%	22%	3%	12%	10%	7%
Kongress, Tagung besucht	1%	-	-	6%	-	-	<1%	-	2%	-	3%	-
An einer Sitzung teilgenommen	-	-	-	5%	-	-	<1%	-	2%	1%	-	-
Ein Museum besucht	8%	5%	-	6%	2%	<1%	<1%	-	<1%	1%	3%	-
Ein Schloss, eine Burg besucht	1%	2%	-	-	3%	-	-	-	-	-	-	<1%
Einen Event besucht	1%	42%	-	4%	-	-	34%	74%	22%	-	-	4%
Ein Theater besucht	1%	-	-	<1%	-	-	4%	5%	<1%	-	-	-
Ein Konzert besucht	2%	-	-	<1%	<1%	-	12%	6%	-	1%	-	<1%
Eine Stadt, ein Kloster etc. besucht	5%	2%	-	3%	1%	<1%	1%	-	-	-	-	-
Eine Kirche besucht	13%	6%	-	6%	3%	<1%	-	-	1%	2%	-	-
Bummel in der Altstadt von Solothurn	75%	48%	20%	57%	29%	14%	6%	2%	7%	20%	31%	4%
Bummel in der Altstadt von Olten	-	2%	-	-	<1%	-	-	<1%	-	-	-	-
Bummel im Stadtkern von Grenchen	-	2%	-	-	-	-	-	13%	4%	1%	-	4%
Einkaufen, Shopping in der Stadt Solothurn	29%	19%	15%	17%	3%	2%	1%	-	3%	1%	3%	2%
Einkaufen, Shopping in der Stadt Olten	-	-	-	-	<1%	<1%	<1%	-	-	-	-	-
Einkaufen, Shopping in der Stadt Grenchen	-	-	-	-	-	<1%	-	5%	1%	-	-	2%
Einkaufen, Shopping in Einkaufszentrum	-	2%	-	<1%	-	-	-	-	-	-	-	-
Individuelle E-Guide-Tour	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tour mit Drallo App	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Verenaschlucht, Einsiedelei	9%	3%	2%	5%	96%	7%	1%	-	1%	3%	4%	-
Weissenstein	11%	8%	2%	5%	7%	72%	39%	1%	2%	1%	3%	8%
Burgäschisee	-	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Storchensiedlung Altreu	2%	-	7%	<1%	<1%	-	<1%	<1%	6%	79%	26%	2%
Seilpark Balmberg	-	2%	-	-	-	<1%	<1%	-	<1%	1%	1%	-
Kulturfabrik Kofmehl	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
St. Ursenkathedrale	21%	13%	2%	10%	5%	2%	<1%	<1%	3%	-	6%	<1%
Airport Grenchen	-	-	-	-	-	-	-	1%	10%	-	-	-
Velodrome	-	-	-	-	-	-	-	-	31%	-	-	-
Grenchenberg Rundtour	-	-	-	-	-	-	-	-	1%	-	-	11%
Naturpark Thal besucht	-	-	-	-	<1%	-	-	-	-	-	-	-
Wolfsschlucht-Wanderung	-	-	-	-	<1%	-	-	-	-	-	-	-
Wanderung Jurahöhen	1%	-	-	-	-	-	<1%	-	-	-	-	-
Zwergenweg, Berghof Montplon besucht	-	-	-	-	-	<1%	-	-	-	-	-	-

Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017. Anzahl Befragte = 100%, Anzahl Nennungen > 100%

### 7.1.4 Zusatzfragen der Region Solothurn / Grenchen

Im Rahmen der Gästebefragung hatten die Tourismusregionen die Möglichkeit zusätzliche Fragen an die Gäste zu richten.

*Grenchen Tourismus* wollte wissen, ob die *Gäste im Umland der Stadt*, z.B. die Velofahrer am Aareufer oder die Besucher des Grenchenbergs einen Abstecher in die Stadt unternehmen z.B. zum Einkaufen oder für einen Besuch der Museen. Dies ist, wie aus Abb. 61 hervorgeht, nur in geringem Umfang der Fall. Sowohl bei den Standorten auf dem Grenchenberg, als auch beim Velodrome, dem Airport, auf dem Aareschiff und bei Altreu sind die Anteile der Befragten, die einen Ausflug nach Grenchen Stadt unternehmen, unter 5%. Nur die Besucher/innen der Events in der Stadt selbst geben an, in der Stadt flanieren zu haben (5%).

Eine Zusatzfrage der *Region Solothurn* bezieht sich auf die beiden *Angebote Drallo App und E-Guide-Tour*. Beide Angebote sind von den befragten Gästen nicht genutzt worden. Unter den Campinggästen (Abb. 62) gibt jedoch 1% der Befragten an, eine E-Guide-Tour unternommen zu haben.

Die *Region Solothurn* wollte zudem von den Gästen wissen, ob sie weiter *Aktivitäten* im Hinblick auf einen *zukünftigen Aufenthalt* im Kanton Solothurn planen. Die Frage ist von rund 1'200 Gästen (Tages- und Übernachtungsgästen), die den Onlinefragebogen ausgefüllt haben, beantwortet worden. 80% dieser Gäste planen den Kanton Solothurn nochmals zu besuchen. Die vollständige Liste mit den unredigierten Antworten befindet sich in Anhang 1.

In der Region Solothurn ist es zudem gelungen, dank einem Versand der Onlinefragebogen durch Beherbergungsanbieter – speziell durch den TCS-Camping – online eine genügend hohe Anzahl von Campinggästen zu befragen, um für diese Gäste eine separate Auswertung ihrer Aktivitäten vorzunehmen. Abb. 62 sind die Aktivitäten von 83 Campinggästen unkommentiert dargestellt.

**Abbildung 62:** Aktivitäten der Campinggäste der Region Solothurn, 2017

Aktivitäten der Campinggäste der Region Solothurn. Angaben in % der Befragten (Mehrfachnennungen möglich)			
Anzahl Nennungen	441		
Anzahl Befragte	83		
Wanderung	37%	Bummel im Stadtkern von Grenchen	2%
Velotour	48%	Einkaufen, Shopping in der Stadt Solothurn	35%
Kajaktour	4%	Einkaufen, Shopping in der Stadt Olten	-
Schiffahrt auf der Aare	10%	Einkaufen, Shopping in der Stadt Grenchen	1%
Rundtour Auto	8%	Einkaufen, Shopping in Einkaufszentrum	14%
Rundtour Motorrad	2%	Individuelle E-Guide-Tour	1%
Ausgang, Barbesuch, etc.	20%	Verenaschlucht, Einsiedelei	23%
Essen in Restaurants	71%	Weissenstein	36%
Freunde, Familie besucht	17%	Burgäschisee	2%
Kongress, Tagung besucht	4%	Storchensiedlung Altreu	19%
An einer Sitzung teilgenommen	1%	Kulturfabrik Kofmehl	2%
Ein Museum besucht	5%	St. Ursenkathedrale	24%
Ein Schloss, eine Burg besucht	5%	Teufelsschlucht	1%
Einen Event besucht	11%	Airport Grenchen	4%
Ein Konzert besucht	5%	Velodrome	1%
Eine Stadt, ein Kloster etc. besucht	10%	Grenchenberg Rundtour	1%
Eine Kirche besucht	19%	Naturpark Thal besucht	1%
Bummel in der Altstadt von Solothurn	70%	Wolfsschlucht-Wanderung	1%
Bummel in der Altstadt von Olten	2%	Wanderung Jurahöhen	1%

Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

## 7.2 Region Olten

### 7.2.1 Herkunft der Befragten und Tagesgästeanteile

Herkunft der Befragten – Gäste und Einheimische – an den einzelnen Standorten

Abbildung 63: Herkunft der befragten Besucherinnen und Besucher, Sommer 2017

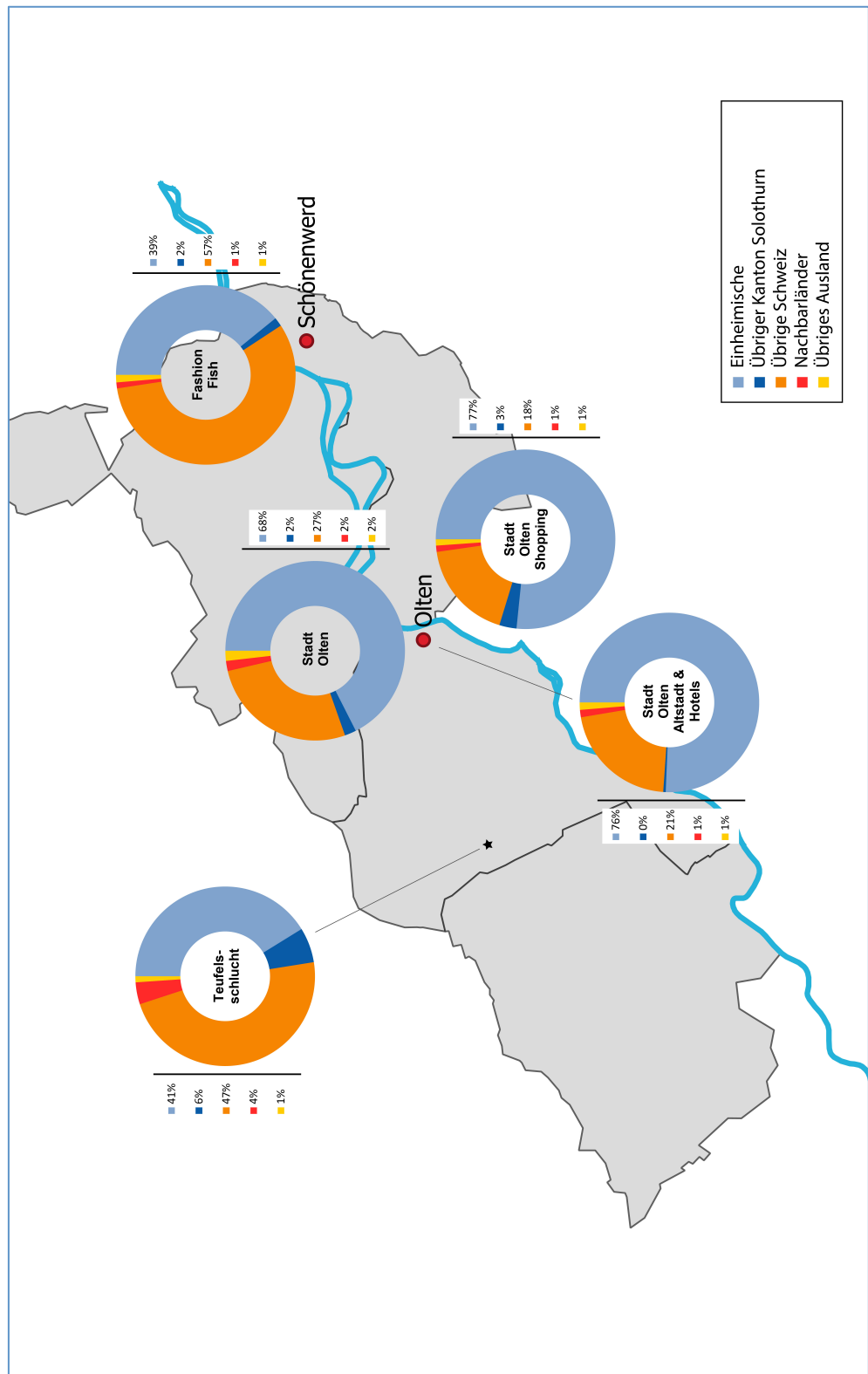


Abbildung 63 zeigt die Herkunftsstruktur der befragten Personen an den verschiedenen Befragungsstandorten. Es werden folgende Kategorien unterschieden: *Einheimische* inkl. Personen mit Arbeits- bzw. Ausbildungsort in der Region, Gäste aus dem *übrigen Kanton Solothurn*, aus der *übrigen Schweiz*, aus den *Nachbarländern* und aus dem *übrigen Ausland*.

Insgesamt wurden im Sommer 2017 in der Region Olten rund 1'900 Personen befragt, davon rund 1'060 Einheimische (vgl. Abb. 4).

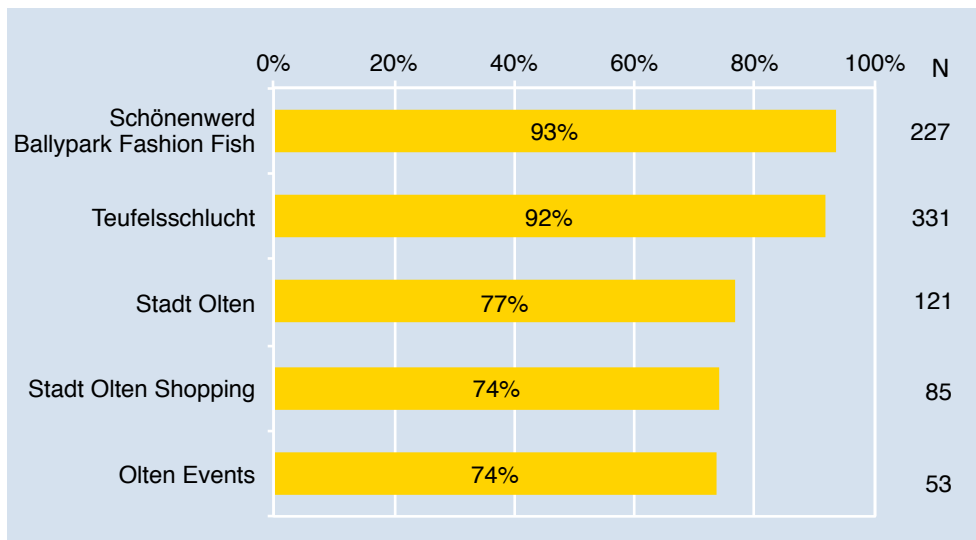
An den drei Standorten in der Stadt Olten, der Altstadt und den Shoppingzentren ist der *Anteil an Einheimischen* sehr hoch. Ihr Anteil liegt zwischen 68% und 77%. Anteilsmässig an zweiter Stelle liegen Personen aus der übrigen Schweiz. Im Gegensatz dazu stammt die Mehrheit der befragten Personen an den beiden Standorten ausserhalb der Stadt, der Teufelsschlucht und dem Fashion Fish / Ballypark, / Bally Schuhmuseum aus der übrigen Schweiz. In der Teufelsschlucht werden im Vergleich zu den anderen Befragungsstandorten am meisten Personen aus dem übrigen Kanton Solothurn und aus den Nachbarländern angetroffen.

**Tagesgästeanteile an den einzelnen Standorten**

*Frage: Haben Sie heute ausserhalb Ihres Wohnorts übernachtet, oder werden Sie heute Abend ausserhalb Ihres Wohnorts übernachten?*

Der *Tagesgästeanteil* ist an den Standorten in der Region Olten hoch (Abb. 64). Er liegt zwischen 74% und leicht über 90%. In der Stadt Olten, bei den Shoppingzentren in der Stadt und anlässlich von Events sind an den Befragungstagen anteilmässig am meisten übernachtende Gäste angetroffen worden.

**Abbildung 64:** Tagesgästeanteile an den gesamten Gästefrequenzen, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

**7.2.2 Charakterisierung der Tagesgäste in der Region Olten**

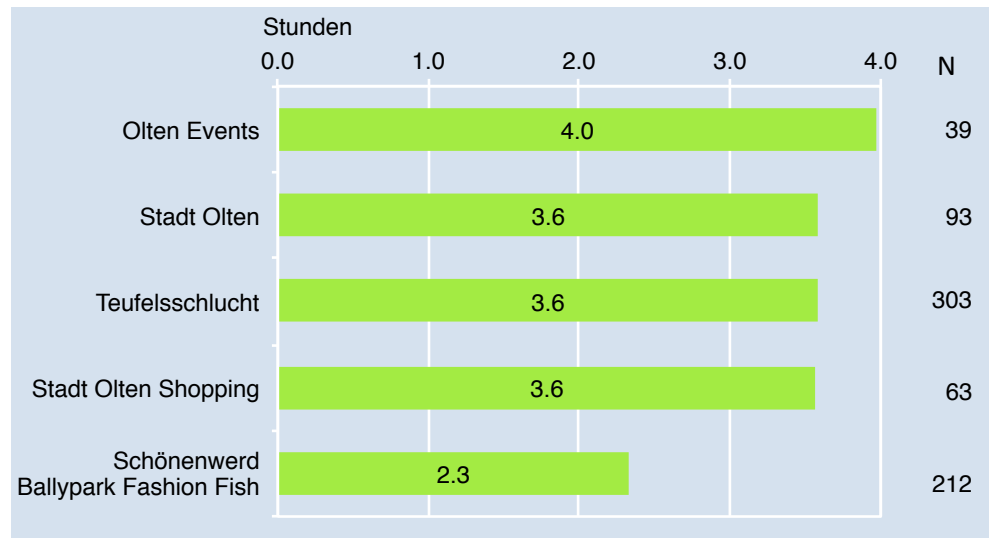
**Aufenthaltsdauer der Tagesgäste**

*Frage: Wie lange dauert ihr heutiger Aufenthalt in der Region (in Stunden)?*

Die Tagesgäste verbringen in der Region Olten zwischen zwei und 4 Stunden. Während Schönenwerd, der Ballypark und der Fashion Fish Ziel eines eher kurzen

Shoppingaufenthalts oder Besuchs von Park und/oder Museum sind, führen die Events in Olten, wie zum Beispiel das Stadtfest oder die Coop Beachtour dazu, dass die Tagesgäste im Mittel vier Stunden in der Stadt verweilen (Abb. 65). Zum Einkaufen und Flanieren in der Stadt Olten oder für einen Spaziergang in der Teufelsschlucht nehmen sich die Tagesgäste gegen dreieinhalb Stunden Zeit.

**Abbildung 65:** Aufenthaltsdauer der Tagesgäste in der Region Olten, 2017

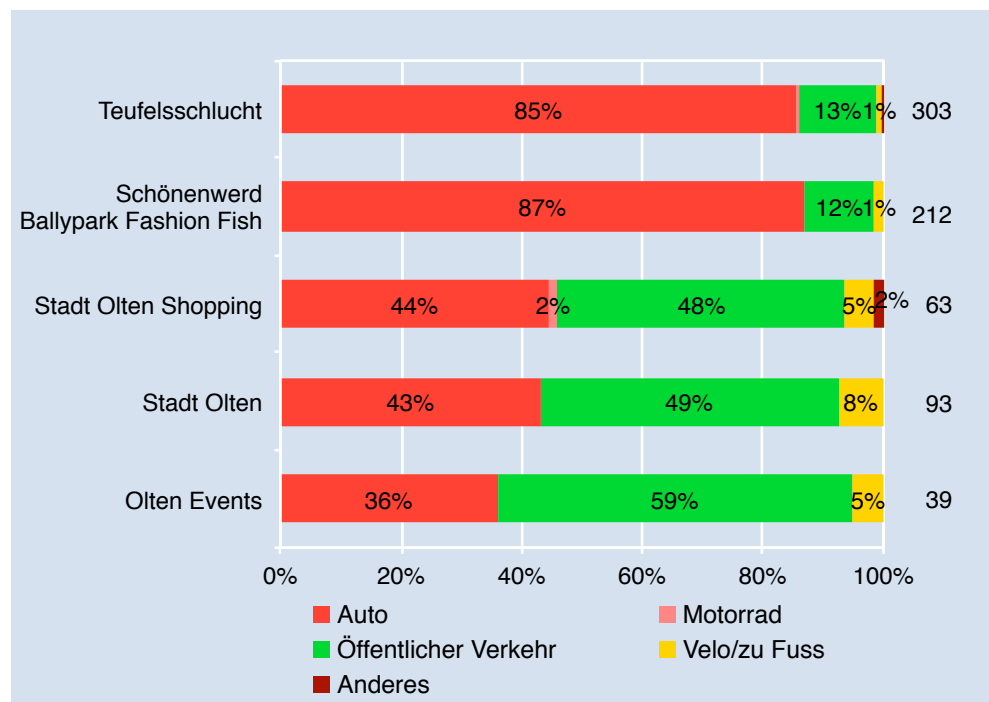


Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

### Verkehrsmittel der Tagesgäste am Befragungstag

Frage: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie angereist?

**Abbildung 66:** Verkehrsmittel der Tagesgäste um in die Region zu reisen, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Der Anteil an Tagesgästen, der mit dem Auto anreist, ist nur an zwei Standorten ausgesprochen hoch. So erreicht die Mehrheit der befragten Tagesgäste den Ausgangspunkt für die Wanderung in der Teufelsschlucht mit dem Auto. Auch zu den Standorten in Schönenwerd, Fashion Fish, Ballypark und Ballymuseum wird mehrheitlich mit dem Auto angereist. Für Aktivitäten in der Stadt Olten, beim Shopping in der Altstadt und an den Events benutzt die Mehrheit der befragten Tagesgäste hingegen den ÖV für die Anreise. Nur kleine Minderheiten der Tagesgäste sind mit dem Tourbus, dem Motorrad, dem Velo oder zu Fuss in die Region gereist (Abb. 66).

**Grund des Aufenthalts Beruf oder Freizeit**

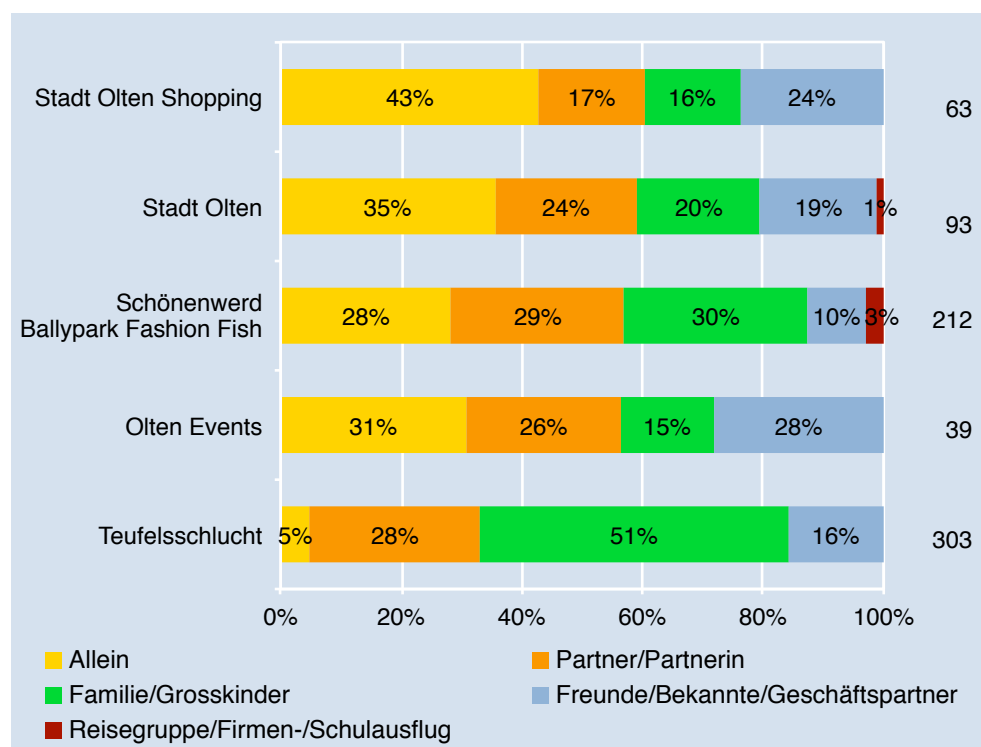
*Frage: Sind sie aus beruflichen Gründen in der Region oder in Ihrer Freizeit?*

An sämtlichen Befragungsstandorten sind die *Freizeitgäste* dominierend. Ein relevanter Anteil an (übernachtenden) Geschäftstouristen konnte nur direkt bei den Hotels an der Reception befragt werden. Geschäftstouristen sind weniger häufig «auf der Strasse» anzutreffen und geben zudem mehrheitlich an, keine Zeit für eine Befragung zu haben<sup>26</sup>.

**Begleitung der Tagesgäste**

*Fragen: Sind Sie allein oder in Begleitung unterwegs? Dürfen wir wissen, wer Sie begleitet?*

**Abbildung 67:** Begleitung der Tagesgäste, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Die befragten Tagesgäste in der Stadt Olten, geben an, allein (31%-43%), mit Partner/in (17%-26%) oder mit Freunden und Bekannten (19%-28%) unterwegs zu

<sup>26</sup> Die Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen der Geschäftstouristen stützt sich daher nicht auf die Befragungsergebnisse sondern es werden andere Informationsgrundlagen beigezogen (siehe Methodik).

sein (Abb. 67). Familien sind in diesem Umfeld weniger häufig anzutreffen als an den Standorten ausserhalb der Stadt.

In Schönenwerd, beim Ballypark und Fashion Fish ist die Begleitung der Tagesgäste in etwa ausgeglichen auf die drei Antwortmöglichkeiten allein, mit Partner/in oder Familie verteilt. An diesem Standort haben Reisegruppen eine gewisse Bedeutung (Bally Schuhmuseum). Die Teufelsschlucht ist hingegen mehrheitlich ein Ziel für Familienausflüge (51%) oder eine Wanderung mit Partner/in.

### Tagesgäste mit und ohne Beitrag zur regionalen Wirtschaft

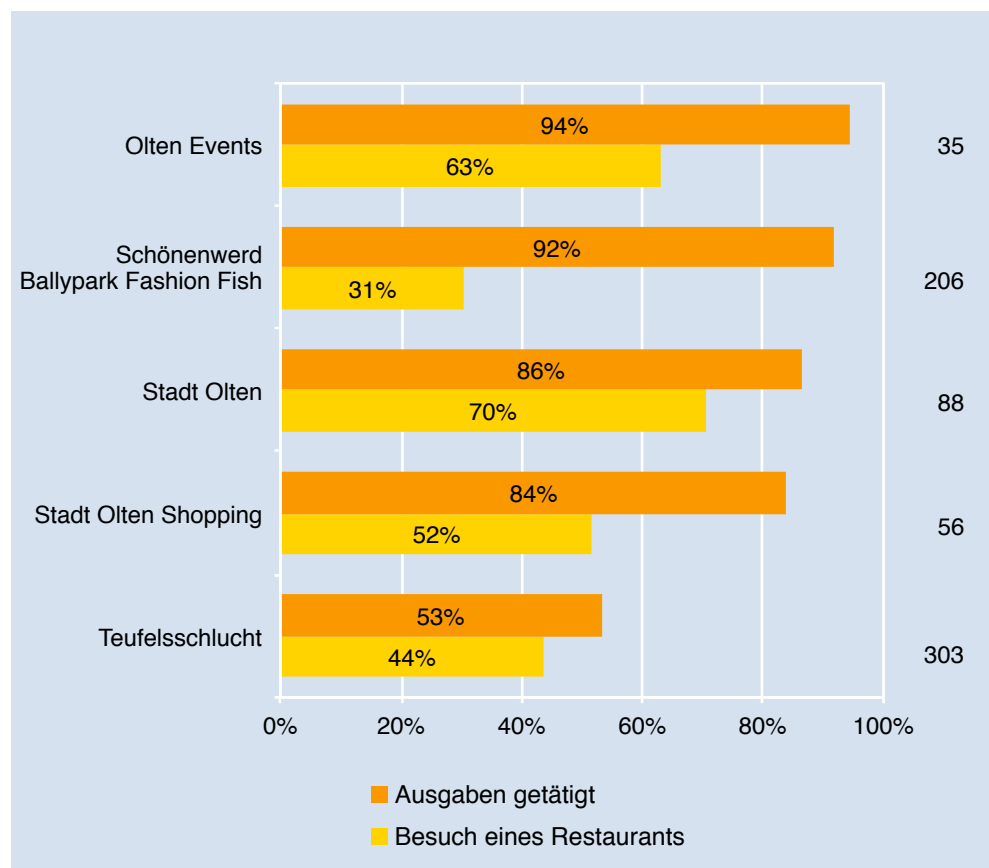
*Fragen: Haben Sie heute hier in dieser Region Ausgaben getätigt oder werden Sie noch Ausgaben tätigen? Haben Sie hier in dieser Region ein Restaurant besucht oder planen Sie eines zu besuchen?*

In der Stadt Olten geben zwischen 84% und 94% der Tagesgäste Geld aus und tragen so zur regionalen Wirtschaft bei (Abb. 68). Der Anteil derjenigen, die auch ein Restaurant besuchen, liegt deutlich tiefer, nämlich zwischen 50% und 70%.

Ebenfalls hoch ist dieser Anteil erwartungsgemäss in Schönenwerd beim Einkaufszentrum Fashion Fish. Die Ausgaben kommen an diesem Standort aber selten dem Gastgewerbe zu gut. Nur knapp ein Drittel dieser Gäste sagt aus, ein Restaurant besucht zu haben.

In der Teufelsschlucht, analog zur Verenaschlucht in Solothurn, ist die Gelegenheit, Ausgaben zu tätigen, reduziert. Die Hälfte der Befragten gibt im Zusammenhang mit diesem Ausflug nichts aus und deutlich weniger als die Hälfte besucht ein Restaurant.

**Abbildung 68:** Beitrag der Tagesgäste zur Regionalwirtschaft, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.



### 7.2.3 Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen

Frage: Was haben Sie heute im Kanton Solothurn alles unternommen bzw. was planen Sie heute noch zu tun?

In der Region Olten zeigt sich ein ähnliches Bild wie in der Region Solothurn: Die Tagesgäste, die an den Befragungsstandorten in der Stadt, inkl. Altstadt und Shopping oder bei den Events in Olten befragt wurden, verbleiben vorwiegend in der Stadt zum Bummeln, Shoppen oder Essen (Abb. 69)

**Abbildung 69:** Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen an den Befragungsstandorten in der Region Olten, Sommer 2017. Die rot markierten Felder zeigen Aktivitäten die mehr als 20% der Gäste genannt haben.

Nennung gemäss Fragebogen (Mehrfachnennungen möglich)	Stadt Olten	Olten Events	Stadt Olten Shopping	Schönenwerd Ballypark Fashion Fish	Teufelsschlucht
Anzahl Nennungen	195	95	128	278	517
Anzahl Befragte	121	53	85	227	331
Wanderung	3%	2%	1%	<1%	41%
Ausgang, Barbesuch, etc.	2%	15%	4%	-	-
Essen in Restaurants	42%	49%	42%	12%	16%
Freunde, Familie besucht	8%	19%	11%	4%	<1%
Kongress, Tagung besucht	2%	-	1%	<1%	-
An einer Sitzung teilgenommen	<1%	-	7%	<1%	<1%
Ein Museum besucht	3%	2%	1%	-	-
Ein Schloss, eine Burg besucht	<1%	-	1%	-	<1%
Eine Stadt, ein Kloster etc. besucht	<1%	-	-	-	-
Eine Kirche besucht	<1%	2%	1%	-	-
Bummel in der Altstadt von Solothurn	<1%	4%	-	-	-
Bummel in der Altstadt von Olten	65%	45%	44%	<1%	<1%
Einkaufen, Shopping in der Stadt Solothurn	-	-	-	<1%	-
Einkaufen, Shopping in der Stadt Olten	20%	9%	11%	<1%	<1%
St. Ursenkathedrale	-	-	-	<1%	-
Schweizer Schriftstellerweg	<1%	-	2%	-	<1%
Ballyana Sammlung	-	-	-	<1%	-
Bally Schuhmuseum	-	-	-	3%	-
Ballypark	<1%	-	-	1%	-
Bärenloch	-	-	-	<1%	-
Fashion Fish	<1%	-	-	89%	<1%
Teufelsschlucht	-	-	-	<1%	94%
Paul Gugelmann-Museum Schönenwerd	-	-	-	-	-
Einkaufszentrum Sälipark	-	11%	6%	-	-
Einkaufszentrum Hammer 2	2%	-	-	-	-

Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017. Anzahl Befragte = 100%, Anzahl Nennungen > 100%

Der Besuch der Stadt Olten wird mit einer Shoppingtour kombiniert (20%), der Eventbesuch mit dem Altstadtbummel (45%) oder es werden Freunde und Familie besucht (19%). Während einer Einkaufstour durch die Stadt Olten kehrt ein erheblicher Anteil der Befragten in einem Restaurant ein. 2% der befragten Gäste gaben zudem an, neben der Shoppingtour durch die Altstadt den Schweizer Schriftstellerweg besucht zu haben.

Die Mehrheit der Gäste, die sich am Befragungstag in Schönenwerd, beim Ballypark, dem Bally Schuhmuseum oder beim Fashion Fish aufgehalten hat, unternahm keine weiteren spezifischen Aktivitäten in der Region.

Im Vergleich zur Verenaschlucht in der Region Solothurn kombinieren die Besucher und Besucherinnen an der Teufelsschlucht ihren Aufenthalt weniger häufig mit einem Besuch in der Stadt Olten.

#### 7.2.4 Zusatzfragen der Region Olten

Im Rahmen der Gästebefragung hatten die Regionen Gelegenheit weitere sie interessierende Themen zu adressieren.

##### Fragen zum Schweizer Schriftstellerweg

Auf Wunsch der Region Olten wurden in der Onlinebefragung in allen Befragungsregionen die folgenden drei *Fragen* zum Schweizer Schriftstellerweg gestellt: Kennen Sie den Schweizer Schriftstellerweg in der Stadt Olten? Würden Sie weitere, mit dem Schriftstellerweg vergleichbare Touren begrüssen? Welche Themen würden Sie interessieren?

Die Anzahl Nennungen sind in Abbildung 70 unkommentiert zusammengestellt.

**Abbildung 70:** Fragen zum Schweizer Schriftstellerweg. Anteil Befragte in den entsprechenden Regionen, Befragte, die einen Onlinefragebogen ausgefüllt haben

Frage / Antwortvorgabe	Region Olten	Region Solothurn*	Region Grenchen**	Schwarzbubenland	Naturpark Thal	N
<b>Kennen Sie den Schweizer Schriftstellerweg</b>						
Ja, habe schon davon gehört	21%	16%	18%	11%	22%	1160
Ja, bin ihn begangen	3%	0.4%	0.5%	2%	1%	
Nein	76%	84%	82%	87%	76%	
Antworten Total	268	490	185	201	201	
<b>Würden Sie weitere mit dem Schriftstellerweg vergleichbare Touren begrüssen?</b>						
Ja	53%	42%	43%	39%	55%	876
Nein	47%	58%	57%	61%	45%	
Antworten Total	204	370	143	150	152	
<b>Welche Touren würden Sie interessieren</b>						
Touren für Familien	63%	66%	64%	66%	68%	496
Weitere Literaturtour	16%	14%	13%	12%	11%	104
Anderes	20%	20%	23%	22%	20%	156
Antworten Total	189	299	109	116	152	

Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

##### Begriffe, die mit Olten verbunden werden

Die Frage «Welche Begriffe verbinden Sie mit Olten?» wurde allen 819 befragten Gästen der Region Olten vor Ort gestellt. Die genannten Begriffe wurden codiert und zusammengefasst (Abb. 71).

**Abbildung 71:** Welche Begriffe verbinden Sie mit Olten?

Begriff	N	Begriff	N
Bahnhof / Knotenpunkt	93	Nebel	4
(Schöne) Altstadt	74	Fashion Fish	3
Aare / Aareschiffahrt	71	Sport	3
Alte Brücke	65	Goldenes Dach	3
Gemütlich / Charme / freundlich / sauber	58	Kanton Solothurn	3
Restaurant / Bar / Hotels	51	Viele Leute	3
Literatur / Schriftstellerweg	23	Historisch	3
Bekannte / Freunde / Familie	21	Autofreie Zone	2
Kultur / Museum / Unterhaltung	19	Coiffeur	2
Arbeit / Fachhochschule / Schule	17	Teuer	2
Shopping / kleine Läden	16	Kirchgasse	2
Eishockey	16	Markt / Adventsmarkt	2
Ausgang / Club / Spass	12	Rathaus	2
Durchgangsort / Verkehr / Stress	11	Medien	2
Kirchturm / Kirche	11	Viele Renovationen	2
Drogen / Kriminalität / Prostitution	10	Ballypark	1
Heimat / Geburtsort / Kindheitserinnerung	10	Cabaret	1
Zentral	10	Freiheit	1
Natur / Jurakette	9	Gute Parkmöglichkeiten	1
Weckt Neugierde / abwechslungsreich	7	Verbindung Stadt & Land	1
Langweilig / leer	7	Hauensteinlinie	1
Arzt / Patient / Spital	6	Gamen	1
Badi	6	Gespaltene Stadt	1
Alpiq / Industrie	5	Gross	1
Feinkostläden / Schokolade	5	Stadtpräsident	1
Coop Beachtour / Coop City	5	Vögelgarten	1
Provinz / ländlich / abgelegen	5	Viele Ausländer	1
Chilbi	4	Finanzprobleme	1
Dreitannenstadt	4	Kernkraftwerk Gösgen	1
Fasnacht	4	Wohnungen mit Garten	1
<b>Total 708 Antworten</b>			
Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kanton Solothurn, 2017.			

## 7.3 Detailergebnisse der Gästebefragung im Schwarzbubenland

### 7.3.1 Herkunft der Befragten und Tagesgästeanteile

#### Herkunft der Befragten – Gäste und Einheimische – an den einzelnen Standorten

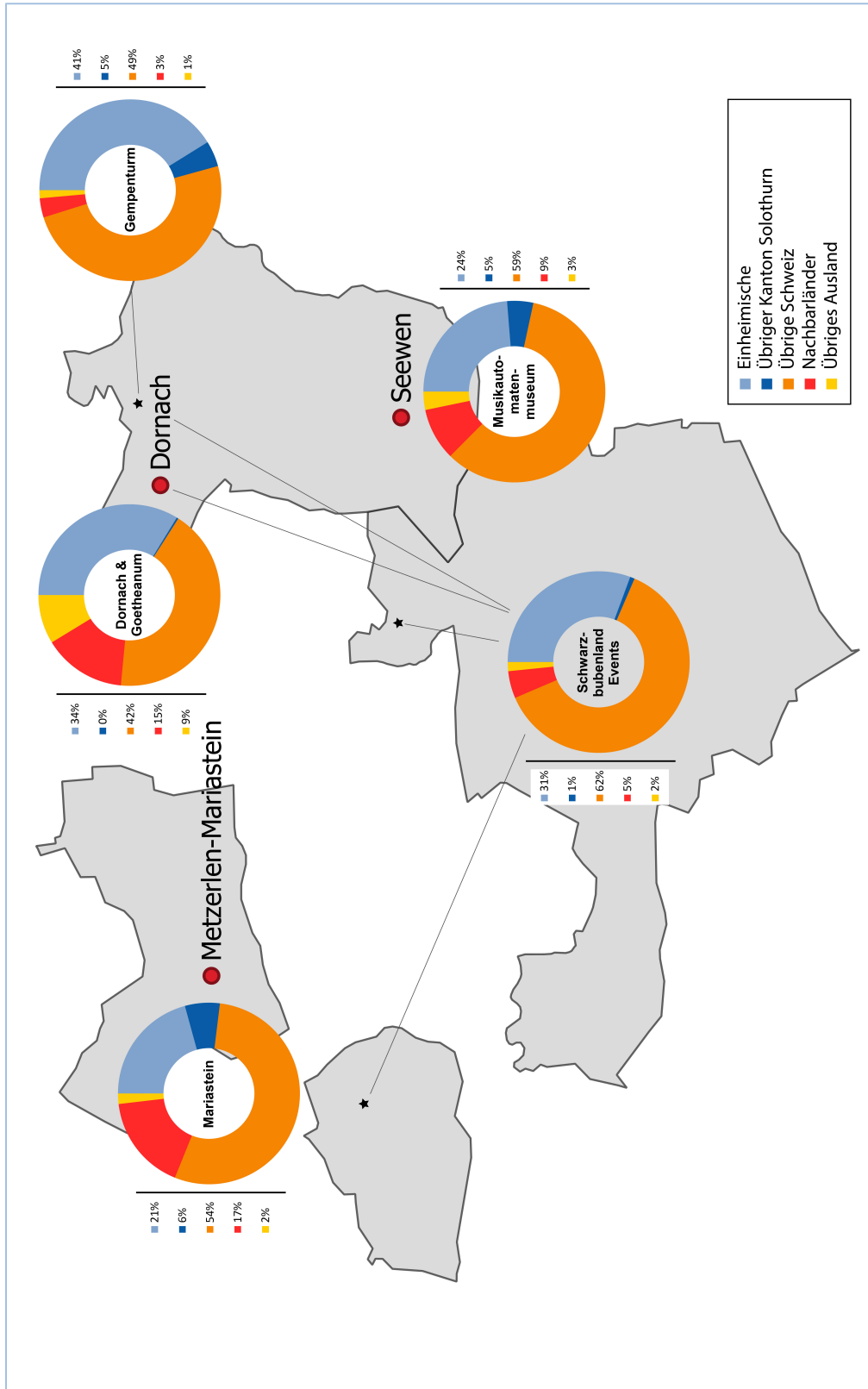
Abbildung 72 zeigt die Herkunftsstruktur der befragten Personen an den verschiedenen Befragungsstandorten. Es werden folgende Kategorien unterschieden: *Einheimische* inkl. Personen mit Arbeits- bzw. Ausbildungsort in der Region, Gäste aus dem *übrigen Kanton Solothurn*, aus der *übrigen Schweiz*, aus den *Nachbarländern* und aus dem *übrigen Ausland*.

Insgesamt wurden im Sommer 2017 im Schwarzbubenland 1'328 Personen befragt, davon rund 400 Einheimische (vgl. Abb. 4).

Im Vergleich zu den anderen Solothurner Regionen ist an den touristischen «Hotspots» im Schwarzbubenland der *Anteil an Einheimischen und Gästen aus dem übrigen Kanton Solothurn gering*. Dies liegt an der engen geografischen Durchdringung des Schwarzbubenlands mit dem Nachbarkanton Baselland und der Nähe zu Baselstadt. Die räumliche Distanz zum übrigen Kanton Solothurn ist zudem gross. *Befragte aus der übrigen Schweiz* stellen daher an allen Standorten die grösste Gästegruppe dar.

Im Schwarzbubenland ist generell der Anteil an Befragten aus den Nachbarländern, insbesondere aus Frankreich und Deutschland, höher als in den anderen Solothurner Regionen. Dornach und das Goetheanum ziehen zudem eine erhebliche Anzahl Personen aus dem übrigen Ausland an, was auch durch die internationalen Kongresse bedingt sein dürfte.

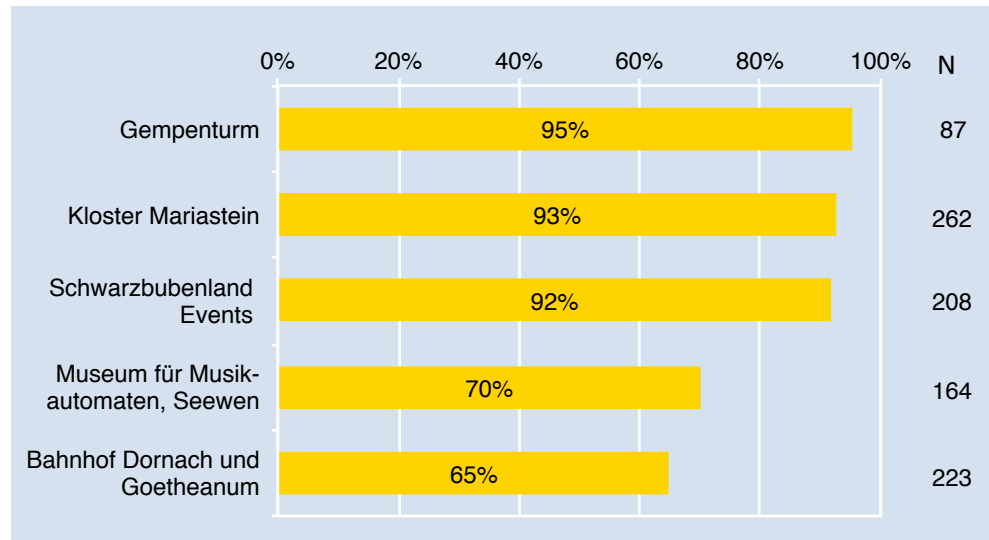
Abbildung 72: Herkunft der befragten Besucherinnen und Besucher, Sommer 2017



### Tagesgästeanteile an den einzelnen Standorten

Frage: Haben Sie heute ausserhalb Ihres Wohnorts übernachtet, oder werden Sie heute Abend ausserhalb Ihres Wohnorts übernachten?

**Abbildung 73:** Tagesgästeanteile an den gesamten Gästefrequenzen, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Der *Tagesgästeanteil* liegt an den Standorten in der Region Schwarzbubenland zwischen 65% und 95% (Abb. 73). Beim Bahnhof Dornach und dem Goetheanum sind an den Befragungstagen anteilmässig am meisten übernachtende Gäste angetroffen worden. Dies ist insbesondere durch mehrtägige Kongresse/Kurse am Goetheanum bedingt. Auch das Museum für Musikautomaten, Seewen wird zu rund 30% von Übernachtungsgästen besucht. Die im Schwarzbubenland untersuchten Events, Portiunkula Markt (94% Tagesgäste), Gewerbeausstellung in Kleinlützel (92%), Steinegg-Schwinget (98%) und Swiss Carving Open (93%) führen hingegen nicht dazu, dass die Gäste mehrere Tage bleiben. Einzig beim Bluegrass Festival (84% Tagesgäste) sind immerhin 16% der auswärtigen Besucher/innen mehrere Tage in der Region.

### 7.3.2 Charakterisierung der Tagesgäste im Schwarzbubenland

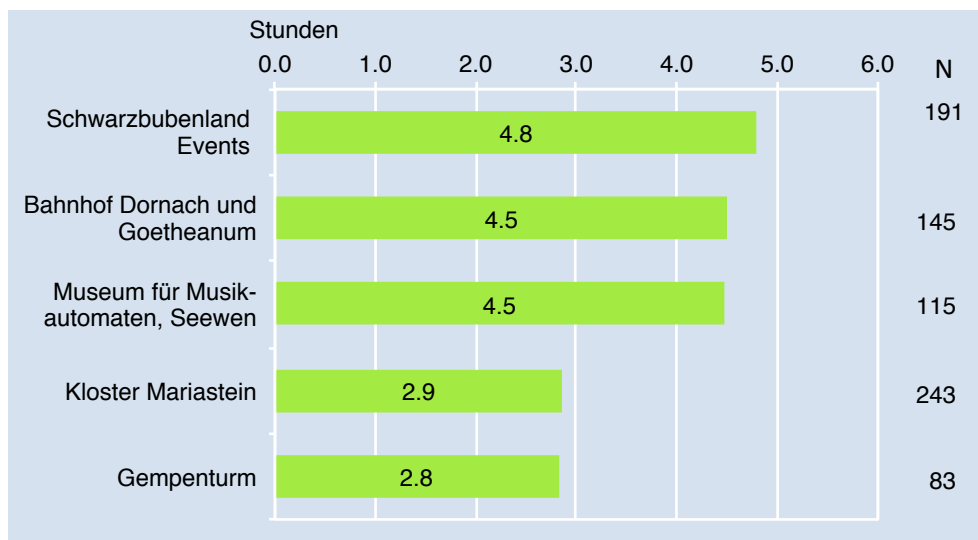
#### Aufenthaltsdauer der Tagesgäste

Frage: Wie lange dauert ihr heutiger Aufenthalt in der Region (in Stunden)?

Die Tagesgäste verbringen im Schwarzbubenland zwischen knapp 3 und 5 Stunden (Abb. 74). Wie auch in den anderen Regionen führen Events, wie zum Beispiel die Gewerbeausstellung in Kleinlützel, das Steinegg-Schwinget, das Bluegrass Festival, der Portiunkula Markt oder das Swiss Carving Open dazu, dass die Tagesgäste etwas länger verweilen. Auch ein Besuch im Museum für Musikautomaten, Seewen und im Goetheanum verlängert den Aufenthalt in der Region.

Der Besuch des Klosters Mariastein und des Gempenturms führt jedoch nicht zu einem längeren Aufenthalt in der Region.

**Abbildung 74:** Aufenthaltsdauer der Tagesgäste im Schwarzbubenland in Stunden, 2017



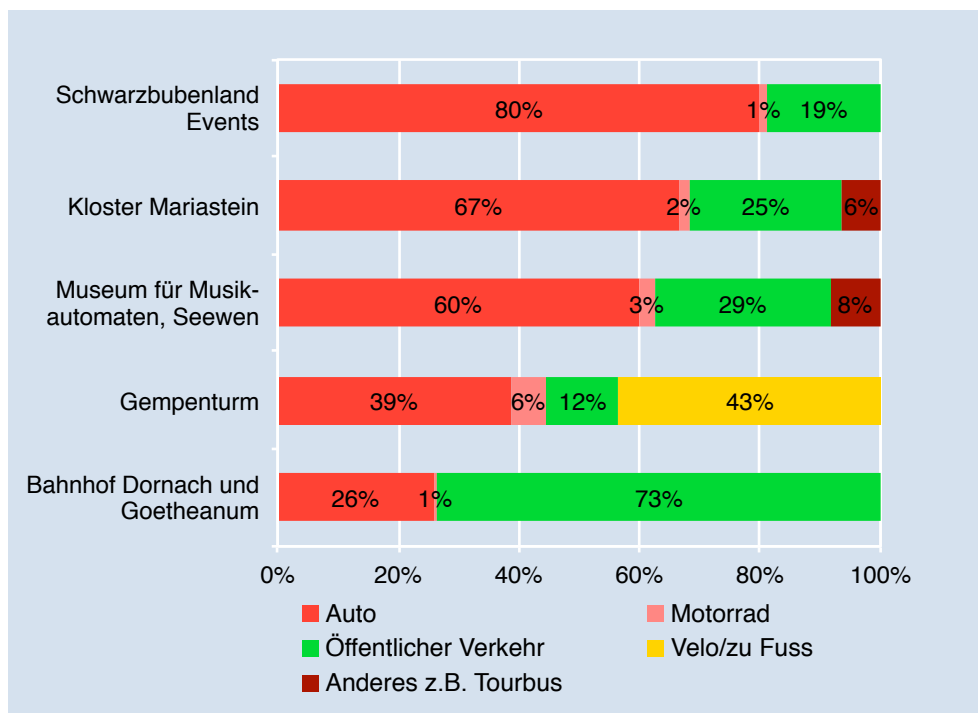
Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

### Verkehrsmittel der Tagesgäste am Befragungstag

*Frage: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie angereist?*

Je nach Standort bevorzugen die Befragten unterschiedliche Transportmittel für die Reise ins Schwarzbubenland. Anlässlich der untersuchten Events ist der Auto-Anteil sehr hoch. Aber auch das Kloster Mariastein wird von zwei Dritteln und das Museum für Musikautomaten, Seewen von drei Fünfteln der Tagesgäste mit dem Auto erreicht (Abb. 75).

**Abbildung 75:** Verkehrsmittel der Tagesgäste um in die Region zu reisen, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Beim Bahnhof Dornach und beim Goetheanum ist hingegen die Mehrheit der befragten Tagesgäste mit dem ÖV angereist.

Beim Gempenturm hat zudem ein Grossteil der Tagesgäste angegeben, mit dem Velo oder zu Fuss in die Region gereist zu sein.

Das Museum für Musikautomaten, Seewen und das Kloster Mariastein werden neben dem Auto auch von Reisegruppen besucht, die mit dem Bus unterwegs sind.

### Grund des Aufenthalts Beruf oder Freizeit

*Frage: Sind sie aus beruflichen Gründen in der Region oder in Ihrer Freizeit?*

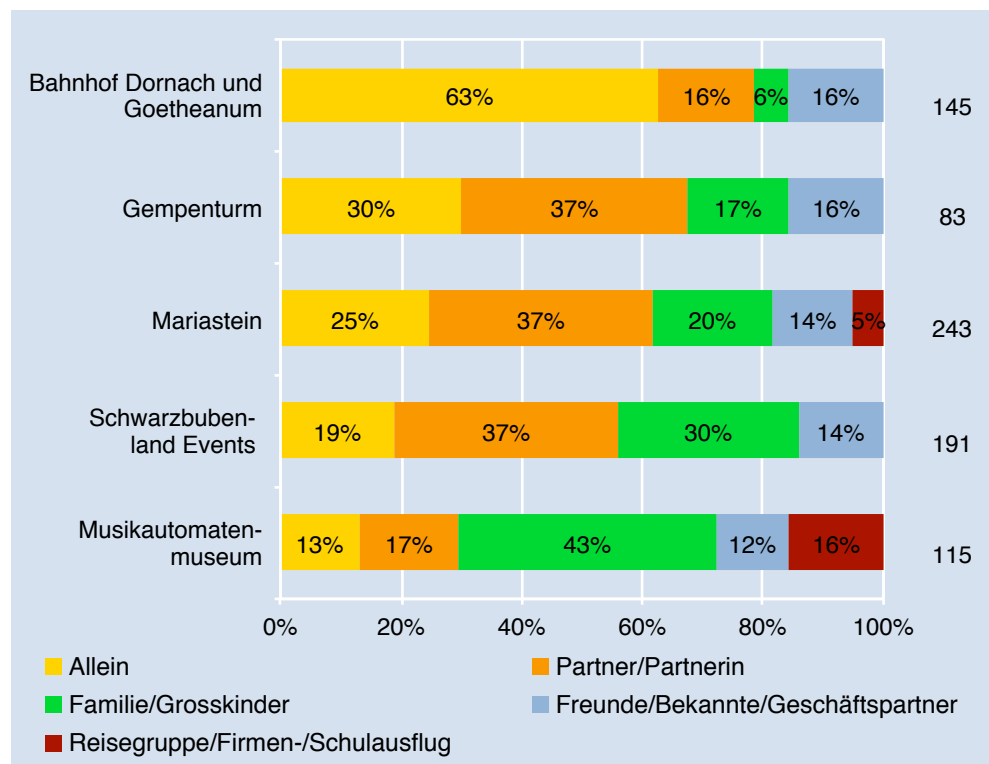
An sämtlichen Befragungsstandorten sind die Freizeitgäste dominierend. Ein relevanter Anteil an Tagesgästen, der geschäftlich unterwegs ist, wurde jedoch in Dornach am Bahnhof und beim Goetheanum angetroffen (20%). Geschäftstouristen sind weniger häufig «auf der Strasse» anzutreffen und geben zudem mehrheitlich an, keine Zeit für eine Befragung zu haben<sup>27</sup>.

### Begleitung der Tagesgäste

*Fragen: Sind Sie allein oder in Begleitung unterwegs? Dürfen wir wissen, wer Sie begleitet?*

In Bezug auf die Begleitung der Tagesgäste im Schwarzbubenland dominiert keine der verschiedenen Antwortmöglichkeiten.

**Abbildung 76:** Begleitung der Tagesgäste, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

<sup>27</sup> Die Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen der Geschäftstouristen stützt sich daher nicht auf die Befragungsergebnisse sondern es werden andere Informationsgrundlagen beigezogen (siehe Methodik).



Beim Bahnhof Dornach und vor dem Goetheanum wurden mehrheitlich Tagesgäste befragt, die allein unterwegs sind (Abb. 76). Die Gäste befinden sich zur Zeit der Befragung noch in der Anreise, z.B. zu den Veranstaltungen am Goetheanum. Familien sind hier kaum anzutreffen.

Die Befragten beim Gempenturm sind ebenfalls zu 30% allein, noch häufiger jedoch mit Partner/in unterwegs. Familien und Freunde/Bekannte werden zudem an diesem Standort etwa zu gleichen Teilen genannt.

In Mariastein wurden zu einem Viertel Alleinreisende zu einem Drittel Paare und zu einem Fünftel Familien angetroffen. An diesem Standort haben auch Reisegruppen mit 5% ein gewisses Gewicht.

Die untersuchten Events im Schwarzbubenland ziehen zu mehr als einem Drittel Paare an, rund ein Fünftel ist allein und 30% mit der Familie unterwegs.

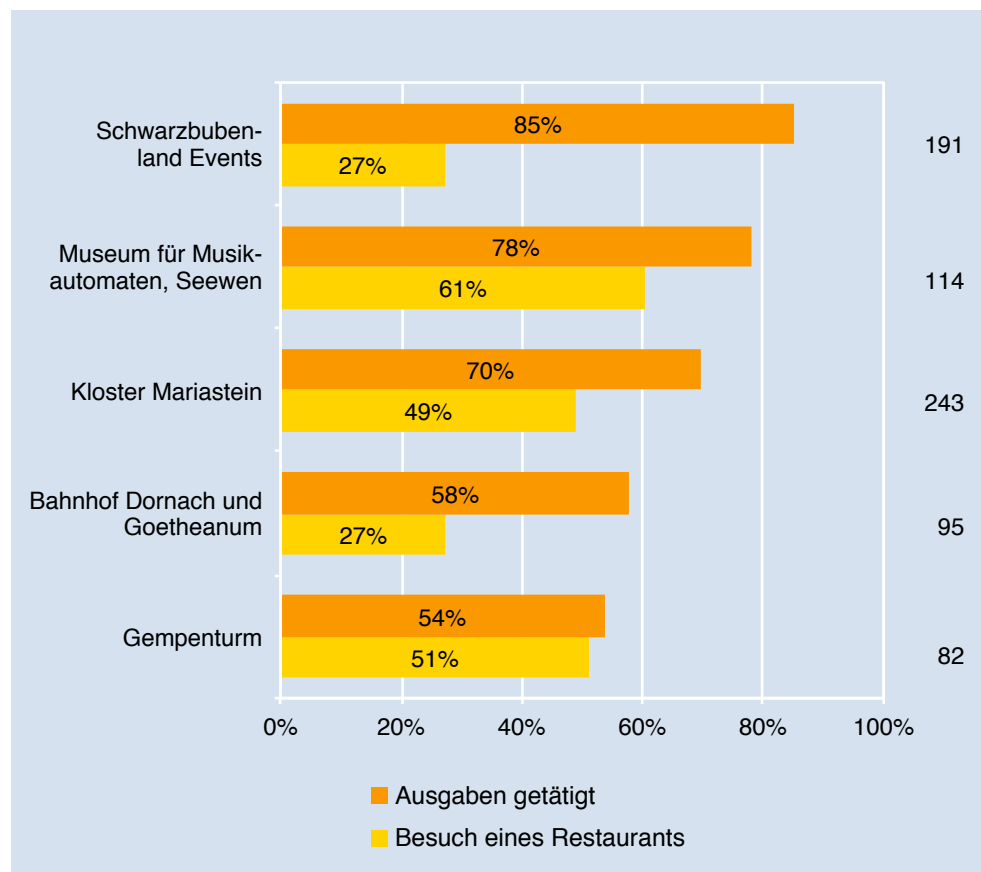
Das Museum für Musikautomaten, Seewen wird hingegen mehrheitlich mit der Familie besucht. Für Reisegruppen ist das Museum ebenfalls ein beliebtes Ausflugsziel.

**Tagesgäste mit und ohne Beitrag zur regionalen Wirtschaft**

*Fragen: Haben Sie heute hier in dieser Region Ausgaben getätigt oder werden Sie noch Ausgaben tätigen? Haben Sie hier in dieser Region ein Restaurant besucht oder planen Sie eines zu besuchen?*

Im Schwarzbubenland geben zwischen 54% und 85% der Tagesgäste Geld aus und tragen so zur regionalen Wirtschaft bei (Abb. 77).

**Abbildung 77:** Beitrag der Tagesgäste zur Regionalwirtschaft, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Unter den Eventbesucher/innen ist dieser Anteil am höchsten. Die Ausgaben kommen hier aber nur seltener dem Gastgewerbe zu gut. Nur gut ein Viertel der Eventbesucher geht auch ins Restaurant. Das liegt wohl daran, dass sich die Tagesgäste an Marktständen verpflegen.

Sowohl beim Museum für Musikautomaten, Seewen wie beim Kloster Mariastein ist der Anteil der Tagesgäste, die Ausgaben tätigen geringer als erwartet (Eintritte, Souvenirs). Möglicherweise hat dies damit zu tun, dass diese Standorte auch durch Pauschalreisende frequentiert werden.

Beim Ausflugsziel Gempenturm gibt, trotz Ausflugsrestaurant, nur rund die Hälfte der Befragten an, Ausgaben getätigt und/oder ein Restaurant besucht zu haben.

### 7.3.3 Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen

*Frage: Was haben Sie heute im Kanton Solothurn alles unternommen bzw. was planen Sie heute noch zu tun?*

**Abbildung 78:** Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen an den Befragungsstandorten im Schwarzbubenland, Sommer 2017. Die rot markierten Felder zeigen Aktivitäten die von mehr als 20% der Gäste genannt worden sind.

Nennung gemäss Fragebogen (Mehrfachnennungen möglich)	Kloster Mariastein	Bahnhof Dornach und Goetheanum	Gempenturm	Schwarzbubenland Events	Museum für Musik- automaten, Seewen
Anzahl Nennungen	493	208	138	91	856
Anzahl Befragte	262	223	87	208	317
Wanderung	15%	9%	38%	5%	19%
Velotour	1%	1%	32%	4%	9%
Rundtour Auto	<1%	<1%	-	<1%	16%
Rundtour Motorrad	<1%	-	3%	-	1%
Ausgang, Barbesuch, etc.	-	<1%	-	-	8%
Essen in Restaurants	27%	9%	38%	7%	29%
Freunde, Familie besucht	2%	11%	2%	8%	9%
Kongress, Tagung besucht	<1%	24%	-	<1%	6%
An einer Sitzung teilgenommen	-	<1%	-	-	3%
Ein Museum besucht	-	<1%	-	<1%	63%
Ein Schloss, eine Burg besucht	<1%	-	-	-	3%
Einen Event besucht	<1%	2%	-	12%	3%
Bummel im Stadtkern von Grenchen	-	-	-	-	2%
Goetheanum, Dornach	<1%	20%	-	-	<1%
Kloster, Mariastein	87%	1%	-	-	4%
Aussichtsturm, Gempen	-	1%	44%	1%	1%
Chälengrabenschlucht, Hofstetten	-	-	-	-	2%
Karstlehrpfad	-	-	-	-	<1%
Kaltbrunnental	-	-	-	<1%	<1%
Kloster, Beinwil	-	-	-	-	3%
Heimatmuseum Schwarzbubenland, Dornach	-	-	-	-	1%
Burg Gilgenberg	<1%	-	-	-	<1%
Klosterschenke, Kloster Dornach	-	<1%	-	-	1%
Schlossruine(n) besucht	-	-	-	-	-

Quelle: Rütter Sococo, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017. Anzahl Befragte = 100%, Anzahl Nennungen > 100%

Die befragten Gäste im Schwarzbubenland unternehmen während ihrem Aufenthalt sowohl sportliche als auch gesellschaftlich-kulturelle Aktivitäten (Abb. 78). An den Befragungsstandorten in Mariastein (Klosterplatz und Parkplatz) geben (87%) der Gäste an, das Kloster besucht und/oder den Aufenthalt mit einem Essen im Restaurant (27%) oder einer Wanderung (15%) verbunden zu haben. Am Bahnhof Dornach und beim Goetheanum wurde eine erhebliche Anzahl Personen angetroffen, die einen Kongress/Tagung (24%) oder eine Theateraufführung (9%) besucht haben. Etwas mehr als ein Zehntel der Befragten gab an, Familie und Freunde zu besuchen.

In Kombination mit einem Ausflug auf die Aussichtsplattform Gempenturm sind es vor allem körperliche Aktivitäten wie Wandern (38%) oder eine Velotour (32%), die genannt werden. Mehr als ein Viertel der Befragten gab jedoch auch hier an, im Restaurant eingekehrt zu sein. Im Restaurant selbst wurde nicht befragt.

Besucher und Besucherinnen, die an einer der besuchten Veranstaltungen angetroffen wurden, unternahmen unterschiedliche Aktivitäten.

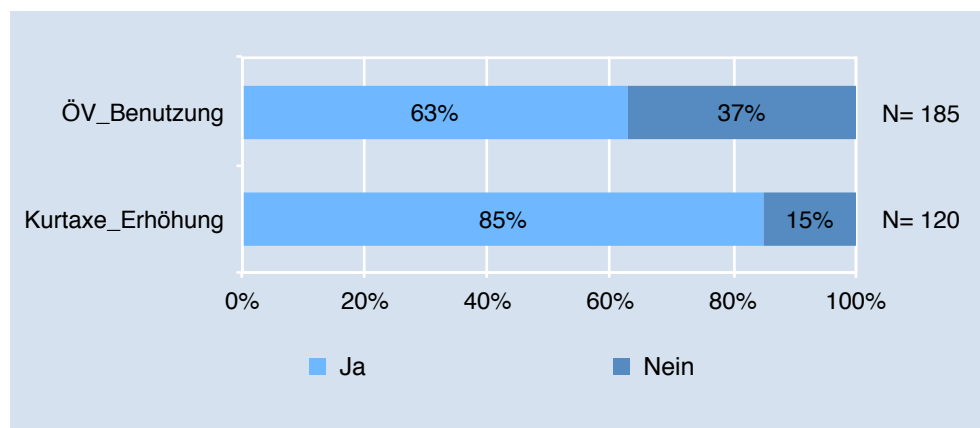
Die Gäste im Museum für Musikautomaten, Seewen kombinierten ihren Ausflug mit einem Restaurantbesuch (29%), einer Wanderung (19%) oder einer Rundtour mit dem Auto (16%). Hier ist zu beachten, dass diese Gäste den Fragebogen an einem Ipad vor Ort selber ausgefüllt haben, ohne Kontrolle durch eine Befragerin. Es daher möglich, dass sie auch Aktivitäten angegeben haben, die sie nicht am Befragungstag selber durchgeführt haben.

### 7.3.4 Zusatzfragen Schwarzbubenland

Im Rahmen der Gästebefragung hatten die Regionen Gelegenheit weitere sie interessierende Themen zu adressieren. Im folgenden Abschnitt werden die Antworten grafisch dargestellt und kommentiert. Antworten auf offene Fragen sind unkommentiert im Anhang 2 aufgeführt. Die Fragen wurden im Rahmen der Onlinebefragung gestellt.

#### ÖV in Hotelübernachtung inbegriffen und entsprechende Zahlungsbereitschaft

**Abbildung 79:** Würden Sie es begrüssen, wenn in der Region Schwarzbubenland die Benützung des öffentlichen Verkehrs bei einer Hotelübernachtung im Übernachtungspreis inbegriffen wäre? Wären Sie bereit, dafür eine Kurtaxe in der Höhe von CHF 3 pro Nacht zu bezahlen?



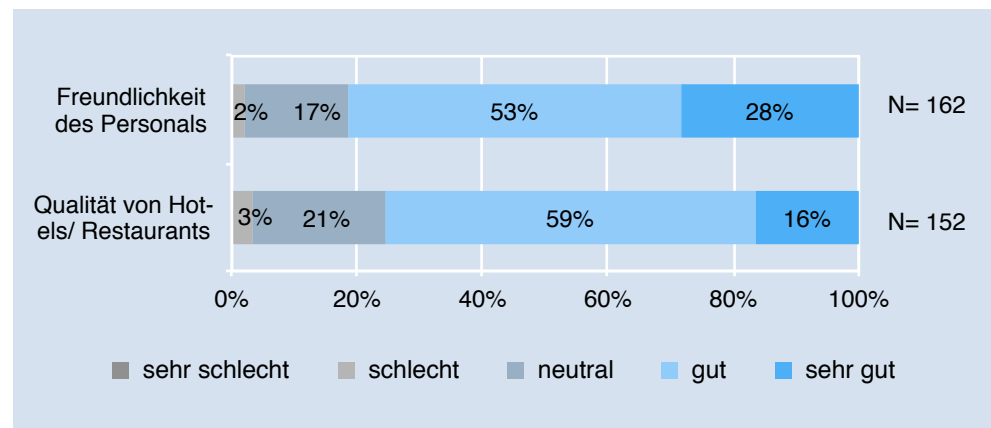
Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

63% der Befragten würden es begrüßen, wenn bei einer Hotelübernachtung im Schwarzbubenland die Benützung des ÖV inbegriffen wäre (Abb. 79). Immerhin 37% finden dies nicht nötig. Einer Erhöhung der Kurtaxe – im Falle des Einbezugs des ÖV – erhält eine noch deutlichere Zustimmung (85%). Bei der Interpretation dieser Aussage ist im Auge zu behalten, dass von den Befragten 85% Tagesgäste sind. Eine Erhöhung der Kurtaxe würde sie somit nicht betreffen und sie würden vom Einbezug des ÖVs in den Übernachtungspreis auch nicht profitieren.

### Beurteilung Freundlichkeit des Personals und Qualität von Hotellerie und Gastronomie

Die Freundlichkeit des Personals in Hotels und Restaurants sowie auch die Qualität der Betriebe wird von den Gästen grossmehrheitlich als gut oder sehr gut bewertet. Nur gerade 2% bzw. 3% stufen die beiden Aspekte als schlecht ein. (Abb. 80).

**Abbildung 80:** Wie beurteilen Sie die Freundlichkeit des Personals in Restaurants und Hotels in der Region Schwarzbubenland? Wie beurteilen Sie insgesamt die Qualität von Hotels/Restaurants in der Region Schwarzbubenland?



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

### Was vermissen Sie und was gefällt Ihnen besonders in der Region Schwarzbubenland

Die Tourismusverantwortlichen der Region Schwarzbubenland erkundigten sich bei den befragten Gästen, was ihnen besonders gefällt bzw. was sie vermissen würden. Die Antworten auf diese zwei offenen Fragen sind in Anhang 2 unkommentiert aufgeführt. Insgesamt wurden deutlich mehr positive Aspekte genannt als Kritik geübt.

## 7.4 Detailergebnisse der Gästebefragung im Naturpark Thal

### 7.4.1 Herkunft der Befragten und Tagesgästeanteile

#### Herkunft der Befragten – Gäste und Einheimische – an den einzelnen Standorten

Abbildung 81 zeigt die Herkunftsstruktur der befragten Personen an den verschiedenen Befragungsstandorten. Es werden folgende Kategorien unterschieden: *Einheimische* inkl. Personen mit Arbeits- bzw. Ausbildungsort in der Region, Gäste aus dem *übrigen Kanton Solothurn*, aus der *übrigen Schweiz*, aus den *Nachbarländern* und aus dem *übrigen Ausland*.

Insgesamt wurden im Sommer 2017 im Naturpark Thal 1'071 Personen befragt, davon rund 400 Einheimische (vgl. Abb. 4).

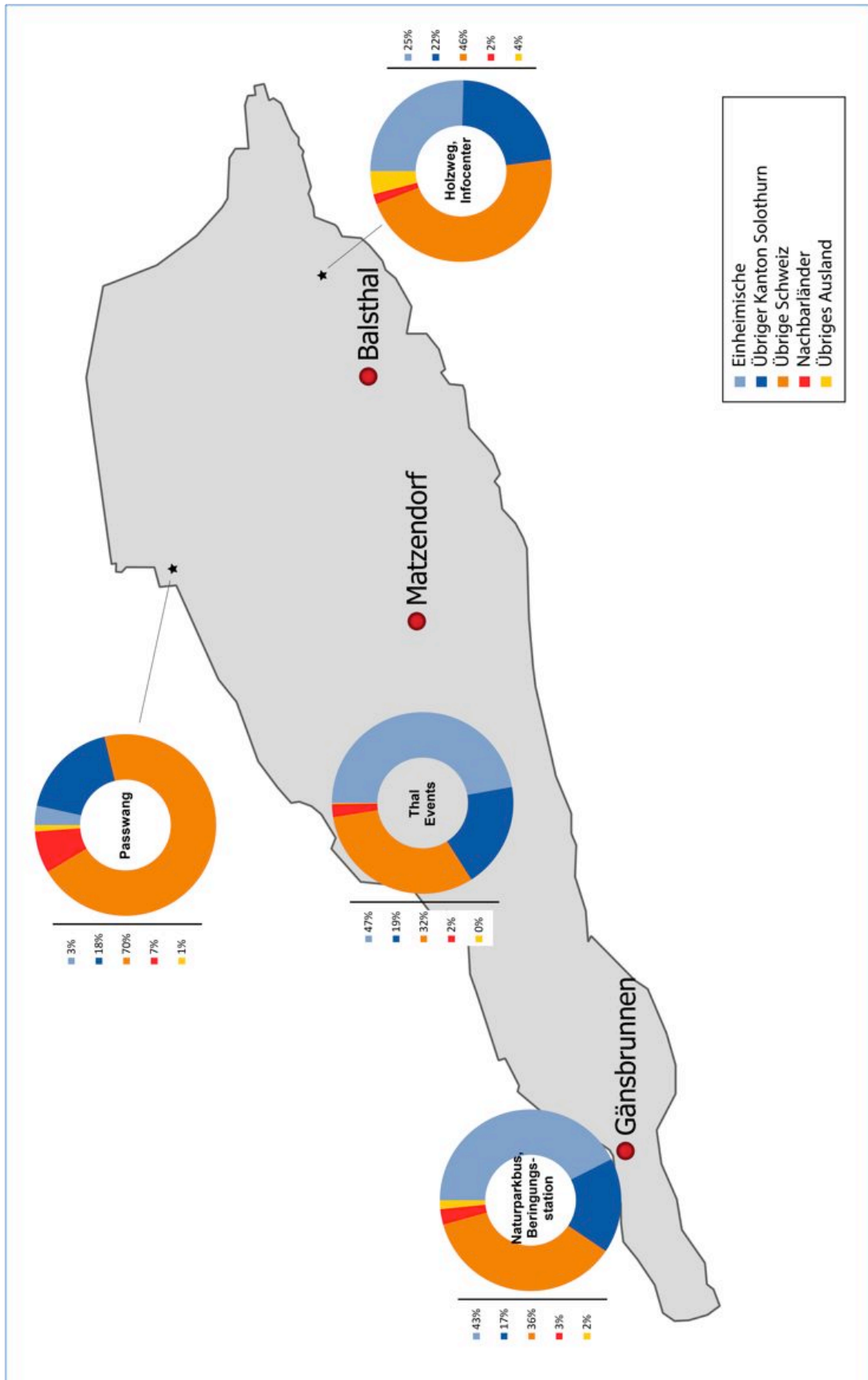
Die Herkunftsstruktur der Befragten ist an den verschiedenen Standorten im Naturpark Thal unterschiedlich. Die untersuchten Events wie Brunnenfest Laupersdorf, 10 Jahre Museum Haarundkamm, Jodlerchilbi Passwang, 1. Augustbrunch auf dem Berghof Montpelon, Genusswanderung von Coop, Reinig Masters Matzendorf und Naturpark Märet in Balsthal werden mehrheitlich von Einheimischen und Gästen aus dem übrigen Kanton Solothurn besucht. An zweiter Stelle stehen Gäste aus der übrigen Schweiz. Der Ausländeranteil liegt bei rund 2%.

Auf dem Passwang hingegen, auf dem Parkplatz, im Restaurant und auf den Wanderwegen dominieren Gäste aus der übrigen Schweiz, gefolgt von Gästen aus dem übrigen Kanton Solothurn. Einheimische, d.h. Personen mit Wohn- oder Arbeitsplatz im Thal selbst sind dort in der Minderheit. Ausländer kommen vorwiegend aus den Nachbarländern (7%) und nur zu 1% aus dem übrigen Ausland.

Im Naturparkbus und auf der Beringungsstation stammt die Hälfte der Befragten aus dem Thal selbst oder aus dem übrigen Kanton Solothurn, etwas mehr als ein Drittel aus der übrigen Schweiz und 5% aus dem Ausland. Der hohe Anteil an Einheimischen kann damit zusammenhängen, dass vorwiegend an Wochenenden befragt wurde.

Der Holzweg Thal wird zu einem Viertel von Einheimischen und zu einem Fünftel von Gästen aus dem übrigen Kanton besucht. 46% der Gäste stammen hier aus der übrigen Schweiz und 6% aus dem Ausland.

Abbildung 81: Herkunft der befragten Besucherinnen und Besucher, Sommer 2017

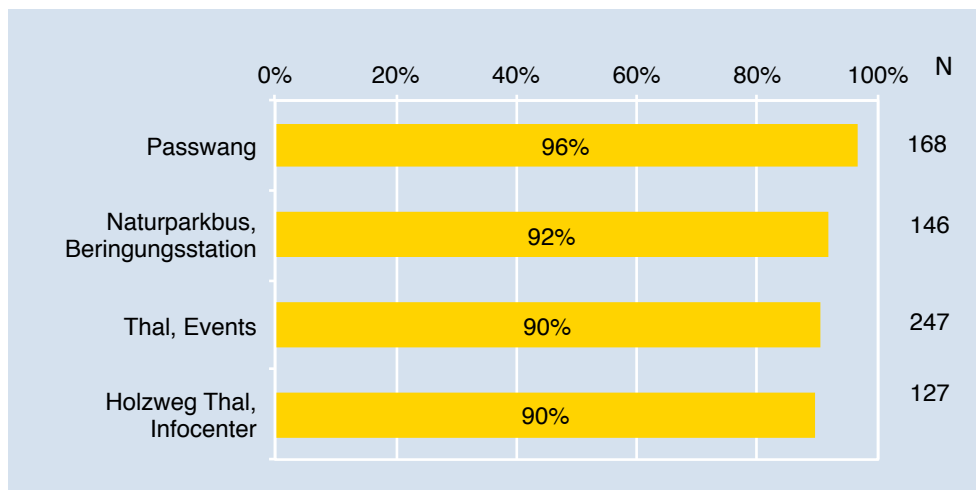


Ein Ziel der Gästebefragung war es, mehr Informationen über die Gäste – insbesondere die Tagesgäste – an den verschiedenen, touristisch attraktiven Standorten im Kanton Solothurn zu sammeln. In diesem Kapitel werden die Detailergebnisse der Gästebefragung für die einzelnen Standorte dargestellt. Aufgrund der unterschiedlichen Befragungsrückläufe müssen in einzelnen Regionen mehrere Befragungsstandorte zusammengefasst werden, um eine ausreichende Datenqualität zu erreichen<sup>28</sup>. Zudem gilt zu beachten, dass für einen Grossteil der Ergebnisse nur die Aussagen der (Freizeit)Tagesgäste dargestellt werden können. Übernachtende Gäste und Geschäftstouristen sind an den ausgewählten Befragungsstandorten tendenziell untervertreten<sup>29</sup>.

### Tagesgästeanteile an den einzelnen Standorten

Der Tagesgästeanteil ist an den Standorten im Naturpark Thal sehr hoch. Er liegt zwischen 90% und 96%. Bei den Events in Thal sind an den Befragungstagen somit anteilmässig am meisten übernachtende Gäste angetroffen worden. Dies ist insbesondere bei den Reining Masters in Matzendorf (19%) und dem Naturpark Märet in Balsthal (17%) der Fall (Abb. 82).

**Abbildung 82:** Tagesgästeanteile an den gesamten Gästefrequenzen, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

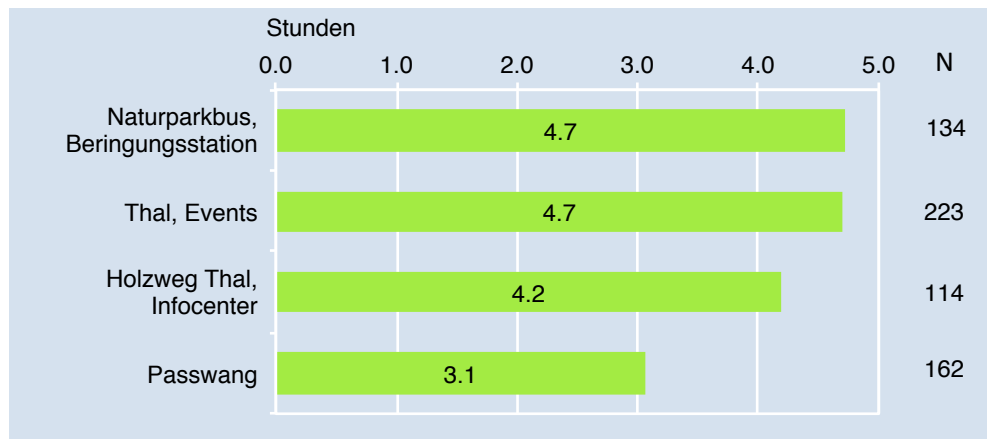
## 7.4.2 Charakterisierung der Tagesgäste im Naturpark Thal

### Aufenthaltsdauer der Tagesgäste

Die Tagesgäste halten sich zwischen 3 und knapp 5 Stunden im Naturpark Thal auf (Abb. 83). Der Ausflug mit dem Naturparkbus und der Besuch der Beringungsstation sowie die Events führen dazu, dass die Tagesgäste länger verweilen. Auf dem Passwang reduziert sich die durchschnittlich Aufenthaltsdauer. Ein Anteil der Befragten nutzte die Passhöhe oder das nahe gelegene Restaurant nur für einen kurzen Stopp.

<sup>28</sup> Die Aggregation der Detailstandorte ist in Abschnitt 2.5 beschrieben.

<sup>29</sup> Für die Gästekategorien «übernachtende Gäste» und «Geschäftstouristen» wurden zur Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen weitere Informationsquellen herangezogen. Siehe dazu Kapitel 2 Methodik, Abschnitt 2.6.

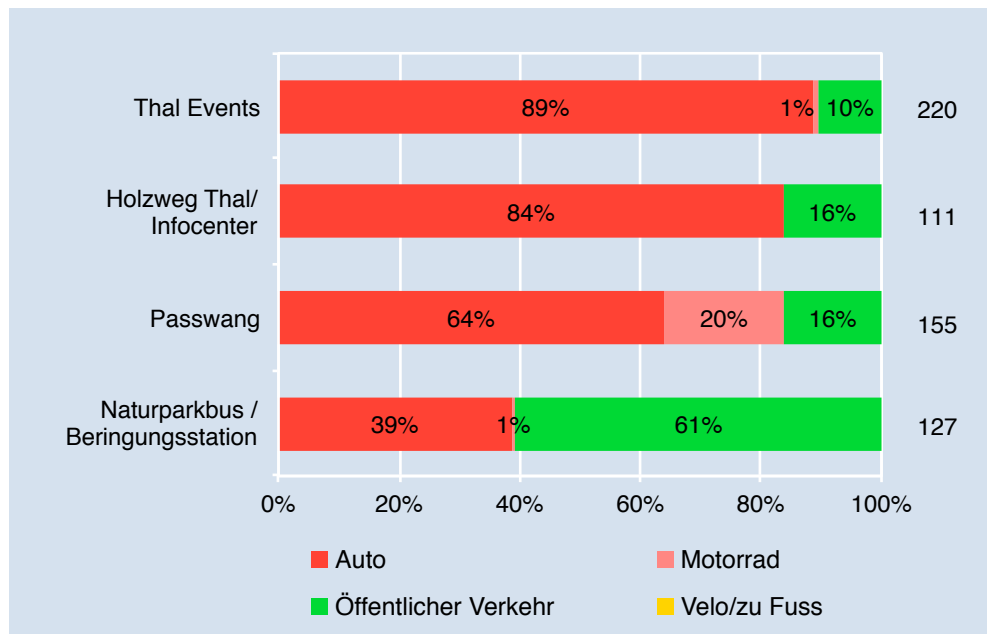
**Abbildung 83:** Aufenthaltsdauer der Tagesgäste im Naturpark Thal in Stunden, 2017

Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

### Verkehrsmittel der Tagesgäste am Befragungstag

Frage: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie angereist?

Trotz generell guter Erreichbarkeit des Naturparks mit dem ÖV ist der Anteil der Tagesgäste, der mit dem Auto anreist, (fast) überall hoch (Abb. 84).

**Abbildung 84:** Verkehrsmittel der Tagesgäste um in die Region zu reisen, 2017

Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Nur bei der Beringungsstation und natürlich im Naturparkbus ist die Mehrheit der Befragten Tagesgäste mit dem ÖV angereist. Neben dem Auto ist ein Fünftel der Befragten beim Befragungsstandort Passwang mit dem Motorrad unterwegs. Die Passstrasse ist bei Motorradfahrern beliebt.



### Grund des Aufenthalts Beruf oder Freizeit

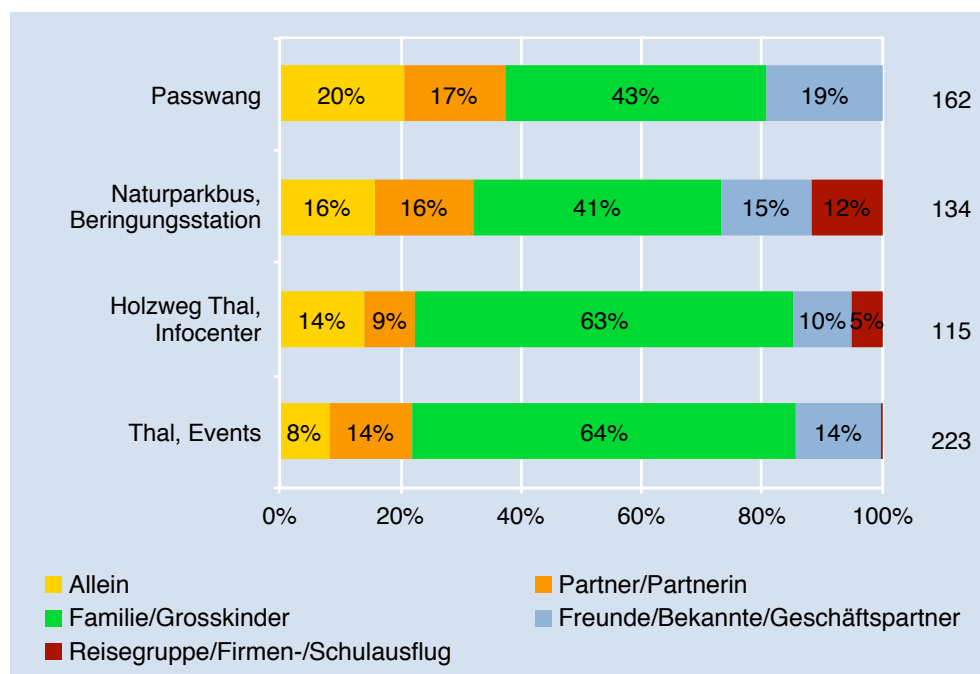
An sämtlichen Befragungsstandorten sind die *Freizeitgäste* dominierend. Geschäftstouristen sind weniger häufig «auf der Strasse» anzutreffen und geben zudem mehrheitlich an, keine Zeit für eine Befragung zu haben<sup>30</sup>.

### Begleitung der Tagesgäste

*Fragen:* Sind Sie allein oder in Begleitung unterwegs? Dürfen wir wissen, wer Sie begleitet?

Die Region Thal und der Naturpark Thal sind beliebte Ziele für Familienausflüge. Bei allen Befragungsstandorten sind Tagesgästen mit Familie am häufigsten vertreten. Auf dem Passwang und im Naturparkbus bzw. der Beringungsstation sind jedoch auch viele Einzelpersonen und Paare unterwegs. An der Beringungsstation wurden zudem Teilnehmende einer Gruppenreise angetroffen (Abb. 85).

**Abbildung 85:** Begleitung der Tagesgäste, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

### Tagesgäste mit und ohne Beitrag zur regionalen Wirtschaft

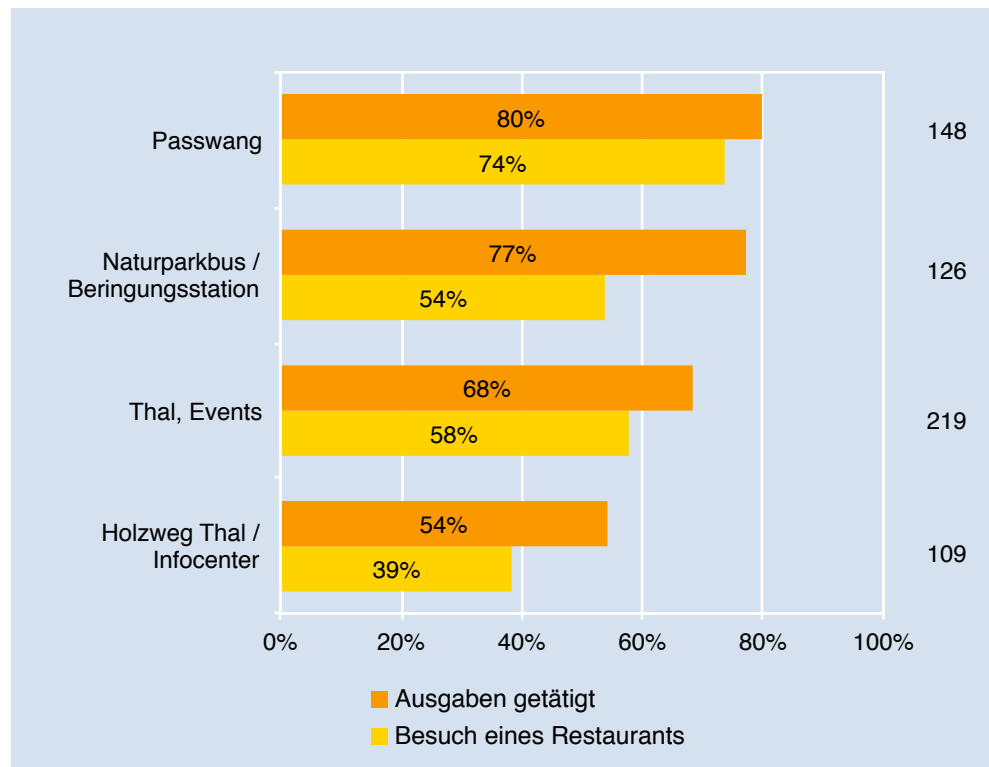
*Fragen:* Haben Sie heute hier in dieser Region Ausgaben getätigt oder werden Sie noch Ausgaben tätigen? Haben Sie hier in dieser Region ein Restaurant besucht oder planen Sie eines zu besuchen?

Der Anteil Tagesgäste, der in der Region Thal und im Naturpark Thal Ausgaben getätigt hat, liegt zwischen 54% und 80%. Zwischen einem Fünftel und der Hälfte der Tagesgäste geniessen somit die Natur ohne zu konsumieren. Dies gilt insbesondere für die Gäste des Holzwegs Thal. Aber auch die Events im Thal führen nicht automatisch zu einer Konsumation oder gar einem Restaurantbesuch (Abb. 86).

<sup>30</sup> Die Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen der Geschäftstouristen stützt sich daher nicht auf die Befragungsergebnisse sondern es werden andere Informationsgrundlagen beigezogen (siehe Methodik).

Die Tagesgäste auf dem Passwang lassen am häufigsten «Geld liegen» und besuchen auch ein Restaurant.

**Abbildung 86:** Beitrag der Tagesgäste zur Regionalwirtschaft, 2017



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

### 7.4.3 Aktivitäten von Tages- und übernachtenden Gästen

*Frage: Was haben Sie heute im Kanton Solothurn alles unternommen bzw. was planen Sie heute noch zu tun?*

Ein Grossteil der befragten Tagesgäste an allen Befragungsstandorten gibt an, den Aufenthalt mit einer Wanderung zu verbinden. Besucher/innen eines Events nennen mit 6% den Besuch von Freunden und Familie als zweithäufigsten Grund.

Zwei Fünftel der Besucher und Besucherinnen, die auf dem Holzweg Thal oder beim Infocenter befragt wurden, hat auch die Burgruine Neu-Falkenstein besucht.

Auf dem Passwang sind Wanderungen, aber auch Rundtouren mit dem Motorrad (14%) und mit dem Auto (12%) die meistgenannten Aktivitäten.

Gut 10% der Befragten (ohne Events) verbindet den Aufenthalt mit einem Besuch im Restaurant (Abb. 87).

**Abbildung 87:** Aktivitäten der Tagesgäste. Die rot markierten zeigen Aktivitäten, die von mehr als 10% der Befragten genannt wurden.

Nennung gemäss Fragebogen (Mehrfachnennungen möglich)	Thal, Events	Naturparkbus und Beringungsstation	Holzweg Thal/ Infocenter	Passwang
Anzahl Nennungen	221	238	272	153
Anzahl Befragte	221	238	272	153
Wanderung	22%	67%	32%	33%
geführte E-Bike Tour	-	-	-	<1%
Schiffahrt auf der Aare	<1%	-	-	-
Rundtour Auto	-	<1%	2%	12%
Rundtour Motorrad	-	2%	-	14%
Ausgang, Barbesuch, etc.	<1%	1%	-	2%
Essen in Restaurants	2%	11%	13%	10%
Freunde, Familie besucht	6%	8%	2%	2%
Kongress, Tagung besucht	-	-	2%	-
An einer Sitzung teilgenommen	-	<1%	-	-
Ein Museum besucht	3%	<1%	-	-
Ein Schloss, eine Burg besucht	-	-	4%	-
Ein Konzert besucht	-	-	<1%	-
Eine Stadt, ein Kloster etc. besucht	<1%	-	<1%	-
Eine Kirche besucht	-	-	2%	-
Einkaufen, Shopping in der Stadt Solothurn	<1%	-	<1%	-
Verena Schlucht, Einsiedelei	<1%	-	2%	-
Seilpark Balmsberg	-	-	<1%	-
Naturpark Thal besucht	4%	40%	18%	<1%
Wolfsschlucht-Wanderung	-	1%	2%	-
Wanderung Jurahöhen	1%	-	8%	15%
Ausflug mit dem NaturparkBus	-	17%	<1%	-
Holzweg Thal besucht	-	3%	67%	<1%
Museum Haarundkamm	<1%	-	2%	-
Museum uhrundzeit	-	-	<1%	-
Heimatmuseum Schloss Alt-Falkenstein	<1%	<1%	-	-
Schlossruine(n) besucht (Neu-Falkenstein)	-	<1%	41%	-

Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017. Anzahl Befragte = 100%, Anzahl Nennungen > 100%

#### 7.4.4 Zusatzfragen des Naturparks Thal

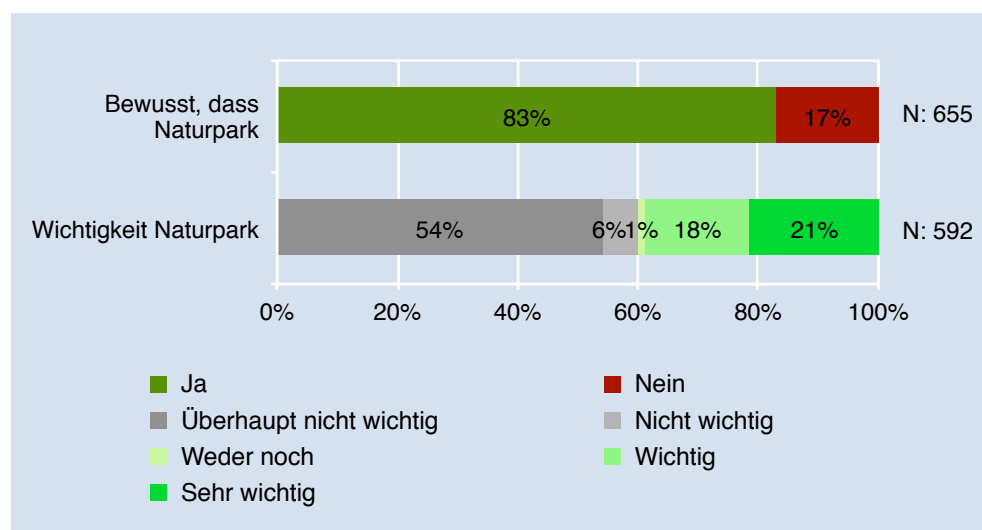
Im Rahmen der Gästebefragung hatten die Regionen Gelegenheit weitere sie interessierende Themen zu adressieren. Im folgenden Abschnitt werden die Antworten grafisch dargestellt und kommentiert. Antworten auf offene Fragen sind unkommentiert im Anhang 3 aufgeführt.

##### Wahrnehmung der Region als Naturpark

Die folgenden Fragen wurden anlässlich der Befragung vor Ort gestellt:

**Abbildung 88:** Sie befinden sich hier im Naturpark Thal. War Ihnen bewusst, dass die Region hier ein Naturpark ist?

Wie wichtig ist die Tatsache, dass es sich hier um einen Naturpark handelt für Ihren Entschluss gerade in diese Region zu reisen?

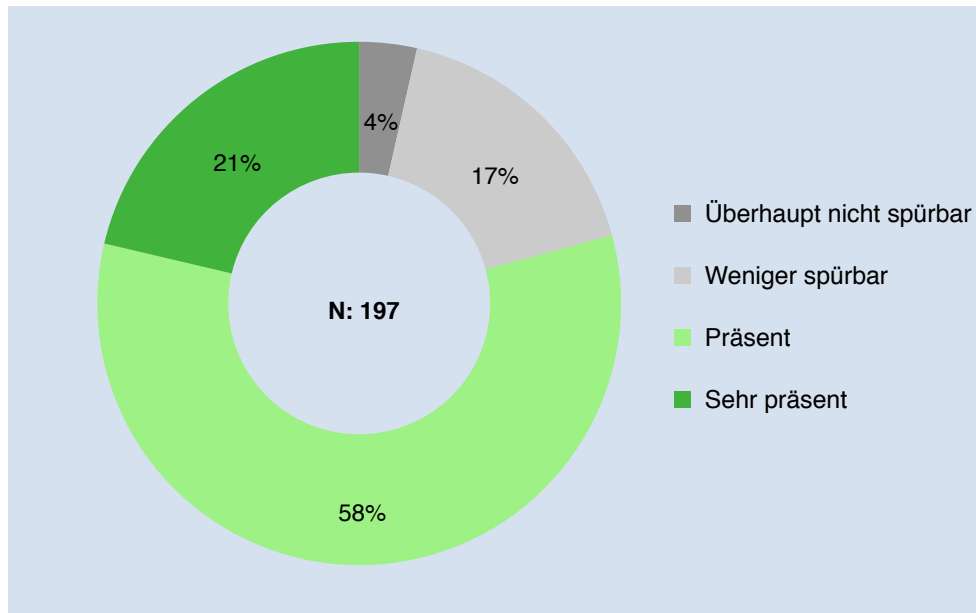


Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Der grossen Mehrheit (83%) der Gäste der Region Thal ist es bewusst, dass sie sich in einem Naturpark befindet (Abb. 88). Für den *Entschluss, in die Region zu reisen*, war die Tatsache, dass es sich hier um einen Naturpark handelt für knapp zwei Fünftel der Gäste relevant. 21% gaben an, dass diese Tatsache sehr wichtig und 18%, dass sie wichtig gewesen sei.

Eine deutliche Mehrheit von vier Fünfteln der Gäste nimmt zudem während ihrem Aufenthalt die Zeichen des Naturparks (Willkommensschilder, Naturpark-Angebote, Erwähnen in Gesprächen) deutlich wahr. Demgegenüber sagt ein Fünftel der Befragten aus, dass der Park wenig oder überhaupt nicht spürbar sei. Die entsprechende Frage wurden im Onlinefragebogen insgesamt 200 Gästen gestellt. 197 Personen beantworteten sie (Abb. 89).

**Abbildung 89:** Wie präsent und spürbar ist der Naturpark Thal für Sie vor Ort (Antreffen von Willkommensschildern, Naturpark-Angeboten, Erwähnen in Gesprächen, etc.)?



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017

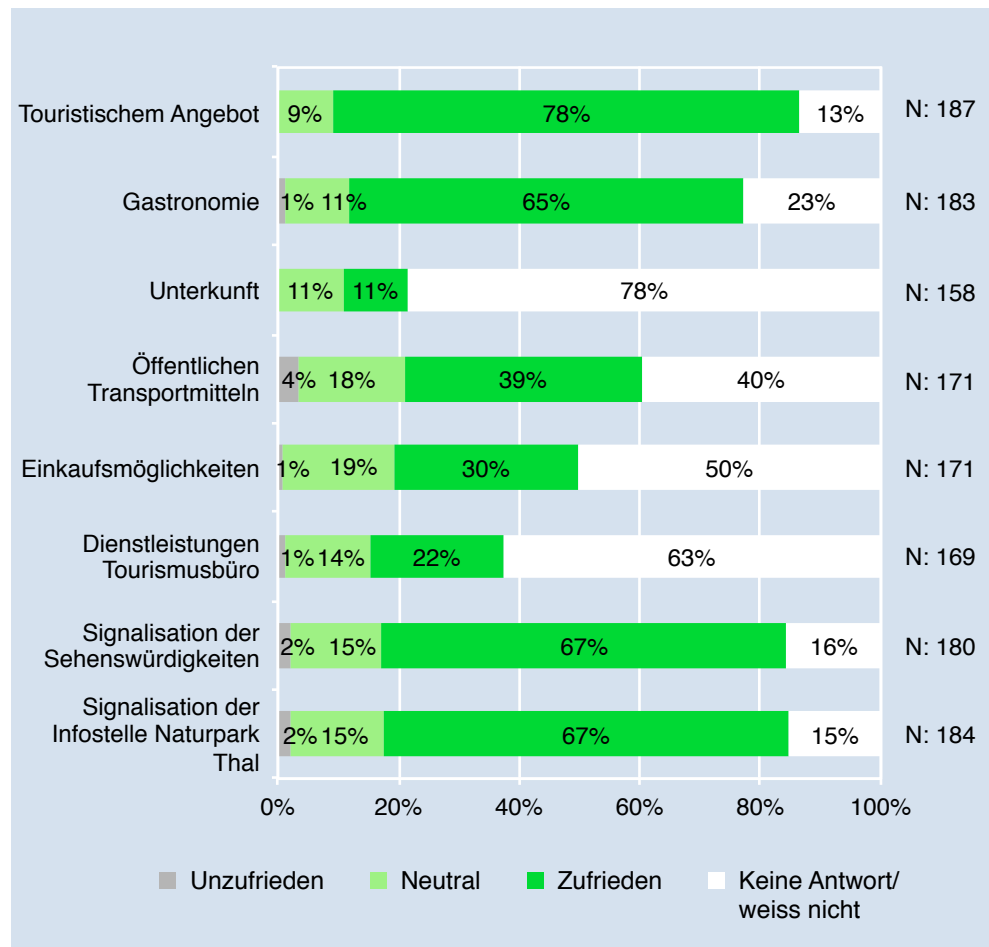
Zur Art der Zeichen, die auf den Naturpark hinweisen, konnten die Befragten Bemerkungen äussern. Es wurden insgesamt 39 Aussagen gemacht. Diese sind im Anhang 3 aufgelistet.

### Zufriedenheit mit dem Aufenthalt im Naturpark Thal

Die Frage nach der *Zufriedenheit mit dem Aufenthalt* unterteilt sich in verschiedene Aspekte, die unterschiedlich bewertet werden (Abb. 90). Generell sind die Befragten mit dem touristischen Angebot im Naturpark zufrieden (78%). Unzufriedene Äusserungen sind selten (0%-4% der Antwortenden) und betreffen nur einzelne Punkte, z.B. den öffentlichen Verkehr mit 4% negativen Bewertungen. Je nach Frage sind jedoch ein Grossteil der Leute nicht in der Lage eine Bewertung abzugeben, weil sie die entsprechende Dienstleistung nicht in Anspruch genommen haben. So können sich 78% der Befragten nicht zu den Unterkünften äussern (93% sind Tagesgäste), 63% nicht zu den Dienstleistungen des Tourismusbüros, 50% nicht zu den Einkaufsmöglichkeiten und 40% nicht zum öffentlichen Verkehr (85% der Befragten reisten mit dem Privatverkehr an).

Auch zu diesen Fragen konnten Bemerkungen abgegeben werden. Sie enthalten Lob für die schöne Landschaft und vereinzelt Kritik oder Wünsche in Bezug auf die Infrastruktur. Die detaillierte Liste ist im Anhang 3 aufgeführt.

**Abbildung 90:** Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Tagesausflug / Urlaub im Naturpark Thal hinsichtlich



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017

### Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Naturpark

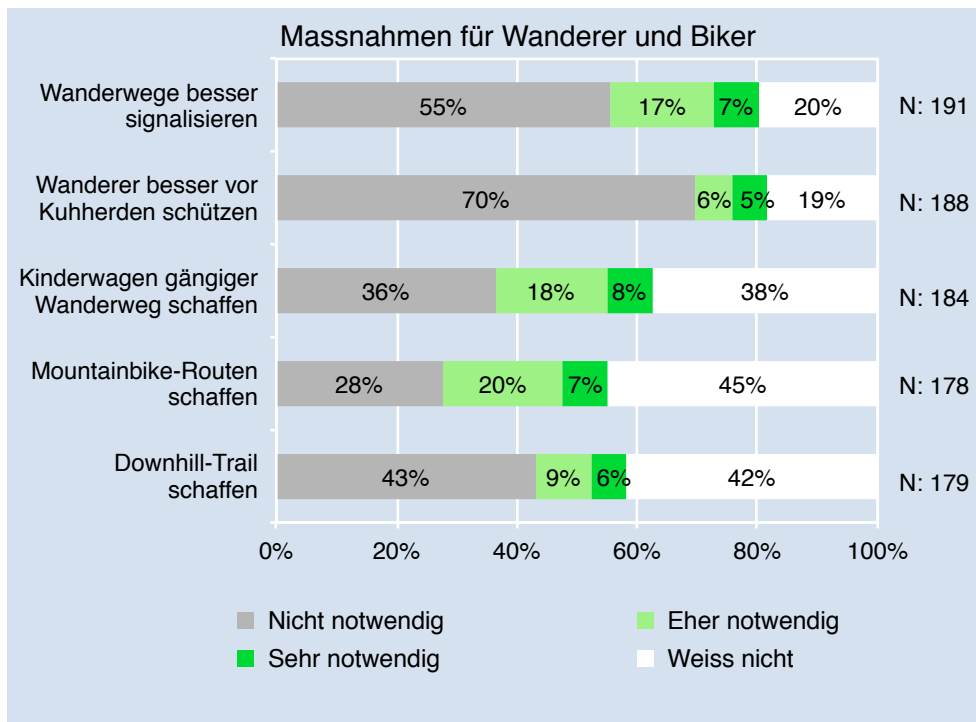
Das Team des Naturparks wollte von seinen Besucher/innen durch die Befragung Hinweise erhalten, welche *Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Park* getroffen werden sollen. Die Massnahmen gliedern sich in solche für Wanderer und Biker, für Familien, für Besucher von Events und für Übernachtungsgäste sowie um weitere (Infrastruktur)-Massnahmen.

#### *Gewünschte Massnahmen für Wanderer und Biker (Abb. 91)*

Die Wanderwege sind grundsätzlich gut signalisiert. Mehr als die Hälfte der Antwortenden auf die entsprechende Frage sehen hier keinen Handlungsbedarf. Immerhin ein knappes Viertel hätte jedoch gerne eine noch bessere Beschilderung. Die in der Presse oft thematisierte Belästigung durch Kuhherden scheint im Thal keine Forderung nach Massnahmen nach sich zu ziehen. 70% der Befragten sehen das so und nur insgesamt 11% hätten hier gerne einen besseren Schutz.

Gut ein Viertel der Antwortenden würde einen Kinderwagengängigen Wanderweg, neue Mountainbike-Routen oder einen Downhill-Trail begrüßen.

**Abbildung 91:** Wie notwendig sind Ihrer Meinung nach folgende Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Naturpark Thal?

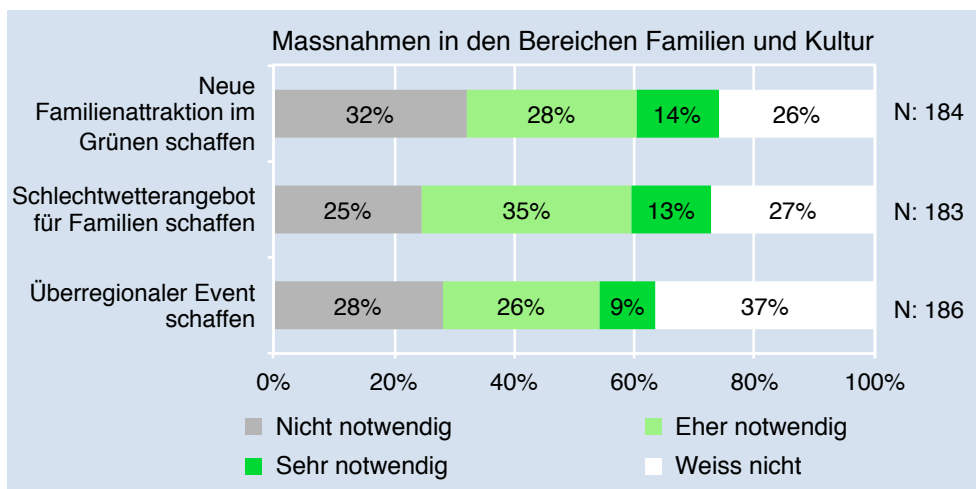


Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

*Gewünschte Massnahmen für Familien und Eventbesucher/innen (Abb. 92)*

Neue Familienattraktionen im Grünen würden ein Drittel der Befragten begrüssen. Ebenfalls ein Drittel findet dies nicht nötig. Ein Schlechtwetterprogramm für Familien würde hingegen von fast der Hälfte der Befragten positiv aufgenommen. Ein neuer Event, mit überregionaler Ausstrahlung fände bei einem guten Drittel der Befragten Zustimmung, während dies 28% als überflüssig erachten.

**Abbildung 92:** Wie notwendig sind Ihrer Meinung nach folgende Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Naturpark Thal?



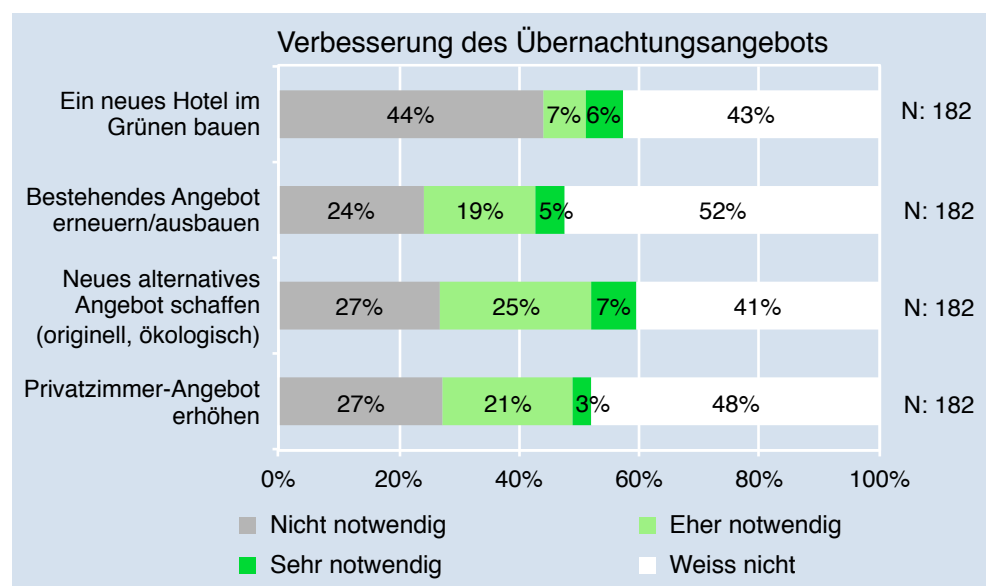
Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Auf eine offene Frage, um was für einen Event es sich handeln könnte, äusserten sich insgesamt 21 der 200 Befragten. Die Äusserungen sind zum Teil sehr konkret und differenziert. Die detaillierte Liste ist im Anhang 3 aufgeführt.

#### *Gewünschte Massnahmen für eine Verbesserung des Übernachtungsangebot (Abb. 93)*

In Bezug auf ein neues Übernachtungsangebot findet ein Hotel im Grünen mit 44% nein und 13% ja oder eher ja, deutlich weniger Zustimmung als der Ausbau des bestehenden Angebots (23% Zustimmung), alternative Angebote (32% Zustimmung oder mehr Privatzimmer und BnB (24% Zustimmung). Die Anzahl an Befragten, die dazu keine Meinung hat, ist jedoch hoch, was wie erwähnt mit dem hohen Anteil an Tagesgästen (93%) zusammenhängt.

**Abbildung 93:** Wie notwendig sind Ihrer Meinung nach folgende Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Naturpark Thal?



#### *Weitere Massnahmen (Abb. 94)*

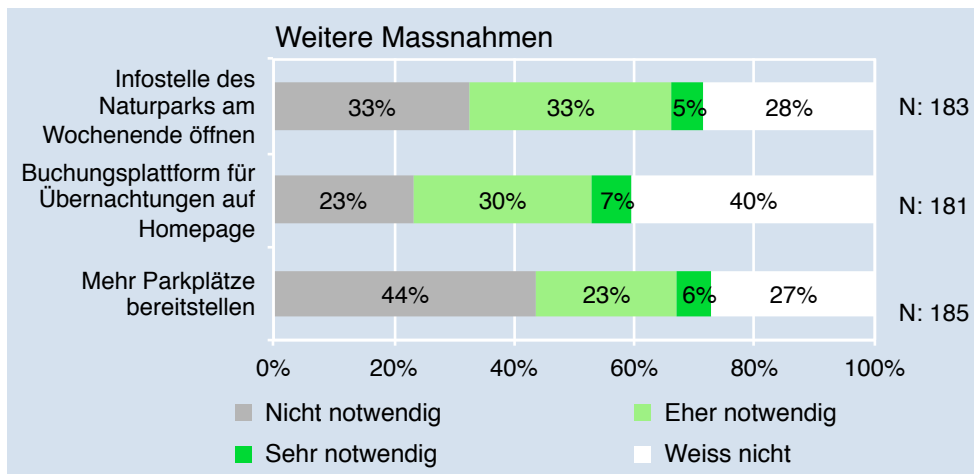
Sowohl eine Ausweitung der Öffnungszeiten der Infostelle (38% notwendig und eher notwendig) als auch eine Buchungsplattform für Übernachtungen (37% notwendig und eher notwendig) finden unter den Befragten mehrheitlich Zustimmung. Allerdings ist auch hier anzumerken, dass 28% bzw. 40% der Befragten dazu keine Meinung haben.

Ein zusätzliches Parkplatzangebot wird hingegen mehrheitlich (44% gegenüber 29%) nicht gewünscht. Begründet wird dies, wie die Bemerkungen dazu zeigen, insbesondere damit, dass dadurch noch mehr Verkehr angezogen würde und dass sich der Naturparkgedanke besser mit dem ÖV vereinbaren lasse. Diese Aussage ist insofern erstaunlich, da unter allen (vor Ort und online) befragten Personen 84% nicht mit dem ÖV angereist sind.

Auf die Frage, wo es mehr Parkplätze benötigen würde antworteten 20 der 200 Befragten. Ein beachtlicher Anteil dieser Personen steht, wie erwähnt, weiteren Parkplätzen innerhalb des Parks kritisch gegenüber. Die Liste mit den genaueren Angaben zu den Parkplätzen befindet sich in Anhang 3.



**Abbildung 94:** Wie notwendig sind Ihrer Meinung nach folgende Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Naturpark Thal?

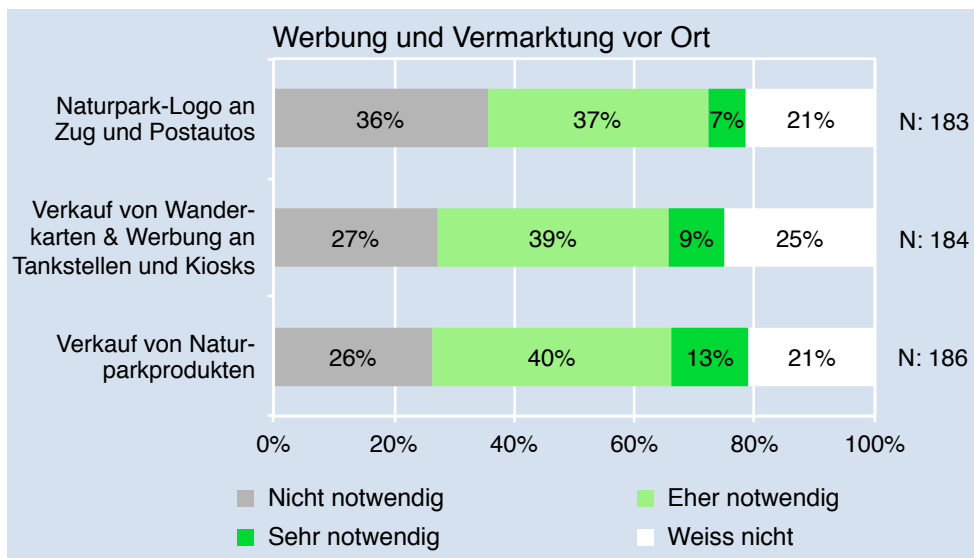


Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

*Werbung und Vermarktung vor Ort (Abb. 95)*

Die Frage nach der Notwendigkeit einer besseren Vermarktung – sei es durch Werbung im ÖV oder durch Verkauf an Tankstellen und Kiosken – wird von fast der Hälfte der Befragten (44% bzw. 48%) als «eher notwendig» oder «sehr notwendig» eingeschätzt. Eine stärkere Vermarktung von Naturparkprodukten fände sogar bei 53% der Antwortenden Zustimmung. Alle drei Fragen können von rund einem Fünftel der Befragten jedoch nicht beantwortet werden.

**Abbildung 95:** Wie notwendig sind Ihrer Meinung nach folgende Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Naturpark Thal?



Quelle: Rütter Soceco, Gästebefragung Kt. Solothurn 2017.

Das Team des Naturparks Thal wollte auch wissen, welche Ideen die Gäste haben um den Tourismus vor Ort weiter zu fördern. Auch zu dieser offenen Frage gingen zahlreich originelle und interessante Antworten ein. Sie sind in Anhang 3 ebenfalls aufgelistet.

**Weitere offene Fragen des Naturparks Thal**

Auf die Frage «Wieviel Geld würden Sie für eine Wanderkarte des Naturpark Thal mit Swiss-Topo-Karte ausgeben?» nannten ein Viertel der 90 (von 200) Antwortenden «nichts» mit der Begründung, dass alles auf Internet verfügbar sei oder sein sollte. Je weitere 25% nannten Beträge zwischen 0 und 9 CHF, zwischen 10 und 19 sowie zwischen 20 und 30 Franken.

Auf die Frage «Kennen Sie den Juraweg Thal? Falls ja, was fällt Ihnen dazu spontan ein?» antworteten von den 200 Befragten die Hälfte (100 Personen). 77% verneinten die Frage und 23% antworteten mit ja. 18% fügten an, was ihnen dazu spontan in den Sinn kam. Die Liste mit den mehrheitlich positiven Antworten ist in Anhang 3 dargestellt.

Auf die Frage «Haben Sie den Kreisel an der Thalbrücke bemerkt? Falls ja, was fällt Ihnen dazu spontan ein?» antworteten von den 200 Befragten 113 Personen. Die Hälfte davon kennt den Kreisel nicht oder hat nichts von der Installation bemerkt. Diejenigen die den Kreisel kennen, sind nicht einheitlich begeistert davon. Die einzelnen Antworten befinden sich in Anhang 3.

## Anhänge: Detailtabellen

Die in den Anhängen aufgeführten Fragen wurden im Rahmen der Onlinebefragung gestellt. Die Antworten sind unredigiert aufgelistet. Es ist jeweils angegeben, ob die Fragen allen Befragten oder nur Befragten aus den entsprechenden Regionen gestellt wurden. Wenn nichts anderes angegeben ist, entspricht ein Punkt der Antwort einer/s Befragten.

### 1. Region Solothurn: Liste mit geplanten Aktivitäten

*Frage: Welche Aktivitäten oder Sehenswürdigkeiten möchten Sie im Kanton Solothurn noch ausführen bzw. besuchen?*

Die Frage ging an alle Befragten im Kt. Solothurn.

Folgende Aktivitäten wurden genannt:

- -Schiffahrt - -Verenaschlucht - -Weissenstein - -Einkäufe -
- Ausflug mit der Familie und Verwandten mit Stadtrundgang in Solothurn und Übernachtung auf dem Weissenstein für 22 Personen
- Einkauf - - Altstadtbummel - - Essen im Restaurant
- Mit dem E-Bike der Aare entlang fahren.
- Wanderungen Weissenstein oder ähnlich - - Literaturtage
- Weissenstein - -Aarefahrt - -Besuch von Olten
- Aarefahrt
- Aarefahrt Biel - solothurn - Stadtbesuch Solothurn regelmässig - Alle Jahre Weissenstein Uhuru
- Aareschiffahrt nach Altreu - Mit der Gondelbahn auf den Weissenstein.
- Aareschiffahrt,
- Altes Zeughaus Museum
- Altstadt - Aareufer - Shopping
- Altstadt Solothurn
- Altstadt Solothurn - Altstadt Olten
- Altstadt von Solothurn
- Altstadt, Jesuitenkirche, Altes Zeughaus, Weissenstein, Verenaschlucht, Waldegg
- Altstadtbesichtigung
- Andere wander routen
- Aufführung im Goetheanum besuchen
- Baden in der aare, evtl gummiboot tour.
- Baden, Verenaschlucht
- Badi gehen - Weissensteinwanderung - Shopping - Essen gehen - Ausgang -
- Bally Park, Teufelsschlucht, Goetheanum, Schloss Waldegg, Ruine Dorneck.
- Balmberg - Weissenstein
- Balmberg, St. Ursern Kathedrale, Restaurant besuchen
- balsthal - thal naturpark - weissenstein - nochmals solothurn
- Barbesuch, Shoppingtour, Restaurant
- Bechburg Oensingen
- Bellach, Ottern
- Berglauf

- Besichtigung der Stadt Solothurn
- Besuch Altstadt
- Besuch der Altstadt von Solothurn
- Besuch der Stadt Solothurn - Velotour
- Besuch des Schwarzbubenlandes
- Besuch von Weissenstein und Verenaschlucht, Schifffahrt auf der Aare
- Bootstour auf Aare, Kajakfahren
- Brauerei 11 Bier :-)
- Bummel durch die Altstadt von Solothurn
- Bummel in der Altstadt von Solothurn
- Burgaeschisee
- Burgaeschisee - Altreu - Gugelmannmuseum - Museum Haar+Kamm
- Burgäschisee
- Burgäschisee - Altreu
- Das Sommerhaus der Familie de Vigier. - Super Pionier und nur wenige wissen es!! - Harnisch-Sammlung im alten Zeughaus. - Neue Weissenstein Gondelbahn mit Rest. Besuch, inkl. Wanderung.
- Découvrir les belles régions (randonnées) dans le canton
- Die Neu-Bechburg in Oensingen
- Die Stadt besuchen
- Diverse Wanderungen im SO Jura, Gugelmann Museum,
- Diverse, ich bin immer wieder in Solothurn.
- Eidgenössische Schwingerveteranen-Tagung in Neuendorf
- Ein Stadtbummel machen in Solothurn
- Eine Wanderung um oder vom Weissenstein aus.
- Ermitage
- Faire des visites culturelles
- Flussinsel die man vom weissenstein aus sieht
- Freunde besuchen und wandern
- Führung durch die St. Ursen Kathedrale, Zeughaus
- Genusswanderung Naturpark Thal
- Geocaching
- HESO
- Hikes
- Hohe Flue Egerkingen
- Ich bin an der Geschichte Solothurns interessiert und werde die entsprechenden Möglichkeiten so weit als möglich ausschöpfen
- Immer mal wieder wandern, öppe mau a nes Konzert. Und das Filmfestival
- Immer wieder die Verenaschlucht. Regelmässiges Geschwisteressen in diversen Lokale. Regelmässige Besuche im Altersheim. Ab und an Besuch von der Aarebar. Regelmässige Besuche von Road Stop in Lohn-Ammansegg.
- In erster Linie Wanderausflüge im ganzen Kantonsgebiet.
- je nach Begleitung wird sich das Programm richten
- Jura, Schwarzbubenland
- Juraweg, Storchensiedlung,
- Kabisfest an der Landwirtschaftsschule
- Kanufahren in Solothurn
- Kathedrale St Ursen besuchen
- KathedraleSt Ursen
- Kayak fahren
- Kunstmuseum
- Le marché du samedi

- Mehr Zeit für die Besichtigung der Altstadt
- Mit der Neuen Bahn auf den Weissenstein und anschliessender Wanderung nach Hinter Weissenstein
- Mountainbiken
- Musikautomaten-Museum, Aareschiffahrt, Teufelsschlucht, Kamm-Museum, Ruine Bechburg, Bally-Park, Streichholz-Museum, Weissenstein mit Bergbahn, Bergrestaurants
- Nach Bedarf
- Naturhistorisches Museum - Kathedralenbesuch - Aarebummel - Stadtbummel - Babygym/Krabbelgym - -
- Naturmuseum und andere Museen - Schloss
- Naturpark Balsthal
- Naturpark Thal
- Naturpark Thal, Wanderung Jurahöhen, Wolfsschlucht
- Naturpark Thal; Holzweg Thal
- nicht konkret, aber alles habe ich nicht gesehen, war z.B. gar nicht in der Stadt Solothurn
- Nochmals die Stadt Solothurn besuchen. - Dabei noch ein bisschen mehr Zeit verbringen.
- Nochmals wandern, Stadt Solothurn Wochenende ohne Kinder
- Old city of Solothurn
- Parcourir à pied les crêtes du Jura, y compris le canton de Soleure. - M'essayer au vélo sur le vélodrome de Granges.
- Park tal
- Planetenweg auf dem Weissenstein, Bootsfahrt auf der Aare
- Randonnée -
- randonnée, musée
- Restaurants und Bars in Solothurn - Extraball, Flippermuseum -
- Restaurantsbesuche in Olten - Fabrikbesuch Wernli
- revenir au festival uhuru
- Schiffahrt
- Schiffahrt, weitere Wanderungen
- Schloss, Kirchturm etc.
- schoppen in solothurn -
- seilpark balmberg
- Seilpark, nochmals Verenaschlucht...Aarefahrt
- Shopping - Verena-Schlucht - Essen
- Shopping - Weissenstein - Aare - Restaurant/Bar -
- Shopping Solothurn, Aarefahrt Biel-Solothurn
- Shopping, visite de musées, repas au restaurant
- Sightseeing
- Solothurn
- Solothurn city, some more hikes in the Jura region.
- Solothurner Altstadt - Weissenstein und andere Orte im Jura
- Sportanlässe, Kulturanlässe, Informationsanlässe -
- St. Ursen Kathedrale und Stadtrundgang.
- Stadt Solothurn
- Stadt Solothurn -
- Stadt Solothurn - -weitere Wanderungen Weissenstein
- Stadt Solothurn besuchen - Grenchenberg - Balmberg - Schiffahrt auf der Aare nach Biel

- Stadt Solothurn besuchen. Weitere Wanderungen ab Weissenstein. Bergläufe im Kanton Solothurn: Grenchenberglauf/ Weissensteinlauf etc...
- Stadt Solothurn Führung
- Stadt Solothurn, Pizzeria Daniele, bummeln in der Stadt
- Stadt Solothurn, Verena Schlucht, Wanderungen im Jura
- Stadt Solothurn, Verenaschlucht, Wanderung mit Freunden
- Stadtbesichtigung
- Stadtbesichtigung - Ausflug auf den Hauenstein
- Stadtbesichtigung Solothurn
- Stadtbesichtigung Solothurn - Schifffahrt
- Stadtbesuch - Weissenstein - Grenchenberg - Schifffahrt
- Stadtbesuch Solothurn
- Stadtbesuch Solothurn, evtl. Übernachtung Jugi Solothurn, Stadtbummel mit Shopping Kleider, Schmuck o.ä.
- Stadtbesuch, Wanderung, Aarefahrt, Gleitschirmfliegen, Freundinnen besuchen
- Stadtbummel - Bartour an der Aare
- Stadtbummel, Aarefahrt und Verenaschlucht
- Stadtbummel, Campingplatz mit Sup-Vermietung, böötle auf der Aare, Nachtessen
- Stadtführung - Besuch Verenaschlucht
- Stadtführung - Essen an der Aare
- Stadtführung Solothurn
- Stadtführung Solothurn
- Stadtführung Solothurn - Aeschisee
- Stadtrundgang - Schifffahrt
- Tanzkurs
- Teufelsschlucht
- Teufelsschlucht
- Teufelsschlucht - Weissenstein - Altstadt von Solothurn - Diverse Jurawanderungen
- Teufelsschlucht, verschiedene Klettersteige;
- Theater
- Übernachtung nach der nächsten Ruderregatta im 2018 in Solothurn.
- Une visite de votre ville, beaucoup plus approfondie, avec un guide local. - Les deux guides que nous avons eu a disposition, étain dignes de leur métier...!!
- Velo, croisiere sur l'Aar, shopping Noel, randonnees
- Velofahren - Wochenende in der Stadt verbringen
- Velotour Balmberg-Pass - Nidlenloch
- Velotour Grenchenland - Wanderung Verenaschlucht & Region Weissenstein - & Naturpark - Kulturelle Anlässe besuchen
- Velotour, Bummel in der Altstadt Solothurn, Verena-Schlucht
- Velotour, Wanderung
- Velotouren, Wanderungen, Museumsbesuche
- Verena Schlucht
- Verena Schlucht, Heso, in der Stadt Solothurn einkaufen, essen, in Bibliothek gehen...
- Verena Schlucht, Stadtführung Solothurn
- Verena-Schlucht, Jura Höhenweg, weitere Sehenswürdigkeiten im Kanton, Radfahren an der Aare
- Verenaschlucht
- Verenaschlucht - aare-Schifffahrt nach Büren - Seilpark Balmberg - Sportzentrum Zuchwil

- Verenaschlucht - Gondelbahn Weissenstein - Altstadt Olten
- Verenaschlucht - Solothurn
- Verenaschlucht - Teufelsschlucht
- Verenaschlucht, altreu storchensiedlung, Altstadt Solothurn
- Verenaschlucht, Besuche, Aareschiffahrt, Altreu im Sommer, Velotouren -
- Verenaschlucht, Stadtbummel, Kloster Mariastein,
- versch. wanderungen
- Verschiedene Museum
- Verschiedene Wanderungen
- Viele Wanderungen - - Museumsbesuche
- Visite de la vieille ville d'Olten et tourisme en général dans le Canton
- Visite de Soleure
- Visite du parc thal
- Visite musée
- Visite musée, le marché du samedi, achat dans petites boutiques
- Visiting friends in Luterbach
- Wandern
- wandern auf dem weissenstein - besuch der kirche in solothurn
- Wandern im Jura, Weissenstein
- Wandern im Solothurner Jura
- Wandern in der Region Weissenstein, z.B. Planetenweg
- Wandern, Biden und ev. nächstes Jahr wieder ans Uhuru :-)
- Wanderung an der Aare oder auf dem Jura. - Rundwanderung Burgäschisee. -
- Wanderung Balmberg
- Wanderung in den Jurahöhen. - Kloster, Mariastein
- Wanderung mit FTV
- Wanderung Thal
- Wanderung, Essen in Restaurant, Einkaufen, Rudern auf der Aare (Mitglied Solothurner Ruderclub) - Theater oder Kinobesuch
- wanderungen
- Wanderungen im Grossraum Solothurner Jura
- Wanderungen im Kanton Solothurn. Marktbesuch in Dornach. Besuch Kloster Mariastein. - Restaurantbesuch...etc.
- Wanderungen Jurakette, Aarefahrt
- Wanderungen, Aareschiffahrt, Geführte Besichtigungen
- Wanderungen, Stadtbummel, Hafensbar besuchen
- Weiß noch nicht
- Weiss noch nicht genau, muss mal schauen was es noch alles zu sehen. Auf den Weissenstein gehen wir auf jeden Fall nochmals
- Weissenstein
- Weissenstein
- Weissenstein - Flugplatz Grenchen - nochmaliger Aufenthalt in der Altstadt -
- Weissenstein - Grenchen Berg
- Weissenstein Rest. Sennhaus, Roggen in Oensingen, Kochkurs in Solothurn
- Weissenstein Schwingfest 2018 und evt. weitere Jahre
- Weissenstein-Schwinget - Biertage Solothurn
- Weissenstein, Grenchenberg, immer wieder ein Abendspaziergang in Solothurn ab und zu auch dort - ein kleinen Imbiss nehmen oder nur ein Bier, Stadtbummel am Samstag oder Donnerstag im Abendverkauf, Spaziergang an der Aare.
- Weissenstein, Schloss Waldegg, Zeughausmuseum, Burgäschisee, anderes (spontan)
- Weissenstein, Stadt Solothurn

- Weissenstein, Verenaschlucht, Aare Schifffahrt
- Weitere Strecken vom Jura Höhenweg wandern - -
- weitere wanderungen
- Weitere Wanderungen beim Wissestei.
- Wir möchten gerne demnächst die Verenaschlucht besuchen/erwandern
- Wir werden im Winter nochmals wandern gehen.
- wieder mal Verena-Schlucht, Essen in Solothurn, Stadtbummel, - Ausflug auf den Weissenstein mit Wanderung...

## 2. Region Schwarzbubenland: Listen mit Bemerkungen zu offenen Fragen

Alle Fragen in Anhang 2 gingen nur an Befragte aus dem Schwarzbubenland.

*Frage: Was vermissen Sie im Schwarzbubenland?*

Die Gäste vermissen im Schwarzbubenland:

- Nichts (15)
- Attraktive Übernachtungsmöglichkeiten für den «sanften Tourismus». Der ÖV muss diesbezüglich optimiert werden.
- Bekannte Kleiderläden wie H&M oder Tally Weijl. - Einkaufszentren wie in Baselstadt.
- Bessere Info innerhalb der Region Basel (Einzugsgebiet). Tagesangebote für Besuche an Orten, die mit dem Basler ÖV gut zu erreichen sind.
- Das Interesse des Kantons Solothurn.
- Die Busverbindungen von Flüh (übrigens auch von Laufen) nach Mariastein sind sehr schlecht. Ich renne jeden Sonntag vom Zug aus Olten (Ich wohne in Oensingen) auf das Tram nach Flüh. Wenn ich das Tram nicht erreiche, kommt das nächste in ca. 10 Minuten, dann habe ich jedoch keine Busverbindung von Flüh nach Mariastein. Somit muss ich dann oft zu Fuss von Flüh nach Mariastein «hinaufsteigen». Am Sonntagabend gibt es gar keine Verbindungen mehr von Mariastein nach Flüh. Dies ist für mich ein grosser Nachteil.
- Einen Fußballplatz.
- Einen See.
- Espace récréatif et banc public.
- Hotelangebot im Umfeld des Goetheanums in Dornach.
- Ich weiss nicht genau was Schwarzbubenland ist, was dazu gehört. Und ich habe keine Hotels und Restaurants benützt.
- Ich wohne in Muttenz und kenne die Hotels im Schwarzbubenland nicht.
- Kann ich nicht beurteilen, da ich noch nie in dieser Region genächtigt habe.
- Netzabdeckung war sehr schlecht bis unmöglich (französisches Netz, aber kein Schweizer Netz funktionierte).
- Regionale Spezialitäten.
- Tourist friendly business hours. Better food quality.
- Velo freundliche Strassen, ohne gestresste, gefährliche Autos.
- Wellnessangebote
- Wird vom Kanton zu wenig wahrgenommen.
- Zweigleisige Bahnstrecke.



*Frage: Was gefällt Ihnen besonders im Schwarzbubenland?*

Den Gästen gefällt im Schwarzbubenland besonders:

- Die Strassen für eine Motorradtour
- Landschaft (Hügel und Schluchten)
- Bärschwil
- Dass ich selber ein Schwarzbube bin / Nunningen SO
- Das Kloster Mariastein und das dazugehörige Erholungsgebiet
- Der Dialekt, der dort gesprochen wird und die Freundlichkeit der Leute
- Die Aussicht und die Wandermöglichkeiten
- Die Landschaft und dass es gute Kulturangebote gibt.
- Die Nähe, Abwechslung, Vielseitigkeit
- Die Natur
- Die Natur und das gute Essen.
- Die Natur, Mariastein, Burgen, der Flammkuchen in Mariastein und teilweise die gute Küche in Restaurants, die sich dafür für gutes Essen extra Mühe geben, solche, die nicht nur eine teure Beiz sein wollen und auch neben dem Nussgipfel einmal einen selbst gebackenen, guten Kuchen anbieten können....
- Die Natur, weitläufige grüne Hügellandschaften
- Die ÖV Verbindungen
- Die schöne Landschaft, gute Erreichbarkeit mit ÖV
- Die Schwarzbuben Mädchen
- Die Sehenswürdigkeiten
- Die unterirdischen Höhlen beim Schloss, Wanderwege
- Die Wälder
- Die wunderschöne Landschaft und einmalige Ruhe
- Dornach mit den diversen Angeboten rund ums Goetheanum
- Es ist unsere Heimat, daher gefällt es so wie es ist
- Freunde
- Himmelried - Heimatort -
- Ich bin hier geboren und aufgewachsen, und mache immer wieder gerne mit meiner Familie einen Ausflug nach Gempfen
- Klima mildes Wetter, abwechslungsreiche Landschaften
- Kloster Mariastein
- Kultur: Gesangs- und Musikvereine. Die Landschaft.
- l'église de Mariastein et le possibilités de randonnée dans la région
- La campagne
- Ländliches Ambiente
- Landscape. Life quality. Quiet. Beauty. Nature.
- Landschaft (3)
- Landschaft und die Nähe zur Stadt Basel
- Landschaft, Leute
- Landschaft, Natur
- Laufenthal
- Le calme
- Le paysage et la sympathie des gens
- Liebliche Landschaft, Kollegialität der Menschen (Beurteilung vom Festival)
- Natur (4)
- Nähe vom Wohnort
- Natur, Wanderwege
- Natur, Landschaft , Sauberkeit, öffentliche Verkehrsmittel (Anbindung an Basel)
- Nature. Forests. Clean air
- Paysages

- Paysages soignés et la mise en valeur des vieilles pierres (maisons, bâtiment historique)
- Schloss Restaurant Dorneck
- Schöne Aussicht vom Gempen
- Schöne Gegend, wir waren ja nur im Wald am Bluegrass Festival
- Sehr, sehr schönes Land. Freundliche und hilfsbereite Menschen. Dass alle Deutsch verstehen und ich die Menschen verstehe gefällt mir sehr gut.
- Sind Ländlich wie ich
- Tolle Gegend. - Wir wandern gerne mit unseren Hunden.
- Vielseitige Wanderwege
- Wald
- Wandermöglichkeiten, Natur, Landschaft
- Wood carving event, Mountainbiketrails
- Der Begriff der Region sowie «Schwarzbuebemeitli». Museum für Musikautomaten, Seewen

### 3. Naturpark Thal: Listen mit Bemerkungen zu offenen Fragen

Alle Fragen in Anhang 3 gingen nur an Befragte aus dem Naturpark Thal.

*Frage: Wie präsent und spürbar ist der Naturpark Thal für Sie vor Ort (Antreffen von Willkommensschildern, Naturpark-Angeboten, Erwähnen in Gesprächen, etc.)? Im Anschluss an eine vierteilige Skala folgte ein Feld für Bemerkungen.*

Folgende Aussagen wurden notiert:

- Ich lese oft vom Naturpark Thal oder beachte Eingangs- oder Markierungsschilder «Naturpark». Eine äusserliche, erkennbar Veränderung des Thal stelle ich aber nicht fest!
- Der Naturpark Thal ist gut gekennzeichnet. Selbst wenn man nicht aus der Region stammt ist gut zu sehen, dass man sich in einem Naturpark befindet.
- Es wurde in den letzten Jahren sehr viel unternommen. Ev. bewusst unter Naturschutz stellen (z.B. wie Wolfsschlucht).
- Gebäude Thalstation
- Grossartige Landschaft und in jeder Beziehung aufschlussreich
- Habe Bilder per Wattsup verschickt und als wattsup-bild installiert und sofort interessierte Nachfragen erhalten, wo die Bilder aufgenommen wurden. Natürlich im Naturpark Thal auf dem Aussichtspunkt unter dem Restaurant Stierenberg in Mümliswil!!
- Habe viele Wanderrichtungsschilder gesehen, aber wenige Information - und Willkommensschildern.
- Ich bin Umweltingenieurin aus Wädenswil und wohne jetzt in Solothurn. Daher informiere ich mich über das Geschehen in den Naturpärken und gebe auch meinen Bekannten darüber Auskunft.
- Ich habe bis vor einem Jahr in Mümliswil gelebt und weiss daher, dass es den Naturpark Thal gibt. Jetzt als Nicht-Mümliswilerin mehr, nehme ich die Präsenz auch nicht stärker wahr. Vielleicht ist es für ganz fremde Besucher besser spürbar. Bei meinem Besuch auf dem Passwang, war davon allerdings wirklich nichts zu spüren. Ich war auch schon am Naturpark-Märet in Balsthal. Vielleicht sollten diese Produkte noch besser gekennzeichnet werden mit einem Label. Und gibt es einen Laden, z.B. Thaler-Lädeli?

- Ich wusste schon das es den Naturpark gibt. Es fällt aber nicht sehr auf.
- Jodlerfest Schwerpunkt
- Man ist sehr gut informiert
- Nur die Schilder gesehen
- Prospekte/Karten nicht einfach zu bekommen, ab Bahnhof nicht ausgeschildert, für einen Naturpark fehlten mir Hinweise in der Art, wie man sie in botanischen Gärten etc. findet.
- Samstag & Sonntag sollte Infostelle zur Verfügung stehen.
- Schilder
- Schön gestaltete Tafeln. Leicht verständlich beschriebene Themen. Nicht aufdringlich.
- Sehr freundliche Befragung - am Schluss gab es sogar noch "Wernli-Guetzli" als Geschenk :-)
- Sehr gut signalisiert (auch Parkplätze), tolles Logo, gute Führungssignalisation durch den Weg
- Vor allem gehört davon durch Artikel im Amtsanzeiger
- War das erste mal im Naturpark Thal
- Wer die Natur anspricht, dem fallen bereits die Schilder am Rande der Autobahn auf. Im Naturpark selbst brauche ich keine Schilder. Da will ich die Landschaft geniessen.
- Wir finden die Gegend rund um's Gäu resp. Thal interessant
- Wir können die Fragen schlecht beantworten da wir eine Wanderung machten und den Naturpark verlassen haben.
- Wir waren von Thal begeistert, als es noch längst nicht zum Naturpark Thal gemacht wurde. Es gefällt uns auch heute noch
- Wir wohnen im angrenzenden Baselbiet
- Wir wurden von einem Förster durch den Holzweg Thal geführt, er hat uns sehr viel über Holz und Natur erzählt. Sehr gut!
- Wunderbarer Erholungsraum
- Wünschenswert wäre eine Karte mit Grillplätzen auch ausserhalb des Holzwegs.
- Wusste vor der Befragung nicht, dass sich Matzendorf in einem Naturpark befindet.

*Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Tagesausflug / Urlaub im Naturpark Thal hinsichtlich.....? Im Anschluss an eine Antwortbatterie folgte ein Feld für Bemerkungen.*

Folgende Bemerkungen wurden geäussert:

- Wir durchqueren öfters das Thal mit dem Motorrad - das ist schön. Wir besuchen auch regelmässig die Bergrestaurants oberhalb von Welschenrohr und Gänsbrunnen.
- Das WC war sehr schmutzig und wir suchten eine Feuerstelle. Der Plan im Internet stimmt nicht ganz genau.
- It would be helpful if parking at Pfadiheim (Parking 1) had sign showing direction to Holzweg Thal
- Mit S-Bahn bis Oensingen, dann wegen Anschluss gleich zu Fuss weiter, was nützt uns eine Infostelle mitten in Balsthal?
- Was mir wichtig ist: - Parkplatz (war vorhanden) - Wanderwege (der Weg vom Antennenmast auf den Passwang war kaum erkennbar) Wanderwegweiser (waren vorhanden) -
- Wir planten das Mittagessen in der Bergwirtschaft Bremgarten. Vor dem Restaurant stellten wir fest, dass das Restaurant Betriebsferien hat. - Im Vorfeld er-

kundigten wir uns unter <https://www.naturparkthal.ch/gastronomie/bergrestaurants?offer=15709> über die Öffnungszeiten. Im Nachhinein schaute ich mir auch noch die Seite der Bergwirtschaft an. Nach langem suchen, fand ich hier unter "aktuell", dass das Restaurant geschlossen ist. Mein Vorschlag: Bei den Öffnungszeiten die Betriebsferien vermerken. Wenn ich mich recht erinnere, war bei der Bergwirtschaft Alpenblick ein Hinweis auf die Bergwirtschaft Bremgarten mit den Öffnungszeiten. Auch hier kann ich mir einen Hinweis vorstellen.

- Zur Signalisation sind die Wanderwege gemeint. Zeitweise schlecht.

*Frage: Wie notwendig sind Ihrer Meinung nach folgende Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Naturpark Thal?..... Einen Event mit überregionaler Ausstrahlung schaffen. Welche Art von Event könnte das sein?*

Folgende Vorschläge wurden genannt:

- Familienevent, Grosswanderung
- Pop- und Rockkonzerte
- Tag der Natur
- Die Westernturniere, die wir in Matzendorf besuchen, sind Events mit überregionaler Ausstrahlung.
- Event bezüglich regionale Esskultur oder bäuerlicher Kultur (etwas über Viehhaltung).
- Gourmet Wanderung
- In der Art einer Authentica
- So was wie die Genusswanderung
- Tanzen für Jedefrau
- Westernreiten
- Massentourismus unbedingt meiden. Mehr spez. Gruppen ansprechen. Die Natur soll im Vordergrund bleiben. - z.B. Walking ok, Mountainbike nur an gezielten Orten. Ruhe, Rückzug in ursprünglicher Natur soll im Zentrum bleiben. Der Trumpf ist die Nähe der intakten Natur im Mittelland zu den Städten. Das andere gibt es schon – mit Hang zur Übernutzung.
- Mittelalter-Markt/ -Spiele/ Konzerte, Schlosskonzerte, Freilicht Konzerte, Setzlingsmarkt
- Nachhaltiges OpenAir
- NRHA Events Westernreiten, Wanderreiten
- Openair
- Traditionelles, Brauchtum
- Events für Menschen über 60
- Tätiges Tun an verschiedenen vergänglichen Kunstwerken, z.B. «Land / Wald-art» mit Anleitung – und Gastkünstler.

*Frage: Wie notwendig sind Ihrer Meinung nach folgende Massnahmen zur Verbesserung des touristischen Angebots im Naturpark Thal?..... Mehr Parkplätze bereitstellen. Welche Art von Event könnte das sein? Wo sollen mehr Parkplätze bereitgestellt werden?*

Die Befragten gaben folgende Hinweise:

- das ist ja die Frage :)
- Verlagern auf ÖV! ÖV - Anbindungen eher verbessern, anstatt Parkplätze zu bauen.
- Bei den Einkaufsläden.
- Beinwil: Bitte nicht im Naturpark selbst, sonst gibts noch mehr Menschen, die bis hoch zum Bergrestaurant fahren. Wenn Parkplätze, dann weiter unten im Dorf, wo dann aufs Postauto gewechselt werden kann.

- Die Parkplätze in Balsthal (Dorf) sind sehr beschränkt.
- In den Dörfern
- Naturpark Thal, Holzweg Thal
- Beim Eingang Wolfsschlucht in Herbetswil
- Ausserhalb Naturpark dann weiter mit ÖV
- Balsthal (bei Friedhof als Ausgangspunkt)
- Ganz schlechte Idee. Es sollen die Bahnen/ Busse genutzt werden
- Generell Zunahme von Parkplätzen = Zunahme von Autos
- Holzweg Thal St. Wolfgang
- P2 Langer Steg
- Wir wussten nicht wo parkieren um zur Ruine neu Falkenstein zu gelangen.
- Für den Holzweg Thal
- Klus
- Es gibt ja auch öffentliche Verkehrsmittel
- Bahnhof, Im Dorf ohne blaue Zone.
- Nicht nötig, da genug vorhanden.

*Frage: Welche Massnahmen zur Förderung des Tourismus vor Ort würden Sie vorschlagen? (z.B Massnahmen um mehr Gäste aus andern Regionen zu gewinnen oder Arbeitsplätze in der Region zu schaffen)*

Auf diese offene Frage ist eine grosse Zahl von Vorschlägen eingegangen:

- ÖV ausbauen
- Mehr Info in der Zeitung
- Das Thal und die flankierenden Juraketten sind sensationelle Wanderziele für Tagesausflüge. Als Feriendestination wird das Thal kaum in Frage kommen.
- Theater und Konzerte aller Art.
- Advertise in English in touristic internet sites, expats and family oriented groups in social networks.
- Angebot gepflegt und sauber halten. Auf der Schiene Natur und Naturerlebnis bleiben.
- Angebot in den Regional-Zeitungen der NW-Schweiz bekannt machen (Berichte, Fotos).
- Arbeitsplätze in der Region schaffen: Günstiges Gewerbe, Industrieland anbieten, Zackige, motivierte Staatsstellen, Anständiges Steuerklima, Rasche, faire Baubewilligungen.
- Auf der Autobahn beschreiben, was man alles machen kann. Nicht nur Naturpark schreiben.
- Auf Erholung hinweisen und Plätze zum Ausruhen, Entspannen im Naturpark schaffen.
- Aus aktuellem Anlass bin ich auf der Suche nach Spielplätzen für Kleinkinder im Schatten. Hier scheint es nicht viel zu geben, oder ist nicht entsprechend gekennzeichnet (aktuell habe ich ein Baby und sollte die pralle Sonne und die Hitze in diesem Sommer meiden. Gerne hätte ich Spielplätze besucht, sofern man die Möglichkeit hätte im Schatten (Wald?) zu sein. - Sehr attraktiv sind hier auch immer Wasserspielplätze. - Sobald mein Kind ein bisschen grösser ist, finde ich auch die Themen-Wanderwege für Kinder (Märchenwald usw.) super!
- Ausser dieser künstlerischen Idee mit Landart, fällt mir nur noch die Idee von sogenannten "Waldzimmern" - ein, d.h. diese erweiterten Feuerstellen mit diversen Sitz-/Spielmöglichkeiten aus Holz geschaffen.
- Ausserhalb der Region ist der Naturpark weniger bekannt, wie es mir scheint. Ich habe ihn selber nicht gekannt und einige Kollegen, die ich auf den Ort auf-

merksam gemacht habe, ebenfalls nicht. Evtl. vermehrt Werbeauftritte. Bei einem spezifischen Touristenzentrum, das Sonntags geöffnet ist fände ich den Vertrieb von regionalen Produkten schön. Etwas, das ich in den Regionen jeweils vermisse. Einen Ort an dem die regionalen Spezialitäten zusammen kommen.

- Austausch mit anderen Regionen, d.h. zu einem gemeinsamen Event einladen. Schulen mehr auf die Angebote aufmerksam machen – Werbefilm.
- Autoverkehr chaotisch, in den Orten wenig Platz für Fussgänger. ÖV besser abstimmen. Events siehe oben, vielleicht ein Wanderbüchlein mit Routen von Oensingen/Balsthal nach Waldenburg/ Hägendorf/ Weissenstein/ Solothurn etc., auch mehrtägige. Bessere Vermarktung regionaler Produkte (werden oben angesprochen, kenne ich aber gar nicht!)
- Bahn-Busverbindung vom Passwang über Balsthal nach Oensingen passt sehr schlecht.
- Berichte in Zeitschriften wie Schweizer Familie, Schweizer Illustrierte etc.
- Bessere Erschliessung öffentlicher Verkehr.
- Bessere Verkehrsmittel. An der Freundlichkeit von einigen einheimischen Bürgern arbeiten.
- Das Miteinander fördern, nicht gegeneinander ausspielen (Wanderer, Biker, Reiter etc.) - Wenn möglich keine Reitverbote, gewisse Strecken für Biker anbieten, wenn möglich keine Wanderwege teeren und möglichst viele Wege allen Naturfreunden offen lassen.
- Definitely Facebook and Instagram will help a lot.
- Den Holzweg Thal vergrössern. Z.B. dass der Holzweg das Schloss Alt Falkenstein wie auch die Ruine Neu Falkenstein einschliesst. So kann man während der Wanderung auf dem Holzweg ein Museumsbesuch im Schloss Alt Falkenstein machen und danach die Wanderung fortsetzen. Wir haben den Holzweg zuerst beendet und sind dann mit dem Auto noch zum Schloss Alt Falkenstein gefahren. Hätte der Holzweg ebenfalls am Schloss vorbei geführt, hätten wir eine längere Wanderung gemacht und das Museum während der Wanderung besucht.
- Der Naturpark soll auch ein Rückzugsgebiet sein. Je mehr Leute sie anlocken um so weniger Natur bleibt übrig.
- Die Gegend Thal noch mehr in verschiedenen Medien konkret vorstellen.
- Die Region hinter dem Passwang ist im Schwarzbubenland nicht spürbar (jedenfalls für mich nicht). Ich kenne die Region (inkl. Flyer u. Karten) nur von Ausflügen, Rg. Mümliswil etc. Also ennet dem Passwang.
- Die Übernachtungsmöglichkeiten ausbauen, resp. auch besser bewerben. Es gibt wenig Leute, die wissen, dass man im Gasthof Ochsen übernachten kann (liegt natürlich auch in der Verantwortung des Eigentümers). Eine übergreifende Buchungsplattform, wo z.B. auch Private (Air B'n'B, B'n'B) ihr Angebot schalten können. Kooperation mit Restaurants, dass sie Thaler-Produkte zum Kauf anbieten. Die meisten Leute sind ja Sonntags unterwegs, wo keine Läden geöffnet sind. Einen Laden schaffen, wo dauerhaft Thaler-Produkte zu kaufen sind, nicht nur während des Märets. Ein Label schaffen für Naturpark-Produkte.
- Die Veloroute Balsthal-Langenbruck ist gefährlich bei so viel Verkehr! Bitte Veloroute abseits von der Hauptstrasse führen.
- Dies dürfte äusserst schwierig werden. Die Leute aus der Region kennen das Thal. Viele meiner Freunde und Bekannten biken und wandern im Thal. Aber eine Tourismusdestination wird das Thal nicht. Vermutlich sollte man die Schulen besser über die Aktivitäten im Thal informieren. Für Ausflüge und Schulreisen ist das Thal geeignet.

- Eine Art Infopoint wo man selber an neuen Holzwerken basteln kann.
- Einen oder mehrere Regio-Läden an zentralen Stellen, damit insbesondere landwirtschaftliche Produkte vermarktet werden können und damit Wertschöpfung in der Region bleibt.
- Events organisieren wie Coop Wanderung
- Förderung des Tourismus nur im Rahmen der Nachhaltigkeit. Gute Qualität der Angebote und Produkte.
- Für mich muss nicht alles ausgebaut und verbessert, sprich verändert werden. Meine Freizeit verbringe ich gerne in der Natur und dies mit möglichst wenig Kommerz. Der THAL-HOLZWEG hat mich begeistert, weil er im Einklang mit der Natur steht.
- Genusswanderung
- Grössere Bekanntheit des Parks bei Zielgruppen (Wandern, Familien) z.B. Wandern.ch
- Hunde Spazierwege oder Reitwege
- Ich schätze es, wenn Altes geschützt und gepflegt wird. Manches wird aber in der Region Solothurn peinlich, weil zu wenig oder gar nicht gepflegt. Beispielsweise das Hotel Weissenstein. Dort ist auch nicht nachvollziehbar, dass die Angestellten vor dem Hotel parkieren, Gäste hingegen auf dem öffentlichen Parkplatz stehen müssen.
- Ich würde es begrüßen, dass der Basler Zubringer zum Jakobsweg nach Burgdorf als solcher mit der Jakobsmuschel ausgeschildert wäre. Dementsprechend könnte auch das Übernachtungsangebot für Pilger erweitert und bekannt gemacht werden wie z.B. das Kloster Porta Secunda oder das Kloster Beinwil.
- Ich würde wohl eher Massnahmen unterstützen, die einen sanften Tourismus begünstigen: Naturnah, umweltverträglich, lieber nicht Massentourismus. Ev. weitere Feuerstellen, separate Bikerwege, Infotafeln für Naturbesucher, originale AirB&B Unterkünfte.
- In der Stadt mehr präsentieren mit Werbung Flyer etc.
- Industrialisierung, grosser Wasserpark.
- International werben
- Ja keinen weiteren Tourismus - das Besondere ist ja eben grad dass es nicht so überlaufen ist - auch ist dies wichtig um die Natur zu erhalten.
- Kombination von Wandern, Velo und/oder E-Bike mit Kanufahren, Stand-up, Paddling auf der Aare, anbieten, evtl. auch mit Weissenstein-Gondelbahn. Wir möchten sehr gerne einen attraktiven Badestrand (Sand) für Familien an der Aare, und zwar möglichst nicht mit dem Autobahnlärm wie in Rothrist. Die Aare ist wunderschön und wird touristisch zu stark vernachlässigt.
- Massnahmen die allen gerecht werden. Mensch und Natur.
- Mehr Anlässe wie die Genusswanderung! Nur so lernt man die Produkte kennen
- Mehr Bademöglichkeiten! Z.B. ein Naturbad wie in Riehen (BS)
- Mehr Info in der Zeitung
- Mehr Kinderwagenwanderungen
- Mehr Werbung im Internet machen, auch in anderen Länder
- Mehr Werbung
- Mehrtägige Aufenthalte schmackhaft machen mit BnB/Hotels. Kinderfreundliche Ausflugsziele gestalten.
- Meiner Meinung nach wird der Tourismus im Naturpark Thal schon sehr gut gefördert.
- Mund zu Mund Propaganda ist doch die beste Werbung.

- Nachhaltiger Tourismus mit Erlebnisangeboten (Lamatrekking o.ä.). Den Alpeizen sagen, dass guter Kaffee nur aus einer Maschine oder sonst kommt, keinen Instant anbieten
- Naturpark Thal soll Projekt Wisente unterstützen. Damit kann ein attraktives Angebot geschaffen werden und der Park wird eine Pionierrolle innehaben.
- Nicht zu viel ändern, alles möglichst natürlich belassen! Es heisst doch Naturpark!
- nichts
- Etwas mehr Werbung wir sind auf den Naturpark gestossen durch Freunde
- Nous n'avons jusqu'à aujourd'hui jamais été intéressés par ce parc.
- Personnellement, j'aurais besoin de transports en commun pour me rendre sur les sommets, nous préférons descendre à pied que monter, vu notre âge
- Plakat mit unten Nebel oben Sonne und ein herrliches Bergpanorama. Darüber der Spruch: Das kannst Du in 20 Minuten haben
- Radio- und Zeitschriftenwerbung
- Radiowerbung, Events
- Rätsel Trail usw.
- Regionales Personal in den Gaststätten
- Reklamen, Inserate in regionalen Zeitungen im Kanton.
- Schweizweite Werbung in Zügen etc., Präsenz an Ferienmessen.
- Self-Serviceverkaufsstationen an neuralgischen Punkten mit Regionalen Produkten. Diese auf Website gut promoten. Als Ergänzung für die Wanderer /Picknicker.
- Social media, facebook, twitter, instagram
- Sportwerbung (zum biken z.B.) – Sportanlässe, ÖV-Anschluss vom Gäu ins Thal besser koordinieren.
- Tierpark, Kneippanlage, Tanzen am Sonntag
- Überregionale Werbung
- Verbreitete Werbung: Flyer, Logos auf Zügen, OeBB und/oder Postautos. Events organisieren und in Zeitungen publizieren.
- Vermehrt Auftritte an Gewerbeausstellungen
- Vermehrt Spielplätze schaffen.
- Weiss nicht, ob es immer noch mehr braucht.
- Werbung
- Werbung in anderen Kantonen, in Tageszeitungen oder so
- Werbung mit schönen Bildern aus dieser Region auflegen. Z.B Basel, Olten, Luzern, Sursee, Willisau, Solothurn, Bern.
- Wichtig ist, dass der Internet-Auftritt informativ und begeisternd ist. Für mich als Wanderer heisst das: Wandervorschläge verschiedener Art (lange, kurze, wildromantische, leichte, Kinderwagengängige, Rundwanderungen), vereinfachte Landschaftsdarstellung mit eingezeichneten Wanderwegen und Symbolen für Verpflegungsmöglichkeiten sowie Parkplätzen und Linien mit Haltestellen für öffentlichen Verkehr, viele schöne Bilder mit grober Ortsangabe. Biker oder Kultur-Interessierte möchten natürlich andere Informationen. Daher sind verschiedene Rubriken nötig. Die in der heutigen Homepage [www.naturparkthal.ch](http://www.naturparkthal.ch) angegebene Karte wirkt überladen, ist etwas kompliziert in der Anwendung und bezüglich Verpflegungsmöglichkeiten unvollständig. Wichtig ist auch, dass die Seite gefunden wird.



*Frage: Kennen Sie den Juraweg Thal? Falls ja, was fällt Ihnen dazu spontan ein?*

Dazu sind folgende Antworten eingegangen:

- Beizentour
- Einmal diesen Weg zu gehen
- Es ist ein toller Weg
- Heimat
- Holzweg Thal
- Intakte Natur mit der Ursprünglichkeit des Jura. Wunderbare Blumenweiden und natürlich die Trockenmauern. Ich habe mich schon gefragt, ob die Tiere im NP noch genügend Ruhe haben, wenn zu aktive/schnelle Sportarten Einzug halten. Auch das Klettern gehört für mich dazu.
- Ja / sehr gute Sache
- Ja, schöne Aussicht, toller Wanderweg
- Ja, sehr schöne und abwechslungsreiche Landschaft mit hervorragender Aussicht. Fehlende Rastmöglichkeiten und Schattenplätze, teilweise bessere Beschilderung wünschenswert.
- Passwang Pass. Mann könnte eine geführte Pilzentour organisieren.
- schön
- schöne Aussicht
- Schöne Landschaft, schöne Aussicht, Natur pur
- Sehr informativ und genussvoll
- Sehr schön gelegen, klein aber fein!
- Sehr schöne Landschaft
- Wir kennen verschiedene Wanderrouten
- Wunderschön im Herbst

*Frage: Haben Sie den Kreisel an der Thalbrücke bemerkt? Falls ja, was fällt Ihnen dazu spontan ein?*

Diejenigen die den Kreisel kennen, gaben folgende Statements dazu ab:

- Bahnhof Kiosk Central
- Bankomat daneben - Willkommensschild
- Bei der westlichen Ausfahrt ist die Informationsstelle Naturpark Thal
- Beschriftung Naturpark Thal
- Bildschirm
- Dass er zwei Spuren hat, eine ins Thal, eine Richtung Dorf
- Der Kreisel in Balsthal - Richtung Thal - ist unübersehbar! Für das Lesen der Werbetafeln bleibt einem Fahrzeuglenker in den wenigsten Fällen die Zeit. Den anderen Fahrgästen bleibt eine bessere Übersicht.
- Der schönste Kreisel weit und breit. Mehr davon! Die Möglichkeit auf den grossen Bildschirmen immer mal etwas anderes zu zeigen, wird nicht bzw. nicht genug genutzt. Wenn man oft / täglich daran vorbeifährt, schaut man nach einigen Monaten gar nicht mehr hin. Es sei denn, dass Motiv wechselt mal...
- Die Beschriftung fand ich überflüssig.
- Die immer wieder wechselnden schönen Bilder
- er ist doppelspurig
- Es hat einen Monitor, oder es sieht aus wie ein Monitor mit einem Bild
- Für Fussgänger nicht geeignet. Eng und stark befahren.
- Gefährlich da Autofahrer und Velofahrer abgelenkt werden
- Geht so
- Grosser Fernseher

- Grösser kann man es nicht mehr anschreiben :-). Man weiss nun vom Naturpark was genau angeboten wird, das wissen vermutlich trotzdem nur wenige.
- Gut
- Hässlich
- Ich kenne ihn. Ist nicht gerade am Weg, wenn man vom Bahnhof Balsthal los geht, oder zu Fuss von Oensingen kommt.
- Ist zu den Stosszeiten des Pendlerverkehrs immer überlastet
- Ja er ist sehr schön gemacht und macht gute Werbung für den Naturpark
- Ja, doch meistens ist man auf den Verkehr konzentriert und steigt nicht aus
- Ja, gut dass die Region an dieser Stelle präsent ist, aber ist der Bildschirm wirklich notwendig?
- Ja, gut sichtbar
- Ja, habe mich gefragt wofür dies steht
- Ja, ist mir aufgefallen. Bezweifle allerdings den Nutzen der Screens. Wenn man am Autofahren ist, hat man keine Zeit sich auf die Bilder zu konzentrieren. Eine Tafel oder Skulptur, die den Eingang in den Naturpark Thal signalisiert, erfüllt seinen Zweck auch.
- Ja, Kreisel mit Charisma
- Ja, sehr originell mit den dauernd ändernden Fotos aus der Gegend - gute Werbung!
- Ja. Er war glaube ich hoch. So dass wir den Wegweiser nach Solothurn erst kurz vor der Ausfahrt gesehen haben. :-)
- Ja. Gefällt mir
- Ja. Hübsche Bilder, aber wieso mit Beton und Bildschirmen für einen NATURpark werben leuchtet mir nicht ganz ein.
- Ja. Sehr gut sichtbar.
- Logo
- Man weiss nicht so recht ob es ein Kreisel ist und was er darstellen will
- Man wird auf eine angenehme/interessante Art auf den Naturpark aufmerksam gemacht. Es ist wie das Tor zum.....Naturpark
- Prominente Werbung!
- Raiffeisen Werbung: Äh Naturpark im Thal
- Reklame Naturpark Jura
- Schön informativ
- Schöne Naturbilder. Lenkt von der Umgebung (Gleis, Bahnhof Thalbrücke) ab
- Sehr guter Empfang. Macht Lust auf mehr. Wirkt kompetent und Zeitnah.
- Sehr originell
- Thalstation
- Überraschend
- Ufo. Ist meiner Meinung kein positives Ausshängeschild!
- Verschiedene Naturbilder
- Wechselnde Fotos
- Werbung
- Wirbt für den Naturpark Thal

## 4. Liste mit Bemerkungen zu Handen Kanton Solothurn Tourismus

Alle mit dem Onlinefragebogen Befragten hatten die Möglichkeit Bemerkungen anzufügen.

Region Solothurn/Grenchen

- Mon épouse adore les histoires et L'Histoire...! - Moi, par contra, je suis friand d'une "petite histoire" et visite "large" du la Cité qui m'accueille... - A vos guides de "raccourcir un tout petit peu L'histoire" pour "voir" un peut plus ! je suis resté - affamé de votre splendide Cité...!! MAIS, vos guides font un travail formidable !!! - Je sais, que ce difficile de contenter touts ceux qui voyagent... -
- Add italian language into museum
- Bessere Beschilderung von der Altstadt zur Verenaschlucht
- Bitte um besser ersichtliche Tafel (nicht so klein geschrieben) dass der Besuch des Kirchturmes Kostenpflichtig ist. - Oder bereits beim Turmeingang Eintritt verlangen!!!! - Wir wurden etwas überrascht als wir nach den fielen Treppen oben angekommen waren und uns ein netter Herr um Eintritt für die wunderschöne Aussicht bat und dabei sagte, dies würde unten beim Eingang stehen. Klein steht es da!!!! und wenn noch Leute davor stehen sieht man es nicht, das war etwas enttäuschend!
- Gibt es eine Bikekarte für den Kanton Solothurn?
- Veraenderungen an den Unterdachzimmern des Jugendherberges in Solothurn durchzufuehren. Es ist unmoeglich in deren Zimmern zu schlafen (zu Hohe Temperatur, ist das gesetzlich in Ordnung?).
- Mehr Aktivität auf Sozialen Medien, wie andere Schweizer Städte/Ortschaften sowie Zusammenarbeit mit Influenzern. - - KuFa Kofmel und Hotel Weissenstein sind bereits auf Instagram vertreten.
- Soleure est une très belle ville, en bon état et propre. Nous la connaissons déjà auparavant, mais elle mérite plus d'attention et est malheureusement peu connue en Suisse romande, et surtout qu'elle n'en est pas éloignée. - L'offre pour la ville et le canton est bien documentée et l'office du tourisme est très bien situé dans la ville de Soleure.
- Aareschiffe während Herbstferien vor allem bei so schönem Wetter auch unter der Woche fahren lassen.
- Ich bin im Kanton Solothurn sehr gerne wandernd unterwegs. Die Wanderwege sind gut beschildert. Die Region Thal ist vorbildlich, was Tourismuswerbung angeht, ebenso der Solothurner Wald.
- Am Donnerstag, 3.8. haben mein Mann und ich mit 5 Grosskindern einen Ausflug mit dem Zug und der Gondelbahn - auf den Weissenstein gemacht. Dort haben wir in einem Restaurant zu Mittag gegessen. Wir haben also Geld gebraucht im Kanton Solothurn. Die Grosskinder und wir haben diesen Ausflug genossen!
- Der Wanderweg von der Verenaschlucht hoch zum Weissenstein ist nicht klar gekennzeichnet. Irgendwo bei Rüttenen im Wald haben wir wohl die falsche Abzweigung genommen und die Wanderung dauerte ca. 1h länger. -
- Die Stadt Solothurn hat sich sehr zum Schönen entwickelt. - Mein Mann ist Äthiopier; wir sind überhaupt ein ganz unterschiedliches Paar. Die Solothurner Bevölkerung - ist offen, liebenswürdig, hilfsbereit und herzlich zu allen Gästen.

- Immer Parkierungsmöglichkeiten gewährleisten. Autofahrer sind die besten Konsumenten.
- it would be nice to have information also in english / french in places such as Verena Gorge and Hermitage. Thank you
- keine
- Sie verfügen m.E. über sehr gutes Infomaterial. Wir erhielten im Schloss Waldegg ungefragt entspr. Prospekte über Museen etc., nachdem die Mitarbeiterin im Gespräch mit uns entdeckt hat, dass wir uns für solche Sachen interessieren. Auch erhielt ich schon mal in einem Restaurant in Balsthal tolle Prospekte über das Thal. - Ebenso sind Wanderwege sehr gut markiert. Ich wohnte früher im Kanton Zug: erstaunlich wie dort das schöne Gebiet SO unbekannt ist, ev. kennt man dort gerade noch den Weissenstein. Als GA-Besitzer freut mich natürlich der gute OEV. Und die neue Weissensteinbahn ist sowieso ein Highlight.
- Lager mit Brennholz bei den offiziellen Grillstellen bereit halten
- Ausbau des ÖV
- Bei grossen Besucheransturm bei der Bergbahn in Oberdorf professionellere Information. Zb.:die Parkplätze waren mit "frei" markiert - aber mit Fahrverbot belegt oder randvoll. Ein Parkplatzeinweiser sagte uns, dass die Wartezeit 1 Stunde betrage, wir waren aber gottseidank nach 20 Minuten in der Bahn! Funkgeräte verteilen (kosten nicht alle Welt!)? Sind nur kleine Verbesserungen, bringen aber viel. -
- Bessere Wandervorschläge
- Das Hotel auf dem Weissenstein hat eine wunderschöne Lage. - Wir haben uns sehr auf das Mittagessen dort gefreut. - Schlussendlich muss ich feststellen, dass das Essen mittelmässig war ( das panierte Schnitzel hatte eine fetttriefende Panade, der Flammenkuchen sah zwar schön aus, war aber geschmacklich sehr fade. Immerhin war der Falmmkuchen mit Lachs grosszügig belegt) - und vor allem täte es den Räumlichkeiten gut saniert zu werden. Es wirkt schuddelig und heruntergekommen und die vielen Fliegen schein sich dort sehr wohl zu fühlen. - - Ich werde kein zweites Mal dort essen gehen, höchstens die schöne Terasse geniessen und etwas trinken.
- ich bewege mich vor allem im Bereich Stadt Solothurn und Umgebung, und da bin ich voll zufrieden mit dem Angebot.
- Keine Bemerkungen. - - (Meine Frau und ich unternahmen einen Ausflug auf den Weissenstein. Wir lösten einen Bon für 1 freie Fahrt mit der Seilbahn ein. Und da ist noch der Schlager (Hoch auf dem Weissenstein..., der uns für den Ausflug animierte. Vor Heimfahrt Besuch der Altstadt Solothurn.)
- Leider konnte ich die Fragen nicht ganz korrekt beantworten, da ich im Kt. Solothurn Wochenaufenthalterin bin (der Rest der Familie aber nicht) und es kein Feld gab, um dies anzugeben.
- Parkplatz für Verenaschlucht ist im Internet nur bei der Kirche St. Niklaus vermerkt. (Parken verboten) - Unmittelbar beim Einstieg zur Schlucht hatte es genügend Parkplätze.
- Ruhebänkli fehlen - Bei den Feuerstellen zu wenig Sitzmöglichkeiten
- Seilbahn Weissenstein: - Wie viel ein Billet für ein Kind mit Juniorkarte kostet, ist auf der HomePage unklar. Besser wäre wenn stehen würde: Juniorenkarte gültig
- Keine Bemerkungen

- Tourismus Solothurn war für mich bis anhin kaum bemerkbar.
- Einschränkung für E-Bikes auf Bergstrecken (Gefahr für Wanderer)
- Gerne autofreie Zonen. Fahrverbot auf dem Weissenstein.
- Gerne viel Naturnahes und ökologisch gut Vertretbares, dann bin ich gerne dabei.
- Uhuru fägt, isch gsund u git e gueti Luune
- Ayant parcouru plusieurs chemins de randonnée, certains ne sont pas bien entretenus. Entre autre le "Gitziwägli" lorsque l'on monte sur le Weissenstein et également lorsque l'on descend depuis Röthi, via Stiegenlos sur Oberdorf... certains passages sont encombrés, avec orties, etc... - Je suis consciente qu'il est difficile de répondre, resp. de satisfaire toutes les demandes, mais des chemins de randonnée bien entretenus donnent une meilleure image de la région, etc. - - Je trouve très sympathique de pouvoir remplir ce questionnaire en français, mais la qualité des textes/questions/réponses laisse quelque peu à désirer, il y a passablement de fautes d'orthographe, etc...
- Das Geocaching wird in der Schweiz von sehr vielen Einzelpersonen, so wie von Familien betrieben. Man schätzt etwa 50 - 60'000.
- Der Plan an der Gondelstation zum Wandern ist sehr schlecht beschildert. - Grüss Sandra Gut
- Ihre Kathedrale ist sehr schön, die Stadt hat ein gemütliches flair.
- Kunstwege in anderen Regionen des Kantons(vergleichbar Ausstellung im "Thal")
- Agglomeration Grenchen- Bucheggberg für Auswärtige besser vermarkten. - Schlafgelegenheiten für Radtouristen entlang der Velostrecken auflegen.
- Für jedes Budget und Familiengrösse die Preise anpassen, - Eine Familie mit 2 Kindern die am Existenzminimum sind können sich eine Fahrt zum Weissenstein nicht leisten.
- Habe keine, der Coole Ouvertanlass ist super, je nach dem kaufe ich auch noch andere Sachen als die Verpflegung, wir sind schon das 5x dabei. Danke
- Have more bars open in smaller towns (i.e. Grenchen), with local and craft food, more gastronomic options
- Ich bin momentan an der FHNW in Olten. Die Teilnehmenden kommen am Morgen in die Schule und nehmen abends den erstmöglichen Zug zurück nach Hause. Sicher auch, weil viele privat wie beruflich eingespannt sind. Allenfalls könnte dort noch einen Zacken zugelegt werden in Sachen Angebote, Attraktivität etc. (???). -
- Mehr Gutscheine
- Naturbad Breitenbach ist wunderschön! - ein letzter Zipfel Kanton Solothurn neben Aareschwimmbad
- Restaurants Inder Stadt Solothurn sind relativ teuer, fast top teuer wie in Zürich - - Abgraserei, z.T. unfreundliche Bedienung
- Da ich sechs Jahre die Schule in Grenchen besuchte, später ein Jahr in Solothurn lebte, und meine Familie heute noch dort zu Hause ist, kehre ich regelmässig heim.
- Aus meiner Sicht, wäre es nicht schlecht, wenn der Gast in Solothurn selbst sich als Gast fühlen kann. - Anlässlich meiner Erfahrungen, sind die Restaurants sehr auf die Zeit bedacht.

- Da wir nicht sehr häufig im Jura unterwegs sind, können wir uns diesbezüglich nicht äussern.
- Durch die höfliche Befragung, wurde ich angeregt wieder tiefer über unsere schöne Heimat nachzudenken. Danke. - Das Gute liegt vor der Tür!
- Keller der Solothurner Altstadt für Besuche öffnen (soll ein wichtiges noch unentdecktes Kulturgut sein) - - Nachhaltigen Tourismus fördern, Landschaft/Natur erhalten, keine unnötige/übermässige Bauten/Infrastruktur (z.B. Erweiterung Kurhaus Weissenstein..) -
- Schade gibt es nicht schon eine Busverbindung vor 9h auf den Grenchenberg
- War sehr schön bei Euch sehr freundlich bedient worden. Habe mich als Gast gefühlt. Kompliment der Gastwirtschaft
- Aktivitäten bei der Aareschiffahrt, mit einem wöchentlichen Abendkurs in den Sommermonaten - (z.B. Solothurn-Büren a / A. retour) - Wäre auch bei der Bergbahn Weissenstein möglich?
- Noch etwas Behindertenfreundlicher werden
- Leider gibt es vielerorts noch keine markierten Parkfelder für Motorräder, beispielsweise beim Baseltor Solothurn. Streng genommen stellt man es illegal irgendwo da halt ab. Zum Glück wird das auch toleriert. Mich würde eine Überarbeitung einer zentralen Konzert- und Veranstaltungskalenders sehr freuen – mit Funktion, sich über ausgewählte Genres (beispielsweise Klassische Konzerte in der Region) per Newsletter informieren zu lassen. Oder sogar eine App (oder gibt es so etwas schon?) zu allen Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten der Region, des Kantons.
- alles in Bester Ordnung
- Da ich Österreicher bin und seit über 40 Jahren in der Branche arbeite möchte ich sagen es sollte mehr fachpersonal geben und die Freundlichkeit der Österreicher lernen ,da wird in der Berufsschule schon viel wert darauf gelegt , und keinem nicht gelernten das Wirtepatent geben .
- Da wir sehr viele Verwandte und Bekannte im Kanton haben, sind wir mindestens 3 bis 4 mal jährlich in der Gegend.
- Mehr Werbung für das Velodrome Grenchen
- Wir wurden positiv von der Schweizer Gast- Freundlichkeit überrascht ... bitte beibehalten !!
- Zur Zeit keine
- Alles gut. Man braucht den Tourismus nicht zu überladen. Es hat genügend Angebote für jeden etwas.
- Da mich meine Besuche im Kanton Solothurn vorwiegend nach Grenchen führen (Verwandte) fällt mir in Grenchen auf, dass sehr viele Geschäfte geschlossen wurden und man gezwungen ist, nach Solothurn oder Biel zu fahren. - Auch würde ein zusätzliches Kaffee mit Kaffeehausatmosphäre gut tun. - Grünfläche auf dem Marktplatz würde zum Verweilen einladen.
- Die Bahn auf den Weissenstein ist für uns als Familie unerschwinglich, jedenfalls für das, was geboten wird. Uns fehlt dort ein grosser Spielplatz oder ein "kinder-erlebnis-weg"...
- Die Storchenfarm Altre müsste unterstützt werden, denn mir hat ein Club Mitglied erzählt, dass sie fast pleite wären und neue Club- Mitglieder sehr begrüßen würden.
- Originelle Stadtrundfahrten- resp. -rundgänge publizieren und bekanntmachen

- Que les plongeurs soient à nouveau tolérés à Altreu!
- Wandervorschläge mit irgendwelchem Höhepunkt (Schloss, Burg, Tierpark, usw..)
- danke, weiter so!
- Das hab ich mir noch nicht überlegt. Keine Ahnung.
- Ich wohne im Kt. SO und bin oft wandernderweise im Jura unterwegs. Ich finde, das Angebot im Kt. SO ist vorhanden und vor allem vielfältig; man muss es nur benützen.
- Weg zum Weissenstein sicherer machen. Ist ja fast Bergsteigen
- Wir finden es gut, dass es für Schwerbehinderte und deren Begleitung sowie für Rentner gewisse Ermäßigungen bei den Eintrittsgeldern gibt. Da wir sonst in Deutschland leben, können wir uns einen längeren Aufenthalt nur bei meiner schweizer Schwiegermutter leisten. Ansonsten wären längere Aufenthalte hier und in der übrigen Schweiz für uns nicht bezahlbar und wir könnten die Schweiz leider nicht mehr besuchen.
- Wo wird Werbung gemacht? Kann man in einem andern Kanton ein Plakat über den Kt. Solothurn sehen?

#### *Region Olten*

- Das Oltenair ist super, mehr Werbung dafür machen und noch grösser aufziehen...!
- Die Landschaft des Faltenjuras mit Schrägluftbildern (Drohnen) vermarkten.
- Ich kann die touristischen Aktivitäten primär für die Stadt Olten beurteilen und muss sagen, dass die Stadt unter Berücksichtigung ihrer Größe erstaunlich viel zu bieten hat (viele Restaurants, Bars, Konzerte, Lesungen etc.).
- Il y a beaucoup de fautes d'orthographe dans votre sondage :-)
- Kann leider noch nicht Stellung dazu nehmen.
- mehr Parkplätze
- Sportangebot ist überragend
- Wir schlagen vor, dass im Kanton Solothurn Foxtrails angeboten werden, da man so die Städte und die Umgebung besser kennenlernt.
- Was ich sehr spannend fand war mal die Tour unter der Aare durch - "Dücker" hiess es damals - auch Top
- Ich war lediglich nur 1h in Olten und als Zeitvertreib ging ich lädelen :).
- Den SBB Mittelpunkt von Olten bewerben, mehr auf jung machen.
- Historische Touren (z.B. Winkelried, Schloss Froburg) mit Schauspielern welche dies in Szene setzten. Habe ich in Schottland gesehen. - War absolut toll und unvergesslich.
- Service Gastro in Solothurn sehr freundlich und gut, Sauberkeit muss hoch gehalten werden, Verkehrsberuhigungsmassnahmen immer wieder anpassen, Beschilderungen ok.
- Unterwegs sahen wir ein Naturbad, das sah toll aus. Von denen sollte es noch mehr geben. Und gute /sichere Velowege sind Gold wert. Wer umweltfreundlich per Velo anreist, sollte bei der Übernachtung eine Vergünstigung kriegen.
- Verbilligung oder gratis Oeff. Verkehr
- Kampagne starten, Olten bez. Solothurn hat keinen schlechten Ruf als Tourismusort, sondern noch schlimmer: gar keinen Ruf (ausserhalb von Solothurn)

- Sorry, bin in SG aufgewachsen und lebe nun seit ca. 13 Jahre in ZH. Von Solothurn weiss ich nur, dass das Wappen einer Schiessfahne ähnelt.
- War einmal in der Verena Schlucht und kam von einer anderen Seite. Bin da ziemlich lange herumgeirrt, bis ich die Einsiedelei gefunden habe. Zu Beginn war alles gut beschrieben, dann im Wald, lauter Abzweigungen und nirgends - ein Wegweiser oder ein Hinweis auf die Einsiedelei . Zwar überall Schilder für die Velofahrer aber keine für die Wanderer.
- Bessere Beschriftung zur Teufelsschlucht , ab Langenbruck
- Bitte Online alle Destinationen aufzeigen mit Attraktionen für Familien (separat indoor und outdoor) aber auch Restaurants für Familien mit Bildern von deren Spielplätzen.
- Der Grund unseres Besuch (und auch weiterer Besuche) des Kantons Solothurn ist unser Hobby Geocaching
- Die Druckbaren PDF-Dokus für Wanderungen auf der Website von Olten Tourismus sind hervorragend. - - Siehe z.B.: - <http://www.oltentourismus.ch/de/kultur-freizeit/natur/wanderungen/olten-schoenenwerd.html>
- Die Stadt Solothurn ist in Ordnung, das Potential ist nicht ausgeschöpft. Es muss mehr getan werden. Olten hat ein Problem. Aber das ist bekannt. Eine Stadt ohne Flair. Drogensüchtige und Alkoholiker hängen seit 30 Jahren bei der Kirche rum, Mitten im Zentrum. In Olten werden die falschen Entscheidungen getroffen. Schade. Es gäbe viel zu ändern. Olten ist enttäuschend. Olten und Aarau kooperieren sehr schlecht zusammen.... blöder Kantönligeist. Das Potential wäre enorm....aber eben....die falschen Leute haben das Sagen.
- Es ist wichtig, das Regionen touristisch erschlossen werden, wobei dies meines Erachtens mit grosser Achtsamkeit geschehen sollte. Ich bin im aargauischen Seetal gross geworden und habe in den letzten Jahren miterlebt, wie diese Region an Wochenenden und in der Sommerzeit kollabiert... und trotzdem wird sie touristisch beworben und beworben...und stets die gleichen Sehenswürdigkeiten und Radwege. Ich denke, dass es sich lohnen würde, abseits der grossen Wege neue Gebiete zu erschliessen, sanft und die Natur respektierend.
- Es wäre toll etwas anzubieten, was man auch bei schlechtem Wetter machen könnte. Evtl auch etwas indoor.
- Gerne mehr Historische Märkte, Museen und Parks zu historischen Themen.
- Gute ÖV-Verbindungen am Wochenende
- Ich war nicht wirklich Tourist, ich wohne zurzeit im Aargau wegen meinem Studium und komme am Wochenende zurück, um mit Freunden und Familie etwas zu unternehmen.
- Ich wohne in Gretzenbach und würde mich über Buechli mit den schönsten Wandertipps in meiner Nähe freuen
- keine
- Mehr Reklamen über Schiff-fahrt Solothurn- Biel - - bessere Wandervorschläge - ohne Reklamen - - -
- Nichts
- Nie mam uwag wszystko mi się bardzo podoba i chętnie polecę znajomym
- Non aucun mais je suis ravi que les O.T. subsistent, pourvu que cela dure!!!!
- Skulpturenweg
- Verschönerung des Ländiweges in Olten.



- Wichtig ist es, dass die touristisch genutzten Gebiete und Lokalitäten genügend Unterstützung in personeller und finanzieller Art erhalten, um eine gewisse Nachhaltigkeit zu gewährleisten.
- z.T. ist die Beschilderung sowie Informationsbeschaffung der "Sehenswürdigkeiten" etwas spärlich.

### *Schwarzbubenland*

- Da ich JA in der Nähe des Schwarzbubenlandes wohne, PLZ 4106 bin ich eigentlich nicht Tourist im - herkömmlichen Sinne.
- Das Schwarzbubenland gehört zwar politisch zum Kanton SO; für uns aber (Wohnort Binningen Nähe Basel) ist im Dreiland "alles etwa gleich"; wir sind es gewohnt, z.B. nach Mariastein oder Flüh oder Rodersdorf wandern oder essen zu gehen
- Durchgehende Busverbindungen über Kantonsgrenzen hinweg.
- Im moment sehr gut.
- Keine Ahnung!
- Information von spez. Anlässe und Aktionen via e-mail
- Angebot für Mountainbike ausbauen
- bauen Sie mehr sichere Velowege,
- Ich kenne mich sehr gut in Dornach, Gempen und Hochwald. Das Landschaft Gebiet und das Wald in diese Region sind wunderschön. Die Ansicht an Gempenturm machte mir neugierig, in Zukunft werde ich mehr über Kanton Solothurn kennen lernen.
- Ruine Dorneck -
- Alle Angebote sollten mit der jeweiligen Region kantonsübergreifend abgestimmt und koordiniert werden.
- Habe ich nicht
- Unsere Seite des Passwangs den Leuten näher zu bringen
- Ich finde es schön, die Attraktivität des Kantons Solothurn zu steigern. Solothurn wird leider nie das Niveau eines Touristen-Kantons erlangen. Die Stadt Solothurn mit den zahlreichen Attraktionen oder der Weissenstein als Ausflugsdestination sind absolute Highlights - da lohnt sich eine intensivere Vermarktung sicher.
- keine
- leider zur Zeit nichts

### *Naturpark Thal*

- None, it was beautiful as it is
- Siehe Kommentar Arbeitsplätze - Uhrenindustrie "anbieten" sei Es historisch oder heutige Zeit - Juralandschaft samt Geologie Und Wanderungen hervorheben
- Umfahrung Klus vorantreiben
- Wellness Hotel auf dem Allerheiligenberg. Oder etwas anthroposophisches. Seilbahn von Olten auf den AHB . "Mein Haus" zurück erobern und ein Haus der Stille anbieten. - Würde der Allerheiligenberg in Solothurn stehen, würde der Kanton und das Volk sich besser kümmern! Aktuell herrscht Totschweigen, die Gebäude stehen leer und die intensive Geschichte, (Lungensanatorium, TBC) die sehr vielen Menschen im Kanton damals Heilung brachte, gerät lang-

sam in Vergessenheit...Wenn es sie interessiert, ich hätte viel Material und viel zu erzählen!

- Spielplätze in der Stadt Solothurn sind in einem schlechten Zustand oder praktisch nicht vorhanden.
- Familienpreise
- Reit- und Springwege für Reiter,
- Vergessen sie Gewinnoptimierung und maximal Profit. Massentourismus schadet der Sache. Achten sie unbedingt auf Nachhaltigkeit und Qualität, nach dem Motto "klein aber fein"
- Der Kanton Solothurn ist sehr schön, aber sehr wenig präsent. Es müsste viel mehr Werbung gemacht werden.
- leider keine Anregungen, da ich leider beruflich dort war
- Wie kennen die Gegend kaum, deshalb können wir den Ist-Zustand schlecht beurteilen. Deshalb viele "Weiss nicht"-Antworten.
- Wir haben den Naturpark Thal nicht besucht sondern waren den ganzen Tag nur an der Reitveranstaltung in Matzendorf.
- Keine.
- Bzgl. Wanderer/ Biker: Bitte wenn möglich getrennt halten. Am Wandern schätze ich besonders, wenn ich nur auf den Weg und die Natur achten muss, mit Bikern kann es heikel werden. Es gibt solche und solche.
- Der Weissenstein und Balmberg sind geeignet für Downhillstrecken oder Endurotouren (Bike). Mit der Bergbahn Weissenstein und dem Zug sind die Voraussetzungen gut, um Angebote (Bikeshop in Gänsbrunn) und Routen durch das ganze Thal zu realisieren. Die Wege am hinteren Weissenstein sind teilweise sehr verwildert und wenig begangen. Mit einem entsprechenden Angebot lassen sich sicher Tagestouristen aus Basel und Zürich oder Leute für über Nacht anlocken. Man weiss ja, dass Biker gerne etwas Geld liegen lassen.
- Für den Naturpark Thal ist es wünschenswert, wenn es eine zusammengefasste Übersicht aller Aktivitäten auch in Papierform gäbe.
- keine
- nach der befragung im busli auf den brunnersberg bekamen wir ein präsent waffeln von leisi. - mein vorschlag wäre etwas aus dem thal abgeben. kl fl. rapsöl oder dinkelteigwaren.
- Velotransport mit dem Naturpark Bus.
- Wenn man mit dem Postauto von Zwingen über den Passwang nach Basthal fährt sieht man immer den kleine Bus weg fahren nach Tannmatt, da könnte man doch 5 Minuten warten, der Bus hat ja keinen Anschluss Wichtigkeit. - Den Bus auf den Oensinger Roggen haben wir schon vielmal benutzt, dadurch haben wir halt im Restaurant auf dem Roggen gegessen und eine Wanderung gemacht, statt auf der Tannmatt.
- Frage: Wären die Tourismusverantwortlichen evtl. auch bereit, in der Passwang/Schwarzbubenland - Gegend, einen Familienfreundlichen Rund - Wanderweg mit Spiel- und Grillplatz, zu helfen organisieren/einrichten? Bspw. bei uns beim Kloster Beinwil würde sich so was einrichten lassen.
- Gastronomie: - - Kombination aus sehr guter Qualität und normale Preisen ist verlangt (nicht überzogen). - Innovatives fehlt: z.B. analog zu Tibits in Basel / Bern - Uriges ist gefragt: z.B. Gasthaus mit offenen Feuer, trad. Livemusik, siehe Restaurant Bluemlismatt

- keine
- Mehr Events
- öffentlicher verkehr besser promoten. nähe zu basel, solothurn, bern, biel promoten.
- Spielplätze sind viel zu wenige
- Im öffentlichen Wochenblatt - via Region Schwarzbubenland/Laufenthal besser bekannt machen. - Evtl. über Regional-fernsehen. - Oder noch besser mit Reklame-tafeln am Strassenrand. -
- keine
- Biker auf den Wanderwegen und Wanderstrassen nerven meistens !
- Die Region Thal ist bei uns im Schwarzbubenland kaum spürbar. Ich muss aber anmerken, dass ich auch nicht gerade danach suche. Für Kurzausflüge ist es für uns schon zu weit weg.
- Eine bessere Zusammenarbeit der Tourismusstellen innerhalb des Kantons. Solothurn ist ja kein so grosser Kanton, dennoch habe ich das Gefühl, dass ich mir die Infos mühsam zusammensuchen muss. Ich denke, das wäre auch für ausserkantonale Besucher sinnvoll, wenn man auf eine Hauptseite gelangt und man von dort aus weitergeführt wird - je nach dem, was man sucht.
- Eine Wanderbroschüre südlich von Grenchen, Grenchnerberg bis Unterhauenstein, Olten - nach Nord Moutier , Delémont bis Liestal, Gelterkinden. - Mit Informationen ÖV Haltestellen, Bergrestaurants, Übernachtungs-Möglichkeiten Aussichtspunkte und Sehenswürdigkeiten. - Mit Wandertipps zum Beispiel: Breitenbach, Meltingen, Gilgenberg, Vogelberg, Passwang, Mümliswil
- Informationen über Pilzen.
- schwierige Aufgabe. good luck!
- Wanderwege sollten vermehrt überprüft und besser beschildert werden, habe mich wegen fehlender Schilder ab und zu verlaufen. -
- Erlebnis auf dem Wasser-Fluss
-



# Abkürzungsverzeichnis

■ ARE	Bundesamt für Raumentwicklung
■ BFS	Bundesamt für Statistik
■ BIP	Bruttoinlandprodukt
■ BL	Basel-Landschaft, Baselland
■ BS	Basel-Stadt, Baselstadt
■ BWS	Bruttowertschöpfung
■ BZ	Betriebszählung
■ E	Einwohner/in
■ ESG	Europäisches System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen
■ HESTA	Beherbergungsstatistik BFS
■ KST	Kanton Solothurn Tourismus
■ LSE	Schweizerische Lohnstrukturerhebung
■ NOGA	Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige (BFS)
■ ÖV	Öffentlicher Verkehr
■ STATENT	Statistik der Unternehmensstruktur
■ TL	Touristische Leistungsträger
■ TMS	Tourismusmonitor Schweiz, Befragung von Schweiz Tourismus
■ VGR	Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
■ VZÄ	Vollzeitäquivalente Beschäftigung

# Literatur

Rütter + Partner (2010): Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Solothurn.