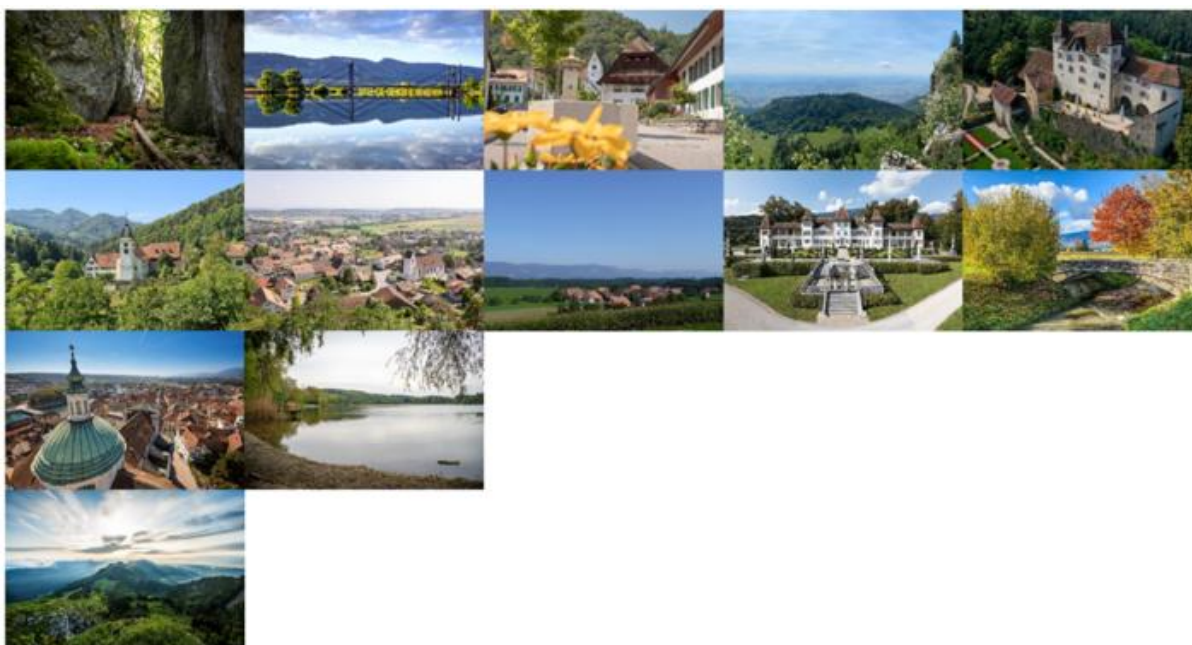


Touristische Wertschöpfungsstudie Kanton Solothurn im Jahr 2025

Schlussbericht
Juli 2026



Projektteam EBP

Beat Burri (Projektleiter)
Dr. Oliver Hoff
Maria Sägesser
Tonio Schwehr
Niklaus Strittmatter
Martina Vicari
Luzia Dasen
Befragungsteam EBP

EBP Schweiz AG
Mühlebachstrasse 11
8032 Zürich
Schweiz
Telefon +41 44 395 16 16
info@ebp.ch
www.ebp.ch

Projektteam Kanton Solothurn Tourismus

Stefan Ulrich (Geschäftsstellenleiter)
Walter Straumann (Präsident)
Bernhard Christen
Benedikt Fluri

Zitiervorschlag

EBP (2026): Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Solothurn 2025, Zürich/Olten: EBP, Kanton Solothurn Tourismus.



*Die Gästebefragung zu dieser Studie und die Vorstudie zur Gästekarte wurden unterstützt von der **NRP des Kantons Solothurn**.*

Inhaltsverzeichnis

1.	Zusammenfassung	4
2.	Ausgangslage, Ziele und methodische Zusammenfassung	7
2.1	Ausgangslage	7
2.2	Ziele der Wertschöpfungsstudie zum Tourismus 2025	7
2.3	Methodik: Überblick	8
3.	Ergebnisse Touristische Wertschöpfungsstudie	12
3.1	Fact Sheet pro Tourismusregion	12
3.2	Wirtschaftsstruktur	20
3.3	Touristische Nachfrage	22
3.4	Direkte und indirekte Wirkungen	29
3.5	Vergleiche zu den Studien 2008 und 2017	33
3.6	Vergleiche mit anderen Kantonen und Tourismusgebieten	41
4.	Ergebnisse Fokusthemen (NRP-Förderung)	43
4.1	Gästeaktivitäten	43
4.2	Nachhaltiger Tourismus	46
4.3	Geschäftstourismus	47
4.4	Separate Vorstudie «Gästekarte Kanton Solothurn»	48
5.	Fazit und Handlungsempfehlungen	52

Anhang

A1	Methodik
A2	Literaturverzeichnis
A3	Abbildungsverzeichnis
A4	Bericht zur Vorstudie Kantonale Gästekarte

1. Zusammenfassung

Der Kanton Solothurn verbindet historische Städte und Ortsbilder, die vielseitige Natur- und Erholungslandschaft des Juras, die Aare sowie ein breites Kultur-, Gastronomie- und Freizeitangebot. Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



6.4 Mio. Gästefrequenzen

Der Kanton Solothurn verzeichnet jährlich gesamthaft 1.2 Mio. Übernachtungen und 5.2 Mio. Tagesgäste. Im Vergleich zu 2017 stiegen die Gästezahlen um 4%.



303 Mio. CHF

Touristische Wertschöpfung

Die touristische Bruttowertschöpfung im Kanton steigt 2025 erstmals über 300 Mio. CHF. Im Vergleich zu 2017 stieg die Wertschöpfung um 8%.



2'705 Beschäftigung im Tourismus

Der Tourismus erzeugt im Kanton Solothurn 2'705 Vollzeitstellen. Damit hängen 2.3% der Arbeitsplätze direkt oder indirekt vom Tourismus ab. Im Vergleich zu 2017 ist die touristische Beschäftigung um 10% gesunken.



Tagesausgaben* 52 CHF

Die durchschnittlichen Ausgaben der Hotelgäste belaufen sich auf 207 CHF pro Logiernacht und jene der Tagesgäste auf 42 CHF pro Tag. Im Vergleich zu 2017 sind die Durchschnittsausgaben der Tagesgäste um 10% gestiegen, jene der Hotelgäste blieben konstant.

**In den durchschnittlichen Tagesausgaben wurden alle Gästekategorien mitberücksichtigt.*

Volkswirtschaftliche Wirkungen des Tourismus im Kanton Solothurn

Der Tourismus spielt im Kanton Solothurn eine wichtige wirtschaftliche Rolle.

Der Tourismus leistet einen wichtigen Beitrag zum Arbeitsmarkt. 2.3% der Beschäftigung im Kanton hängen direkt oder indirekt mit dem Tourismus zusammen. Insgesamt sind rund 2'700 Vollzeitäquivalente (VZÄ) im Kanton Solothurn touristisch geprägt, sei es in der Hotellerie und der Parahotellerie, in der Gastronomie, im Transport, im Handel, in der Kultur- und Unterhaltungsbranche oder bei touristischen Leistungsträgern wie Bergbahnen oder Museen.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung zeigt sich in der touristischen Bruttowertschöpfung von 302 Mio. Franken. Diese Wertschöpfung leistet einen wichtigen Beitrag zur Wirtschaft im Kanton Solothurn und seinen Regionen.

Insgesamt zeigt sich, dass der Tourismus in Solothurn weit über die Hotellerie hinauswirkt und einen bedeutenden Beitrag zur wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Kantons leistet.

Gästefrequenzen und Tagesausgaben

Im Jahr 2025 wurden insgesamt 6.4 Mio. Gästefrequenzen gezählt. Davon entfallen rund 5.2 Mio. auf Tagesgäste und 1.2 Mio. auf Übernachtungsgäste. Davon entfallen etwa 425'000 Übernachtungen auf Hotelbetriebe. In Ferienwohnungen waren rund 72'000 Übernachtungen zu verzeichnen. Dazu gehören sowohl die Übernachtungen aus Vermietungen als auch aus der Eigennutzung. Hinzu kommen mehr als 108'000 Übernachtungen in der übrigen Parahotellerie (Camping, Gruppenunterkünfte, Hütten und weiteres) sowie rund 600'000 Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten.

Aufgrund seiner Nähe zu den grossen Deutschschweizer Agglomerationen, der guten Verkehrsanbindung¹ und der grossen Zahl an Erholungsorten und Sehenswürdigkeiten ist für den Kanton Solothurn ein hoher Tagesgästeanteil zu erwarten. Entsprechend weist der Tourismus im Kanton einen vergleichsweise hohen Tagesgästeanteil auf.

Die Tagesausgaben beziffern die Ausgaben der Gäste, die innerhalb des Kantons Solothurn erfolgen. Die Tagesgäste geben pro Tag durchschnittlich 42 CHF aus. Während die Hotelgäste im Durchschnitt Ausgaben von 207 CHF tätigen, liegen diese bei den Übernachtungsgästen in der Parahotellerie mit 96 CHF sowie Ferienwohnungsgästen mit 59 CHF deutlich tiefer.

Entwicklung im Zeitraum 2017 bis 2025

Die Entwicklung des Tourismus zwischen 2017 und 2025 im Kanton Solothurn zeigt ein insgesamt durchzogenes Bild.

Die Gästefrequenzen stiegen seit 2017 um 4% auf insgesamt 6.5 Mio., wobei sowohl bei den Tagesgästen als auch bei den Übernachtungsgästen eine Zunahme zu verzeichnen war. Auch die touristische Wertschöpfung weist eine positive Dynamik auf. Mit 302 Mio. CHF überschritt sie 2025 erstmals die Marke von 300 Millionen CHF und liegt damit 8% höher als 2017.

¹ Einschränkung ist die Autobahn A1 zu nennen, die zunehmend an ihre Kapazitätsgrenzen stösst. Angebote zur vermehrten öV-Nutzung sind daher zu begrüssen.

Die Beschäftigung im Tourismus hat sich strukturell verändert. Die höhere Wertschöpfung konnte erzielt werden, obwohl ein Rückgang der mit dem Tourismus verbundenen Vollzeitstellen (VZÄ) von 10% zu verzeichnen war. 2025 waren noch rund 2'700 VZÄ direkt oder indirekt von Tourismus abhängig. Die Arbeitsproduktivität im Tourismus und in tourismusnahen Branchen im Kanton Solothurn ist somit in diesem Zeitraum gestiegen.

Die durchschnittlichen Ausgaben der Tagesgäste sind zwischen 2017 und 2025 um 10% auf 43 CHF pro Tag angestiegen. Die durchschnittlichen Ausgaben der Hotelgäste blieben mit 207 CHF pro Nacht auf ähnlichem Niveau wie 2017.

Ausblick und Dank

Mit dieser Studie wurde eine fundierte Grundlage für zukünftige Tourismuskonzepte im Kanton Solothurn geschaffen. Auf dieser Basis lassen sich kantonale und regionale touristische Entwicklungen weiterverfolgen und eingeleitete Massnahmen und Programme evaluieren, wie beispielsweise die Einführung einer kantonalen Gästekarte.

Das Projektteam bedankt sich für die stete Unterstützung der Geschäftsstelle von Kanton Solothurn Tourismus sowie den regionalen Tourismusbüros sowie den mehr rund 4'000 Teilnehmer/-innen an den verschiedenen Befragungen. Ohne sie wäre die Realisierung dieser Studie nicht möglich gewesen.

2. Ausgangslage, Ziele und methodische Zusammenfassung

2.1 Ausgangslage

Kanton Solothurn Tourismus hat in den Jahren 2008 und 2017 je eine Studie zur Wertschöpfung des Tourismus erstellen lassen. Diese beiden Studien wurden durch Rütter Soceco durchgeführt, welche seit 2021 Teil von EBP Schweiz AG ist.

Die vorliegende Wertschöpfungsstudie Tourismus Kanton Solothurn 2025 aktualisiert die früheren Studien aus den Jahren 2008 und 2017 und bildet die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus auf dem Datenstand 2025 ab. Als wichtige Datengrundlagen wurden dazu im Jahr 2025 je eine umfassende Gästebefragung und Unternehmensbefragung durchgeführt. Um die damit verbundenen Investitionen optimal zu nutzen, wurden im Rahmen des Projekts auch wichtige Vorarbeiten für die Einführung einer kantonalen Gästekarte geleistet. Ebenfalls wurden im Rahmen der Studie Synergien durch die Einbindung von thematischen Zusatzmodulen genutzt.

Das detaillierte methodische Vorgehen wird im methodischen Anhang A1 beschreiben.

2.2 Ziele der Wertschöpfungsstudie zum Tourismus 2025

Die Studie verfolgt folgende Ziele:

- Aufdatieren der Studie von 2017 auf den Datenstand 2025 hinsichtlich der wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus im Kanton und in den vier definierten Hauptregionen in vergleichbarer Form: Direkte und indirekte Bruttowertschöpfung durch den Tourismus, direkte und indirekte Beschäftigung, jeweils im Total und nach Branchen
- Aufbereitung von Fact Sheets für die acht Solothurner Tourismusregionen
- Durchführen von je einer umfassenden Gästebefragung und einer Unternehmensbefragung.
- Nutzung von Synergien durch die Einbindung von thematischen Zusatzmodulen, insbesondere eines Vorprojekts zur Einführung einer kantonalen Gästekarte.
- Eine vertiefte Analyse zu den Gästeaktivitäten, zum nachhaltigen Tourismus und zum Geschäftstourismus

2.3 Methodik: Überblick

Dieser Abschnitt gibt einen Überblick über den methodischen Ansatz. Detaillierte Informationen zur Methodik sind in Anhang A1 aufgeführt. Die Untersuchung folgt einem modularen, nachfrage- und angebotsseitig abgestützten methodischen Ansatz und kombiniert statistische Modellierungen mit umfangreichen Primärerhebungen bei Gästen und Unternehmen. Die nachfolgende Grafik zeigt die geographische Definition der vier Hauptregionen sowie der acht Solothurner Tourismusregionen.

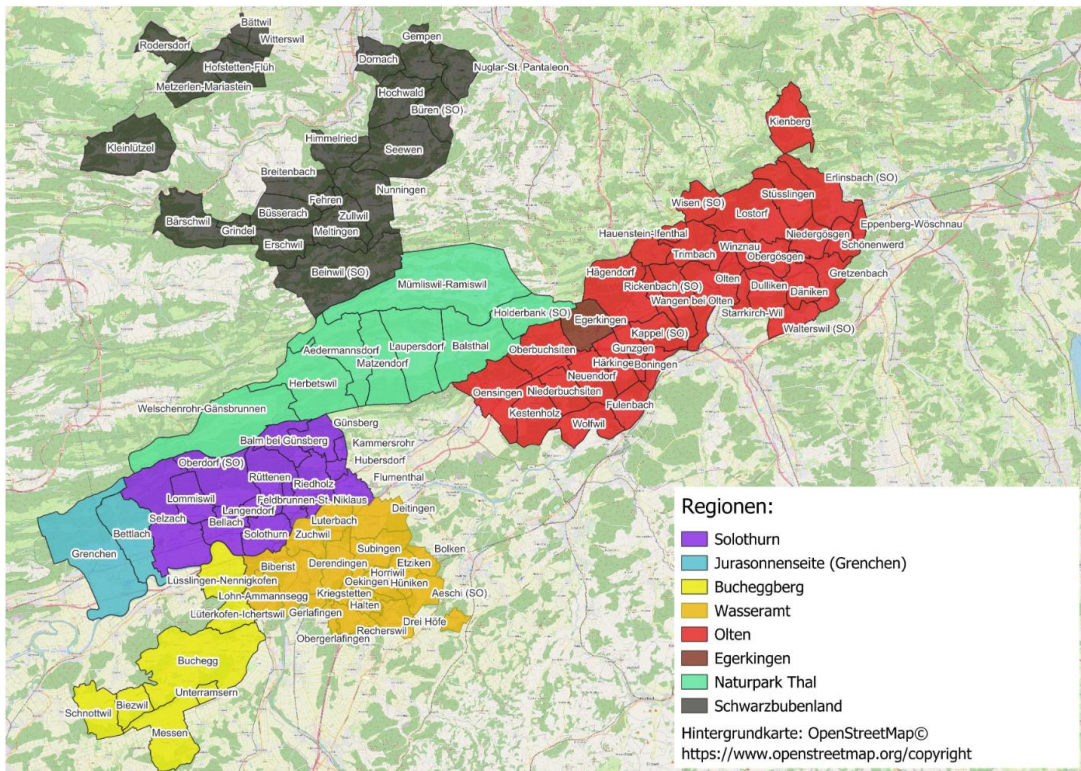


Abbildung 1: Geographische Definition der acht Solothurner Tourismusregionen

Die Aufteilung der Regionen sowie die definierte Zuordnung der acht Solothurner Tourismusregionen zu den vier Hauptregionen ist in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

4er Region	8er Region (Tourismusregionen)
Region Solothurn	Solothurn
	Grenchen
	Bucheggberg
	Wasseramt
Region Olten	Olten
	Egerkingen
Naturpark Thal	Naturpark Thal
Schwarzbubenland	Schwarzbubenland

Abbildung 2: Zuordnung der acht Solothurner Tourismusregionen zu den vier Hauptregionen

Modellierung

Als Basis für die Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus werden die Wirtschafts- und Beschäftigungsstrukturen des Kantons und der Regionen modelliert. Diese bilden die Grundlage für die Berechnung der touristischen Wirkungen.

- *Beschäftigungsstruktur*: Basierend auf Daten des BFS (STATENT) wird die Beschäftigungsstruktur ermittelt und dargestellt. Weiter wird der Anteil der touristischen Leistungsträger bestimmt und auf regionaler Ebene ausgewiesen.
- *Wertschöpfungsstruktur*: Auf Ebene der vier Regionen wird die Wertschöpfung nach Branchen (das regionale BIP) berechnet und mit dem BIP des Kantons Solothurn abgestimmt.

Ausgehend von einem IOT²-basierten Impactmodell, das von Rütter Soceco (heute EBP) entwickelt wurde, wird ein kantonales Impactmodell erstellt, das auch die vier Regionen abbildet. Das Modell basiert auf der schweizerischen Input-Output-Tabelle sowie weiteren statistischen Grössen wie beispielsweise den Beschäftigungsdaten aus der STATENT, dem Produktionskonto und dem kantonalen BIP.

Touristisches Angebot

Die touristische Angebotsseite wird über die Erhebung strukturierter Unternehmensdaten erfasst. Grundlage bildet eine breit angelegte Unternehmensbefragung bei touristischen Leistungsträgern und tourismusnahen Branchen im Kanton Solothurn. Die Befragung erhebt insbesondere den Anteil des touristischen Umsatzes, Angaben zur Beschäftigung, zu Vorleistungen und Investitionen sowie branchenspezifische Merkmale. Ergänzt durch bestehende Strukturdaten des BFS (STATENT) erlaubt die Unternehmensbefragung eine differenzierte Abbildung des touristischen Angebots und bildet die Basis für die Quantifizierung der direkten wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus.

Touristische Nachfrage

Die touristische Nachfrage wird über die Erhebung der Gästefrequenzen und der durchschnittlichen Tagesausgaben bestimmt. Die Frequenzen der Übernachtungsgäste stützen sich auf bestehende statistische Quellen (u. a. Hotelleriestatistik) sowie ergänzende Erhebungen bei weiteren Beherbergungsformen. Die Tagesgästefrequenzen werden primär im Rahmen einer fokussierten Gästebefragung an zentralen touristischen Hotspots und Events im Kanton erhoben.

Abgleich Angebot und Nachfrage, Berechnung der Ergebnisse

Basierend auf diesen Grundlagen wird anschliessend die direkte touristische Nachfrage aus der Verknüpfung von Frequenzen und Tagesausgaben abgeleitet und nach Gästen, Regionen und Branchen differenziert. In einem nächsten Schritt werden diese Nachfragegrössen mit der regionalen Wirtschaftsstruktur abgeglichen und mittels Input-Output-Modell auf direkte und

² IOT = Input-Output-Tabelle

indirekte Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte hochgerechnet. Die Ergebnisse werden sowohl kantonally als auch regional ausgewiesen und – soweit methodisch möglich – mit den Vorstudien verglichen.

2.3.1 Zweistufige Gästebefragung

Die Gästebefragung wurde unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn.

- Vor-Ort-Befragung an rund 20 touristisch relevanten Standorten und Veranstaltungen, verteilt über alle Regionen
- Befragungszeitraum: Frühling bis Herbst 2025
- Kurze persönliche Interviews (ca. 3 Minuten) zu Gasttyp, Herkunft, Reiseanlass, Verkehrsmittel, Aufenthaltsdauer und Ausgaben
- Ergänzend begrenzte Befragung von Einheimischen zur Erfassung von Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten
- Follow-up-Online-Befragung mit vertiefenden Fragen (Ausgabestruktur, Aktivitäten, qualitative Einschätzungen)
- Zielgrösse: rund 3'000 Vor-Ort-Kontakte sowie 400–600 Online-Antworten
- Effektiv erreichte Zahlen: 3'400 (davon 1'000 mit Einheimischen) und 340 Online-Antworten: Die Zielgrösse konnte erreicht werden.

—

2.3.2 Unternehmensbefragung

- Online-Befragung touristischer Leistungsträger und tourismusnaher Branchen
- Zweimalige schriftlich-postalische Einladung per Post, anonymisierte Auswertung durch EBP
- Zusätzliche Aktivierung der Zielgruppe durch persönliche und schriftliche Kontakte
- Inhalte: Erhebung von Tourismusanteilen am Umsatz, Vorleistungsbezügen, Beschäftigung, Investitionen sowie Zusatzthemen
- Stichprobe aus dem Betriebs- und Unternehmensregister (BUR), ergänzt durch gezielte Voll- oder Teilerhebungen
- Erwartete Rücklaufquote: 15–20 % (rund 300–400 auswertbare Fragebogen)
- Effektive Rücklaufquote: 8-10% (185 vollständig und 60 teilweise (dennoch nutzbare) Antworten)

Kommentar zur Teilnahme an der Unternehmensbefragung

Die Teilnahmequote an der Unternehmensbefragung fällt im Vergleich zu klassischen Tourismuskantonen wie Graubünden deutlich tiefer aus. Ein zentraler Grund dafür liegt in der unterschiedlichen Selbstwahrnehmung der Unternehmen im Kanton Solothurn. Viele Betriebe schätzen ihren Bezug zum Tourismus als gering ein und gehen davon aus, kaum oder gar keine

Umsätze mit touristischen Gästen zu erzielen. Entsprechend wird eine Teilnahme an einer Tourismusbefragung von diesen Unternehmen oft als wenig relevant erachtet.

Diese Einschätzung greift jedoch zu kurz. Touristische Wertschöpfung entsteht nicht ausschliesslich in klassischen Beherbergungs- oder Freizeitbetrieben, sondern auch bei Gastronomiebetrieben, Bau- und Immobilienbetrieben, in der Branche Kultur, Sport und Unterhaltung, im Detailhandel, bei Dienstleistungsunternehmen, Handwerksbetrieben oder Transportunternehmen. Diese Effekte des Tourismus werden von vielen Unternehmen unterschätzt oder nicht als touristisch wahrgenommen, obwohl sie regelmässig von Tages- und Übernachtungsgästen profitieren.

Im Unterschied dazu ist in Kantonen mit stark ausgeprägtem Tourismusprofil das Bewusstsein für diese Zusammenhänge deutlich höher, was sich auch in einer grösseren Beteiligung an entsprechenden Befragungen widerspiegelt. Die geringere Teilnahme in Solothurn ist daher weniger als Ausdruck mangelnden Interesses zu verstehen, sondern vielmehr als Hinweis auf ein noch unzureichend ausgeprägtes Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus und dessen wirtschaftliche Auswirkungen auf eine breite Palette von Unternehmen.

Die Ergebnisse der Studie werden in dem vorliegenden Schlussbericht dokumentiert, ergänzt durch grafische Auswertungen und regionale Übersichten. Die thematischen Zusatzmodule «Gästeaktivitäten», «Nachhaltiger Tourismus», «Geschäftstourismus» und «Gästekarten» werden separat ausgewertet und im Kapitel 4 aufbereitet.

3. Ergebnisse Touristische Wertschöpfungsstudie

3.1 Fact Sheet pro Tourismusregion

3.1.1 Solothurn

Die Tourismusregion Solothurn verbindet die barocke Altstadt, die Aare und vielfältige Kultur- und Ausflugserlebnisse auf engem Raum. Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



** Durchschnittliche Tagesausgaben der Region Solothurn. Eine weitere Verfeinerung auf Ebene der Tourismusregion ist nicht möglich.*

Handlungsempfehlung:

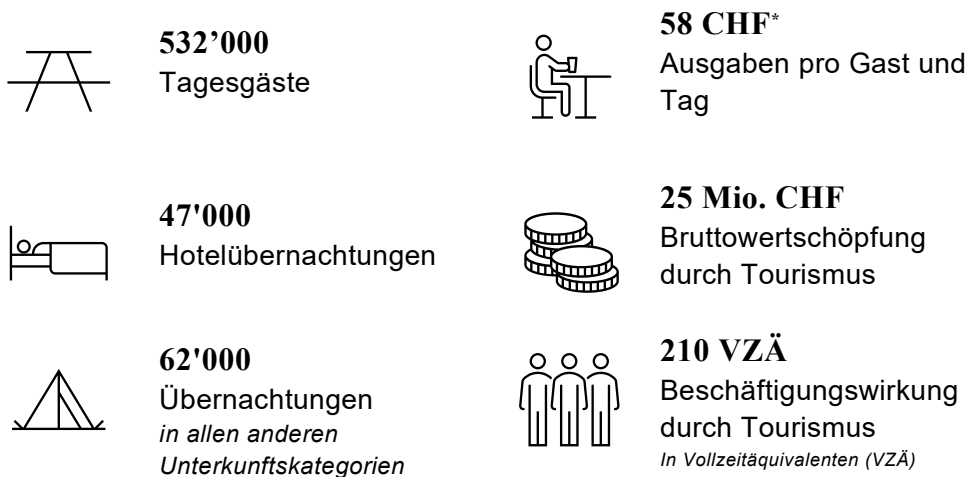
- Empirie: Viele Tagesgäste und vergleichsweise wenige Übernachtungen, dabei generieren Hotelgäste pro Nacht rund viermal höhere Ausgaben als Tagesgäste. Die Konversion eines Tagesgasts in einen Übernachtungsgast vervielfacht damit die Ausgaben in der Region.
- Weitere Stärkung der Verbindung von historischer Altstadt, Kulinarik, Kulturangeboten und umliegenden Naherholungsräumen, um verlängerte Aufenthalte zu erreichen und die regionale Hotellerie besser auszulasten.

Vergleich zu Region und Kanton:

	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Tourismusregion Solothurn
Frequenzen	6'428'000	2'843'000	1'844'000
Logiernächte	1'201'000	559'000	267'000
Touristische Bruttowertschöpfung	303 Mio. CHF	135 Mio. CHF	75 Mio. CHF
Touristische Beschäftigung	2'726 VZÄ	1'223 VZÄ	690 VZÄ
Tourismus Anteil an der Beschäftigung	2.3%	2.3%	3.0%

3.1.2 Grenchen (Jurasonnenseite)

Die Jurasonnenseite (Grenchen, Bettlach) ist eine industriell geprägte Tourismusregion mit starker Uhrenkompetenz, kombiniert mit Sportinfrastruktur (Velodrome) und guten Zugängen zu Natur- und Outdoorangeboten. Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



** Durchschnittliche Tagesausgaben der Region Solothurn. Eine weitere Verfeinerung auf Ebene der Tourismusregion ist nicht möglich.*

Handlungsempfehlung:

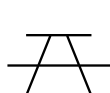
- Empirie: Tiefer Tourismusanteil an der Beschäftigung, was auf eine geringe Präsenz des Tourismus hindeutet. Eine Steigerung der Gästezahlen, ob Tages- oder Übernachtungsgäste, würde diesen Anteil direkt erhöhen.
- Schärfung des Profils als Uhren- und Technologiestandort in Kombination mit Sport (Velodrome) und Jurasonnenseite, um thematische Angebote mit Erlebniswert zu entwickeln und die Aufenthaltsdauer zu erhöhen

Vergleich zu Region und Kanton:

	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Tourismusregion Grenchen
Frequenzen	6'428'000	2'843'000	640'000
Logiernächte	1'201'000	559'000	109'000
Touristische Bruttowertschöpfung	303 Mio. CHF	135 Mio. CHF	25 Mio. CHF
Touristische Beschäftigung	2'726 VZÄ	1'223 VZÄ	210 VZÄ
Tourismus Anteil an der Beschäftigung	2.3%	2.3%	2.0%

3.1.3 Bucheggberg

Die Tourismusregion Bucheggberg ist eine ländlich geprägte Kulturlandschaft mit hoher Lebensqualität, weiten Agrarräumen und ruhigen Naherholungsangeboten für sanften Tourismus und Tagesausflüge. Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



29'000
Tagesgäste



58 CHF*
Ausgaben pro Gast und Tag



1'700
Hotelübernachtungen



3.8 Mio. CHF
Bruttowertschöpfung durch Tourismus



18'155
Übernachtungen
*in allen anderen
Unterkunftskategorien*



40 VZÄ
Beschäftigungswirkung durch Tourismus
In Vollzeitäquivalenten (VZÄ)

** Durchschnittliche Tagesausgaben der Region Solothurn. Eine weitere Verfeinerung auf Ebene der Tourismusregion ist nicht möglich.*

Handlungsempfehlung:

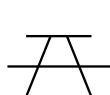
- Empirie: Tiefe touristische Frequenzen und ein unterdurchschnittlicher Beschäftigungsanteil zeigen, dass der Tourismus im Bucheggberg bisher nur eine geringe wirtschaftliche Relevanz hat. Eine moderate Erhöhung der Tagesgästefrequenzen würde bereits deutliche Wirkung erzielen.
- Potenzial für genuss- und landwirtschaftsnahe Angebote (z. B. Hofläden, regionale Produkte, Velorouten), um die Profilierung als entschleunigte Ausflugsregion zu stärken

Vergleich zu Region und Kanton:

	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Tourismusregion Bucheggberg
Frequenzen	6'428'000	2'843'000	32'000
Logiernächte	1'201'000	559'000	4'500
Touristische Bruttowertschöpfung	303 Mio. CHF	135 Mio. CHF	3.8 Mio. CHF
Touristische Beschäftigung	2'726 VZÄ	1'223 VZÄ	40 VZÄ
Tourismus Anteil an der Beschäftigung	2.3%	2.3%	1.9%

3.1.4 Wasseramt

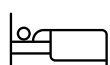
Das Wasseramt ist eine sehr gut erreichbare Naherholungsregion im Mittelland mit starkem Fokus auf Tagesgäste (Velo, Spaziergänge, kurze Aufenthalte). Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



441'000
Tagesgäste



58 CHF*
Ausgaben pro Gast und Tag



38'000
Hotelübernachtungen



29 Mio. CHF
Bruttowertschöpfung durch Tourismus



125'000
Übernachtungen
in allen anderen Unterkunfts-kategorien



280 VZÄ
Beschäftigungswirkung durch Tourismus
In Vollzeitäquivalenten (VZÄ)

** Durchschnittliche Tagesausgaben der Region Solothurn. Eine weitere Verfeinerung auf Ebene der Tourismusregion ist nicht möglich.*

Handlungsempfehlung:

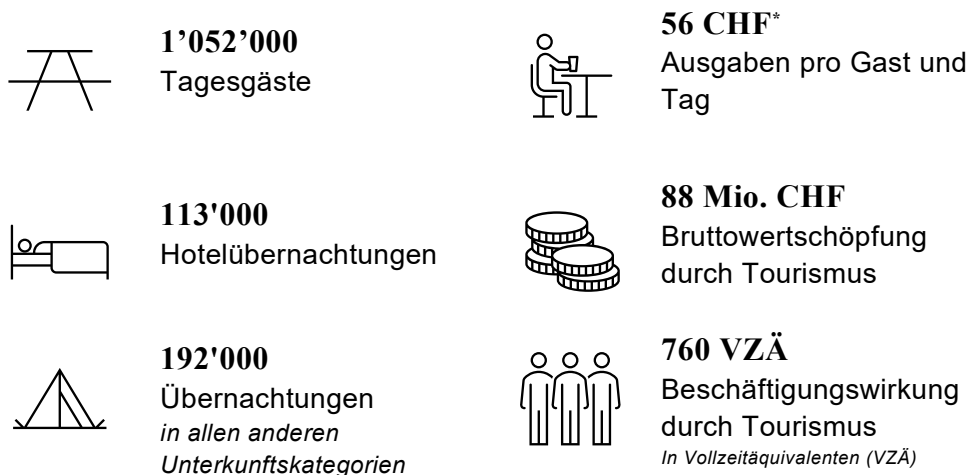
- Empirie: Hoher Anteil an Tagesgästen bei gleichzeitig unterdurchschnittlichem Tourismusanteil an der Beschäftigung. Dies weist auf eine starke Nutzung als Naherholungsregion mit begrenzter wirtschaftlicher Tiefe hin; zusätzliche Frequenzen und insbesondere wertschöpfungsintensivere Angebote könnten die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus erhöhen.
- Gezielte Entwicklung attraktiver Tagesangebote und Erlebnisrouten (v. a. Velo und Genuss) unter Nutzung der bestehenden Beherbergung in den umliegenden Regionen statt zusätzlicher Hotelkapazitäten

Vergleich zu Region und Kanton:

	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Tourismusregion Wasseramt
Frequenzen	6'428'000	2'843'000	604'000
Logiernächte	1'201'000	559'000	163'000
Touristische Bruttowertschöpfung	303 Mio. CHF	135 Mio. CHF	29 Mio. CHF
Touristische Beschäftigung	2'726 VZÄ	1'223 VZÄ	280 VZÄ
Tourismus Anteil an der Beschäftigung	2.3%	2.3%	1.6%

3.1.5 Olten

Die Tourismusregion Olten ist ein zentral gelegener Verkehrs- und Begegnungsknoten mit ausgeprägter Funktion als Tages- und Eventstandort (Kultur, Gastronomie, Veranstaltungen). Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



** Durchschnittliche Tagesausgaben der Region Olten. Eine weitere Verfeinerung auf Ebene der Tourismusregion ist nicht möglich.*

Handlungsempfehlung:

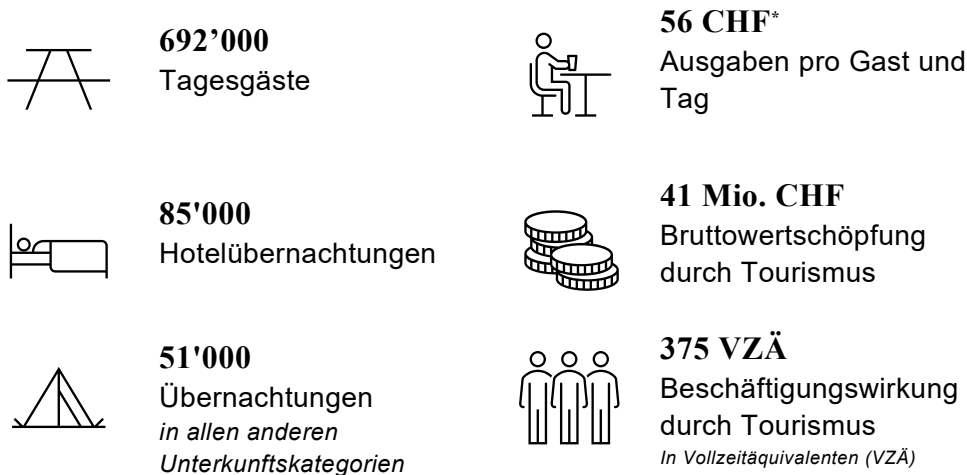
- Empirie: Hohe Tagesgästedaten und eine bedeutende Rolle als Eventstandort. Die wirtschaftliche Wirkung des Tourismus ist bereits relevant, bietet jedoch weiteres Potenzial durch die gezielte Steigerung von Frequenzen.
- Potenzial zur stärkeren Nutzung der urbanen Qualitäten und der Lage an der Aare, um Aufenthaltsqualität und Kurzaufenthalte gezielt zu steigern.

Vergleich zu Region und Kanton:

	Kanton Solothurn	Region Olten	Tourismusregion Olten
Frequenzen	6'428'000	2'127'000	1'357'000
Logiernächte	1'201'000	441'000	305'000
Touristische Bruttowertschöpfung	303 Mio. CHF	128 Mio. CHF	88 Mio. CHF
Touristische Beschäftigung	2'726 VZÄ	1'135 VZÄ	760 VZÄ
Tourismus Anteil an der Beschäftigung	2.3%	2.2%	2.1%

3.1.6 Egerkingen

Egerkingen ist ein mit dem Auto gut erreichbarer Standort am Jurasüdfuss mit starker Ausrichtung auf Shopping- und Businessgäste sowie bedeutender Businesshotellerie. Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



** Durchschnittliche Tagesausgaben der Region Olten. Eine weitere Verfeinerung auf Ebene der Tourismusregion ist nicht möglich.*

Handlungsempfehlung:

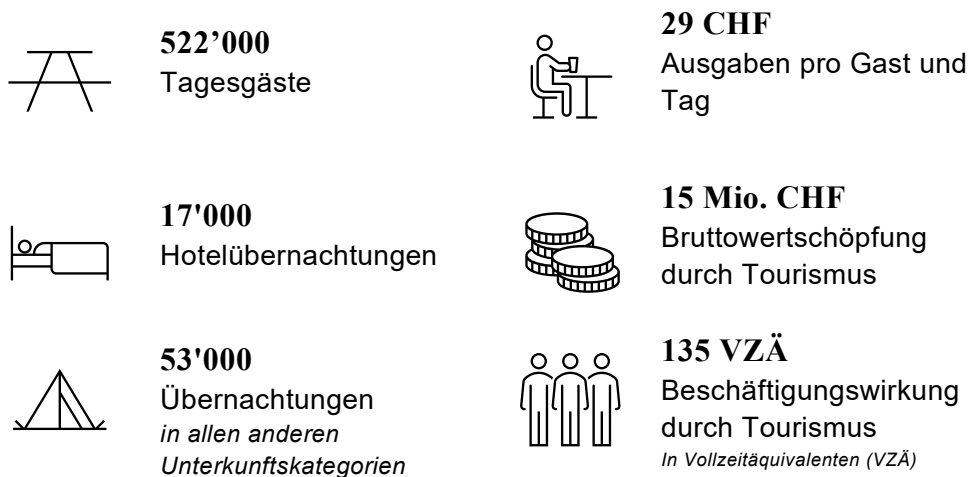
- Empirie: Hohe Nachfrage und überdurchschnittlicher Beschäftigungsanteil weisen auf eine bereits vorhandene touristische Bedeutung hin; zusätzliche Wertschöpfungspotenziale bestehen durch eine weitere Steigerung der Übernachtungsgästefrequenzen.
- Potenzial zur besseren Verknüpfung von grossen Hotelkapazitäten mit Einkaufsangebot, Geschäftsreisen und Ausflügen in den Naturraum Jura zur Steigerung der Aufenthaltsdauer

Vergleich zu Region und Kanton:

	Kanton Solothurn	Region Olten	Tourismusregion Egerkingen
Frequenzen	6'428'000	2'127'000	829'000
Logiernächte	1'201'000	441'000	136'000
Touristische Bruttowertschöpfung	303 Mio. CHF	128 Mio. CHF	41 Mio. CHF
Touristische Beschäftigung	2'726 VZÄ	1'135 VZÄ	375 VZÄ
Tourismus Anteil an der Beschäftigung	2.3%	2.2%	2.5%

3.1.7 Naturpark Thal

Der regionale Naturpark Thal von nationaler Bedeutung hat einen Fokus auf Natur & Landschaft, authentische Erlebnisangebote und ausgeprägte Regionalität (Produkte, Kultur, Wertschöpfung). Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



Handlungsempfehlung:

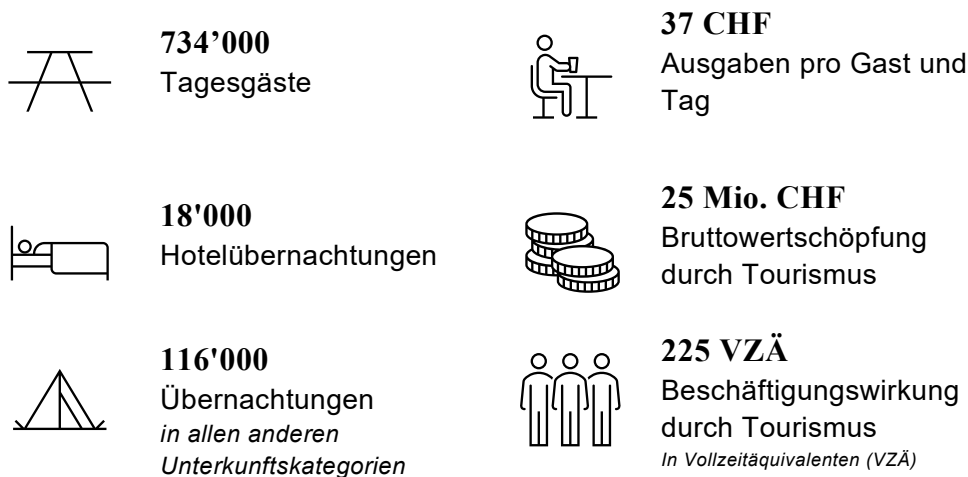
- Empirie: Hohe Tagesgästekzahlen bei gleichzeitig geringer wirtschaftlicher Wirkung. Die tiefen Ausgaben pro Person führen dazu, dass trotz guter Frequenzen die touristische Wertschöpfung niedrig bleibt.
- Gezielte Weiterentwicklung von ganzjährigen, natur- und parkbezogenen Angeboten, um die Saison zu verlängern und zusätzliche Wertschöpfung zu generieren
- Weitere Stärkung von Kooperationen mit regionaler und umliegender Hotellerie und Gastronomie, um aus Tagesgästen vermehrt Übernachtungsgäste zu entwickeln

Vergleich zu Region und Kanton:

	Kanton Solothurn	Tourismusregion Thal
Frequenzen	6'428'000	591'000
Logiernächte	1'201'000	69'000
Touristische Bruttowertschöpfung	303 Mio. CHF	15 Mio. CHF
Touristische Beschäftigung	2'726 VZÄ	135 VZÄ
Tourismus Anteil an der Beschäftigung	2.3%	3.4%

3.1.8 Schwarzbubenland

Das Schwarzbubenland ist eine grenznahe, ländlich geprägte Region mit charakteristischer Juralandschaft, vielfältigen Natur- und Outdoorangeboten sowie Nähe zum Kulturraum Basel. Im Jahr 2025 löste der Tourismus folgende Wirkungen aus:



Handlungsempfehlung:

- Empirie: Viele Übernachtungen erfolgen abseits der Hotellerie, was auf ein ungenutztes Potenzial für die kommerzielle Beherbergung hinweist; die Sichtbarkeit und Attraktivität der Hotellerie und Parahotellerie könnte gezielt gestärkt werden.
- Gezielte Weiterentwicklung der bestehenden Natur- und Genussangebote, um zusätzliche Gäste aus der Region Basel anzusprechen
- Stärkung von Kooperationen mit Gastronomie und regionalen Anbietern, um Wertschöpfung und Aufenthaltsdauer zu erhöhen

Vergleich zu Region und Kanton:

	Kanton Solothurn	Tourismusregion Schwarzbubenland
Frequenzen	6'428'000	868'000
Logiernächte	1'201'000	134'000
Touristische Bruttowertschöpfung	303 Mio. CHF	25 Mio. CHF
Touristische Beschäftigung	2'726 VZÄ	225 VZÄ
Tourismus Anteil an der Beschäftigung	2.3%	3.0%

3.2 Wirtschaftsstruktur

3.2.1 Beschäftigung nach Branche

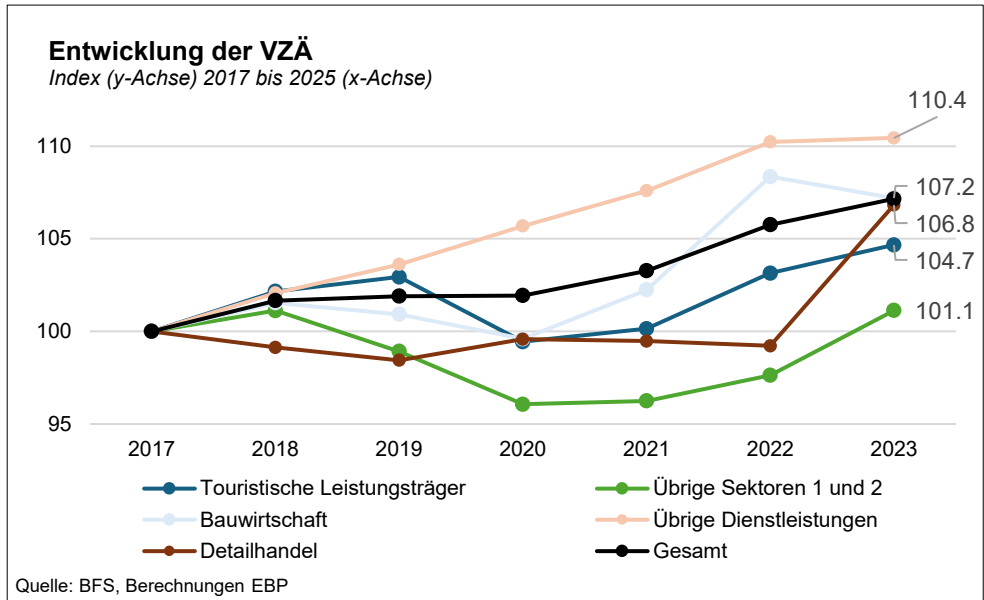


Abbildung 3: Entwicklung der Beschäftigten im Kanton Solothurn von 2017 bis 2023 nach Branchen

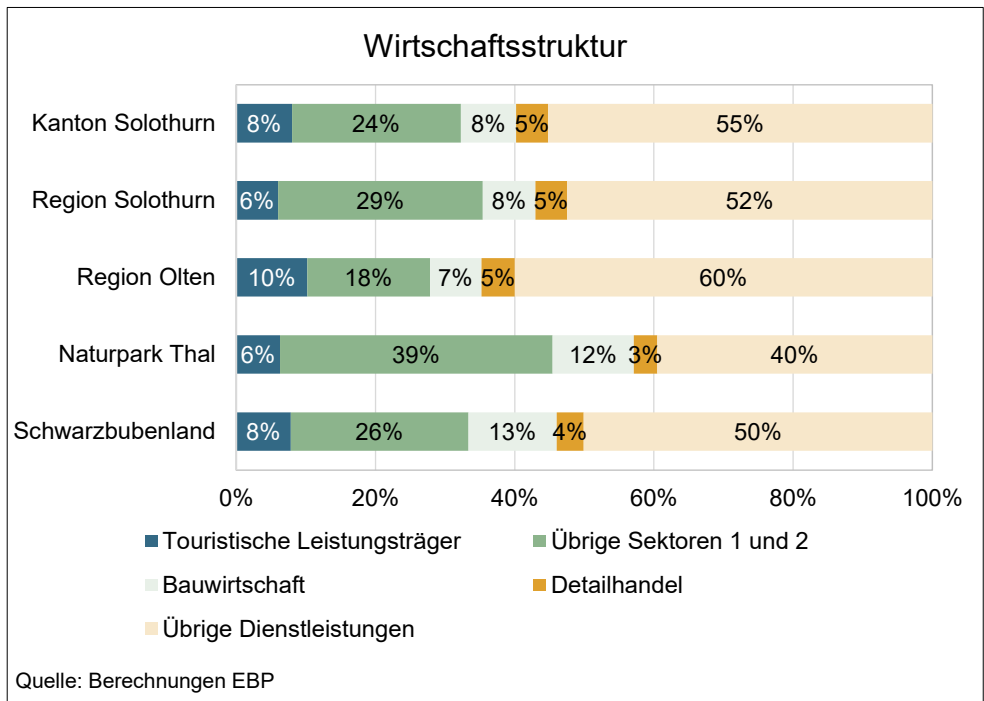


Abbildung 4: Die Wirtschaftsstruktur im Jahr 2023 nach Kanton und 4er Region basierend auf der Beschäftigung

Die Beschäftigung im Kanton Solothurn hat seit der letzten Durchführung dieser Studie im Jahr 2017 insgesamt um 7.2% zugenommen. Bei den touristischen Leistungsträgern beträgt der Zuwachs 5 Prozentpunkte. Die gesamte Solothurner Volkswirtschaft bietet rund 116'000 Vollzeitäquivalente.

Knapp 9'340 Vollzeitäquivalente und somit rund 8% der kantonalen Gesamtbeschäftigung arbeiten bei den touristischen Leistungsträgern. Als touristische Leistungsträger gelten das Gastgewerbe, der Personenverkehr sowie weitere tourismusnahe Dienstleistungen. Touristische Leistungsträger bedienen mit ihren Angeboten neben Gästen auch eine bedeutende lokale Nachfrage. Dadurch sind sie nur teilweise dem Tourismus zuzuordnen. Beispielsweise im Personenverkehr entfällt ein grosser Teil der täglich beförderten Personen auf den Alltagsverkehr und nicht auf touristische Zwecke.

Rund 800 Vollzeitäquivalente werden alleine in der Beherbergungsbranche beschäftigt. Ein bedeutender Teil dieser Beschäftigten ist in den touristisch geprägten Regionen des Kantons tätig. Die Gastronomie ist in den urbanen Zentren und in den touristischen Schwerpunktgebieten des Kantons Solothurn absolut gesehen am bedeutendsten. Die Verkehrsbranche bietet rund 3'400 Vollzeitäquivalente. Die Branchen Kultur, Sport und Unterhaltung sowie persönliche Dienstleistungen sind mit gesamthaft mehr als 2'730 Vollzeitäquivalenten ebenfalls von grosser Bedeutung.

3.2.2 Beschäftigungsstruktur der touristischen Leistungsträger

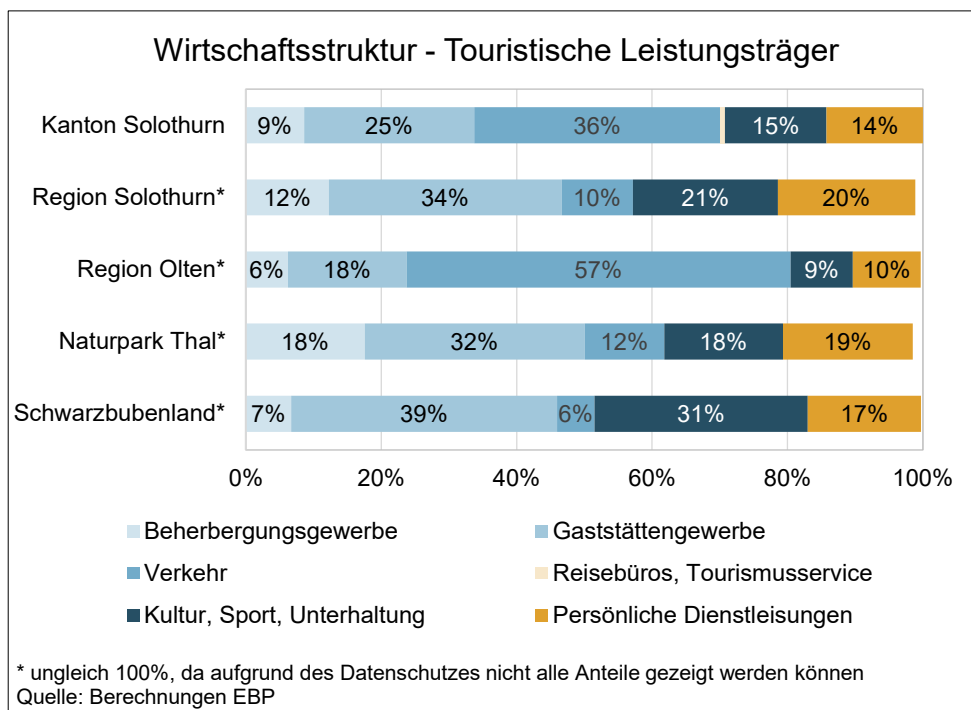


Abbildung 5: Die Zusammensetzung der touristischen Leistungsträger im Jahr 2023 nach Kanton und 4er Region basierend auf der Beschäftigung

Im Kanton Solothurn beträgt das Arbeitsvolumen der touristischen Leistungsträger 9'340 Vollzeitäquivalente. Auf kantonomer Ebene sind davon rund 9% im Beherbergungsgewerbe und weitere 25% im Gaststättengewerbe

tätig. Mit 36% hat der Verkehr weitaus am meisten VZÄ zu verzeichnen. Dies ist in erster Linie auf die Region Olten zurückzuführen.

3.3 Touristische Nachfrage

3.3.1 Entwicklung der Hotellerie im Kanton Solothurn

Logiernächte

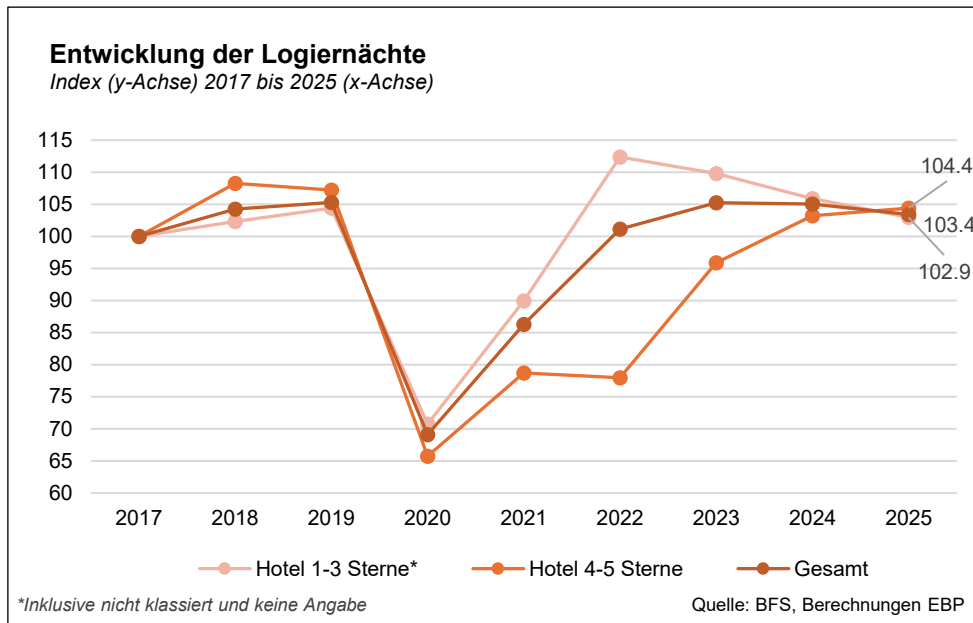


Abbildung 6: Entwicklung der Hotellogiernächte im Kanton von 2017 bis 2025 nach Kategorie

Steigerung von rund 3% in der Hotellerie seit 2017

Die Anzahl der Hotellogiernächte im Kanton Solothurn hat sich im Vergleichszeitraum von 2017 bis 2025 um 3.4 Prozentpunkte erhöht. In der Vier- und Fünfsternehotellerie zeigte sich eine Zunahme der Logiernächte um 2.9 Prozentpunkte, bei den Eins- bis Dreisternehotels um 4.4 Prozentpunkte.

Rasche Erholung nach Covid-19

Die Solothurner Hotellerie verzeichnete während der Covid-19-Pandemie einen starken Rückgang der Logiernächte. Bereits ab 2021 setzte eine rasche Erholung ein, und ab dem Jahr 2022 wurde das Vorkrisenniveau bereits wieder teilweise übertroffen. Wobei die Erholung in der Vier- und Fünfsternehotellerie schleichender voran ging als in der Eins- bis Dreisternehotellerie. In der Eins- bis Dreisternehotellerie lagen die Logiernächte zunächst deutlich über dem Vorkrisenniveau, flachten jedoch ab 2023 wieder ab.

Geöffnete Betriebe und verfügbare Zimmer

Die Anzahl der durchschnittlich (gewichtet nach Monatstagen) geöffneten Betriebe hat sich im Vergleichszeitraum um 13.6 Prozentpunkte reduziert. Diese Entwicklung wurde mehrheitlich von den 1- bis 3-Sterne-Betrieben getrieben, welche die Mehrheit der Hotellerie Betriebe im Kanton Solothurn ausmachen. Dagegen hat sich die Anzahl der geöffneten Betriebe der 4- bis 5-Sterne-Hotellerie um 5.9 Prozentpunkte erhöht. Die Gesamtentwicklung

bedeutet, dass weniger Betriebe heute mehr Logiernächte verzeichnen als noch im Jahr 2017.

In Bezug auf die Entwicklung der durchschnittlich (gewichtet nach Monats-tagen) verfügbaren Zimmer ist deren Anzahl im Vergleich zu 2017 um 3.3 Prozentpunkte gesunken. Angesichts der gleichzeitig gestiegenen Anzahl an Logiernächten deutet dies auf eine höhere Auslastung der verfügbaren Zimmer hin.

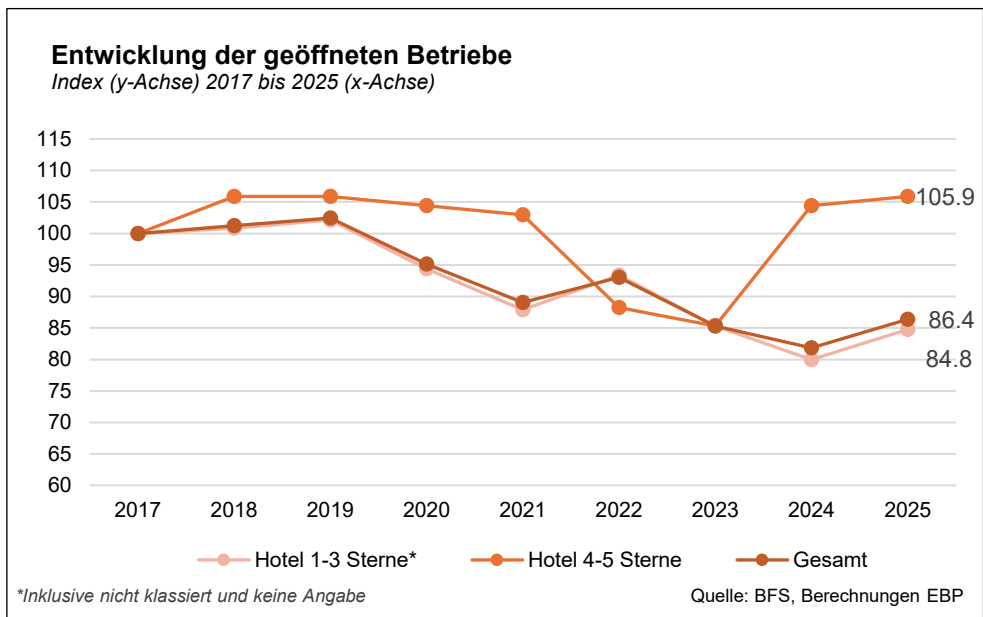


Abbildung 7: Entwicklung der durchschnittlich geöffneten Betriebe im Kanton von 2017 bis 2025 nach Kategorie

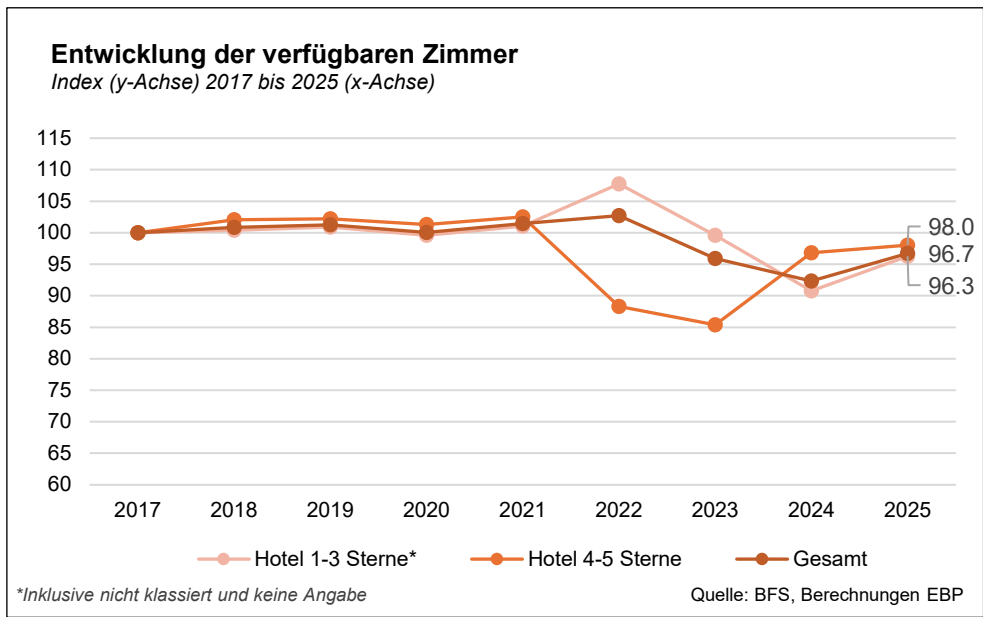


Abbildung 8: Entwicklung der durchschnittlich verfügbaren Zimmer im Kanton von 2017 bis 2025 nach Kategorie

Übersicht über Logiernächte, Betriebe und Zimmer im Kanton Solothurn 2017 und 2025

	2017	2025	Veränderung 2017 zu 2025
Logiernächte			
Hotel 1-3 Sterne*	278'000	286'000	2.9%
Hotel 4-5 Sterne	135'000	141'000	4.4%
Gesamt	413'000	425'000	3.4%
Geöffnete Betriebe**			
Hotel 1-3 Sterne*	69.5	58.9	-15.2%
Hotel 4-5 Sterne	5.7	6	5.9%
Gesamt	75.2	64.9	-13.6%
Verfügbare Zimmer**			
Hotel 1-3 Sterne*	1'297	1'248	-3.7%
Hotel 4-5 Sterne	451	442	-2.0%
Gesamt	1'748	1'690	-3.3%

*Inkl. nicht klassiert und keine Angabe

**Durchschnittlich (nach Monatstagen gewichtet)

Abbildung 9: Logiernächte, geöffnete Betriebe und verfügbare Zimmer in der Hotellerie im Kanton Solothurn in den Jahren 2017 und 2025 inklusive Veränderungsrate

3.3.2 Gästefrequenzen und Tagesgästeanteile

Frequenzen in Tsd.	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Region Olten	Naturpark Thal	Schwarzbubenland
Total Gäste	6'428	2'843	2'127	591	867
Total übernachtende Gäste	1'201	559	441	69	132
Hotel	425	193	199	16	17
übrige Parahotellerie	107	74	4	13	16
Ferienwohnungen	71	33	22	9	7
Verwandte/Bekannte	598	259	216	31	92
Tagesgäste	5'227	2'284	1'686	522	735

Quelle: EBP, HESTA (BFS)

Abbildung 10: Gesamtfrequenzen im Jahr 2025 nach 4er-Region und Gästekategorie

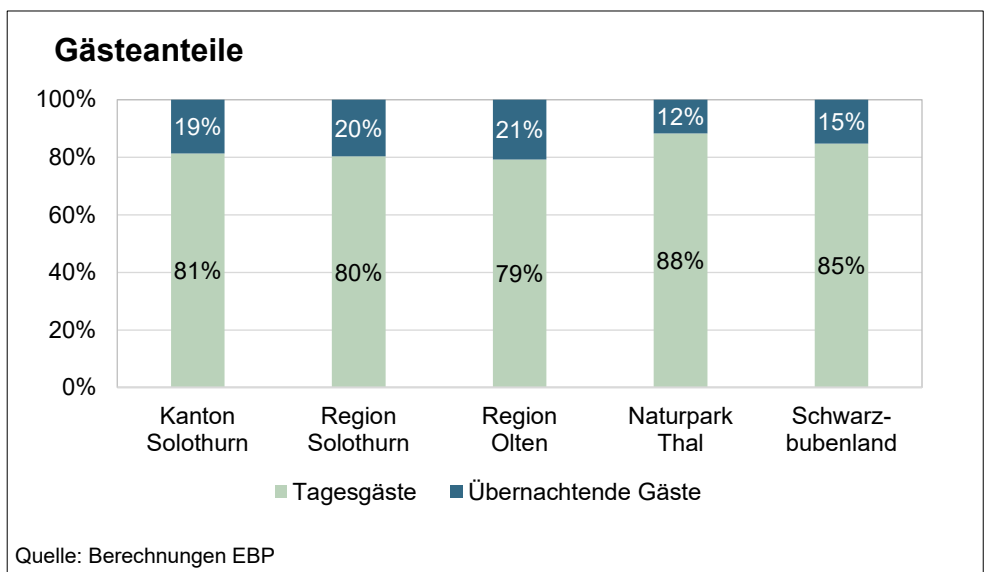


Abbildung 11: Tages- und Übernachtungsgästeanteile im Jahr 2025 nach Kanton und 4er-Region

Gästefrequenzen

Im Jahr 2025 erreichte der Kanton Solothurn mehr als 6.4 Mio. Gästefrequenzen. Im Vergleich zu 2017 entspricht dies einer Steigerung um rund 250'000 Frequenzen respektive 4%. Der Anteil der Tagesgäste lag bei 81%. Entsprechend entfielen rund 1.2 Mio. Frequenzen auf Übernachtungsgäste in den verschiedenen Unterkunfts-kategorien, während zusätzlich rund 5.2 Mio. Tagesgäste verzeichnet wurden.

Die Übernachtungsgäste im Kanton Solothurn verteilen sich auf verschiedene Unterkunftsformen. Im Jahr 2025 entfielen rund 425'000 Übernachtungsfrequenzen auf die Hotellerie. Damit stellt das Hotelangebot den wichtigsten Teil der kommerziellen Beherbergung dar und trägt wesentlich zur touristischen Wertschöpfung im Kanton bei.

Ferienwohnungen machten im Jahr 2025 knapp 71'000 Übernachtungsfrequenzen aus. Dazu zählen sowohl eigengenutzte als auch vermietete Ferienwohnungen. Dieses Segment ist insbesondere in den touristisch geprägten Regionen von Bedeutung und weist eine vergleichsweise stabile Nachfrage auf.

Die übrige Parahotellerie, zu der unter anderem Ferienwohnungen zur Vermietung, Gruppenunterkünfte und ähnliche Angebote zählen, verzeichnete rund 107'000 Übernachtungsfrequenzen. Dieses Segment ergänzt das klassische Beherbergungsangebot und spricht spezifische Zielgruppen an.

Ein weiterer bedeutender Anteil der Übernachtungen entfiel auf nicht kommerzielle Aufenthalte bei Verwandten oder Bekannten. Im Jahr 2025 wurden in diesem Segment knapp 600'000 Übernachtungsfrequenzen registriert. Diese Form der Übernachtung ist insbesondere im Zusammenhang mit Besuchs-, Familien- und Alltagstourismus relevant. Trotz der hohen Anzahl an Übernachtungen sind die wirtschaftlichen Wirkungen dieses Segments von geringer Bedeutung.

Die Region Solothurn verzeichnete insgesamt rund 2.8 Mio. Gästefrequenzen, davon rund 550'000 Übernachtungsfrequenzen. Auch die übrigen Regionen wiesen sehr bedeutende Gästefrequenzen auf, nämlich 2.1 Mio. in Olten, 867'000 im Schwarzbubenland und knapp 600'000 im Naturpark Thal. Mit 15 Prozent war die Steigerung im Vergleich zum Jahr 2017 im Naturpark Thal am höchsten.

Tagesgästeanteile

Der Tagesgästeanteil unterscheidet sich deutlich zwischen den Regionen. Im Naturpark Thal ist der Anteil der Tagesgäste mit rund 88% am höchsten, gefolgt vom Schwarzbubenland mit 85%. In den Regionen Solothurn und Olten hat der Übernachtungstourismus im Vergleich eine grössere Bedeutung, da der Tagesgästeanteil in beiden Regionen mit 80% etwas tiefer ist.

3.3.3 Tagesausgaben nach Gästekategorien

Tagesausgaben in CHF	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Region Olten	Naturpark Thal	Schwarzbubenland
Gesamtausgaben Gäste	52	58	56	29	37
Übernachtende Gäste	93	102	105	61	35
Hotel	207	220	207	129	138
Parahotellerie	96	102	116	80	78
Ferienwohnungen	59	71	47	77	22
Verwandte/Bekannte	16	19	16	11	8
Tagesgäste**	42	47	43	25	37

* inklusive nicht klassierte

** inklusive Ausgaben von Übernachtungsgästen aus anderen Regionen

Quelle: EBP

Abbildung 12: Tagesausgaben nach Gästekategorie im Jahr 2025 nach Kanton und 4er-Region

Im Kanton Solothurn geben Übernachtungsgäste im Jahr 2025 durchschnittlich 93 CHF pro Aufenthaltstag aus. Die Ausgaben der Tagesgäste liegen mit durchschnittlich 42 CHF pro Tag deutlich darunter. Im Durchschnitt aller Gästesegmente betragen die durchschnittlichen Tagesausgaben CHF 52.

Die Ausgaben der Übernachtungsgäste variieren stark nach Art der Unterkunft. Gäste, die in einem Hotel übernachten, weisen mit durchschnittlich rund 207 CHF pro Tag die höchsten Ausgaben auf. Übernachtungsgäste in selber genutzten Ferienwohnungen sowie in der übrigen Parahotellerie geben pro Aufenthaltstag im Durchschnitt 59 CHF beziehungsweise 96 CHF aus. Gäste, die bei Verwandten oder Bekannten übernachten, weisen im Vergleich die tiefsten durchschnittlichen Tagesausgaben von rund 16 CHF auf.

Die Ausgabenunterschiede zwischen den Regionen sind insgesamt erheblich. Sie lassen sich insbesondere durch die unterschiedlichen Gästesegmente, die jeweilige Aufenthaltsdauer sowie durch das vorhandene Unterkunfts- und Freizeitangebot erklären. Die Regionen Solothurn und Olten, welche einen höheren Anteil an Hotellerie und umsatzorientierten Angeboten haben, weisen tendenziell höhere durchschnittliche Tagesausgaben auf als der Naturpark Thal und das Schwarzbubenland.

3.3.4 Gesamtnachfrage nach Gästekategorie

Nachfrage in Mio. CHF	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Region Olten	Naturpark Thal	Schwarzbubenland
Gesamtausgaben Gäste	333	158	127	17	30
Übernachtende Gäste	112	51	46	4	4
Tagesgäste	221	107	81	13	26
Weitere Bestandteile*	51	13	36	0	2
Gesamtnachfrage	384	171	163	17	32

* An- und Abreise; Eigenmietwert, Investitionen und Unterhalt von Ferienwohnungen; Zusätzlich: Durchreisen und Bereinigung für Ausgaben in der Schifffahrt ausserhalb der Betrachtungsregion

Quelle: EBP

Abbildung 13: Touristische Gesamtnachfrage nach Gästekategorie im Jahr 2025 nach Kanton und 4er-Region

Elemente der touristischen Gesamtnachfrage

In die touristische Gesamtnachfrage im Kanton Solothurn werden nicht nur die Ausgaben der Gäste während ihres Aufenthalts einbezogen. Ebenfalls berücksichtigt werden die mit Ferienwohnungen verbundenen Aufwendungen, insbesondere Unterhaltskosten sowie Investitionen und der Eigenmietwert bestehender Ferienwohnungen. Zusätzlich fliessen die Kosten für die Hin- und Rückreise ein, sofern diese im Kanton Solothurn anfallen.

Total 384 Mio. CHF touristische Gesamtnachfrage im Kanton Solothurn

Die touristische Gesamtnachfrage im Kanton Solothurn beträgt insgesamt rund 384 Mio. CHF. Die grössten Nachfragekomponenten bilden die Ausgaben der Tagesgäste mit 221 Mio. CHF sowie der Übernachtungsgäste mit rund 112 Mio. CHF.

3.4 Direkte und indirekte Wirkungen

3.4.1 Touristische Wertschöpfung in Mio. CHF

Touristische Wertschöpfung in Mio. CHF	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Region Olten	Naturpark Thal	Schwarzbubenland
Touristische Leistungsträger	151	68	64	7	12
Beherbergungsgewerbe	52	26	20	3	3
Gaststättengewerbe	59	26	23	3	7
Verkehr	23	6	15		
Reisebüros, Tourismusservice	6	4	2		
Kultur, Sport, Unterhaltung	9	5	3		
Persönliche Dienstleistungen	2	1	1		
Übrige Sektoren 1 und 2	27	12	12	1	2
Bauwirtschaft	13	6	5	1	1
Dienstleistungen*	112	49	47	6	10
Detailhandel	24	10	11	1	2
Übrige Dienstleistungen	88	39	36	5	8
Gesamt	303	135	128	15	25

* ohne touristische Leistungsträger
Quelle: EBP

Abbildung 14: Touristische Wertschöpfung nach Branche und touristischen Leistungsträgern im Jahr 2025, nach Kanton und 4er-Region. Hinweis: Bei leeren Zellen können aus Datenschutzgründen keine Werte ausgewiesen werden.

Im Jahr 2025 generiert der Tourismus im Kanton Solothurn gesamthaft – direkt und indirekt – eine Bruttowertschöpfung von rund 303 Mio. CHF. Der Anteil des Tourismus an der gesamten kantonalen Bruttowertschöpfung beträgt damit rund 1.5 Prozent. Der Tourismussektor leistet somit einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Leistung des Kantons.

Die direkt bei den touristischen Leistungsträgern erzielte Bruttowertschöpfung beläuft sich auf rund 150 Mio. CHF. Daneben profitieren weitere Branchen in erheblichem Umfang von der touristischen Nachfrage. Besonders ausgeprägt sind die Effekte in der Dienstleistungsbranche mit einer direkt und indirekt ausgelösten Bruttowertschöpfung von 78 Mio. CHF, wovon rund 24 Mio. CHF dem Detailhandel und 54 Mio. CHF den übrigen Dienstleistungen zuzuordnen sind. Die Bauwirtschaft profitiert mit rund 13 Mio. CHF, unter anderem aufgrund von Investitionen in Beherbergungsbetriebe, touristische Infrastrukturen und Ferienwohnungen. Dies ist im Vergleich zu anderen Kantonen verhältnismässig wenig.

Die regionale Betrachtung verdeutlicht, dass der Tourismus in allen vier Regionen des Kantons Solothurn relevante wirtschaftliche Impulse setzt, wenn auch mit unterschiedlicher Intensität und Struktur. Die Regionen Solothurn und Olten weisen mit rund 135 resp. 128 Mio. CHF die höchste touristische Bruttowertschöpfung auf. Dies ist in der Region Solothurn auf die hohe Dichte an touristischen Angeboten, Veranstaltungen sowie den ausgeprägten Tages- und Städtetourismus zurückzuführen. Die Region Olten profitiert von ihrer Rolle als Verkehrs- und Dienstleistungszentrum, den hohen Frequenzen in Museen sowie ihren zunehmenden Aktivitäten im Bereich Veranstaltungen. Die Region Naturpark Thal erzielt eine touristische Bruttowertschöpfung von rund 15 Mio. CHF, das Schwarzbubenland eine solche von rund 25 Mio. CHF.

3.4.2 Tourismusanteile an der regionalen Wertschöpfung

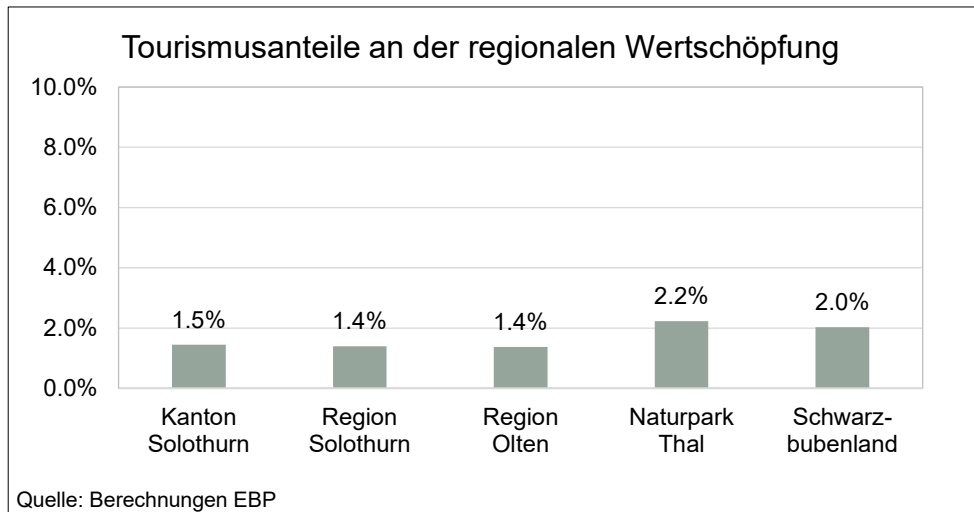


Abbildung 15: Tourismusanteile an der regionalen Wertschöpfung im Jahr 2025, nach Kanton und 4er-Region

Obwohl die durch den Tourismus ausgelösten Wirkungen in den Regionen Solothurn und Olten jene in den anderen beiden Regionen deutlich überwiegen, trägt der Tourismus im Naturpark Thal und im Schwarzbubenland dennoch stärker zur regionalen Wirtschaftsleistung bei als in den Regionen Olten und Solothurn. Dies unterstreicht die Relevanz des Tourismus insbesondere in den ländlicheren Regionen Schwarzbubenland und Naturpark Thal.

3.4.3 Anzahl Beschäftigte durch Tourismus in VZÄ

Touristische Beschäftigung in VZÄ	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Region Olten	Naturpark Thal	Scharzbubenland
Touristische Leistungsträger	1'750	795	720	90	145
Beherbergungsgewerbe	645	325	250	35	35
Gaststättengewerbe	795	345	315	40	95
Verkehr	145	35	100		
Reisebüros, Tourismusservice	55	35	15		
Kultur, Sport, Unterhaltung	90	45	30		
Persönliche Dienstleistungen	20	10	10		
Übrige Sektoren 1 und 2	170	75	70	10	15
Bauwirtschaft	110	50	45	5	10
Dienstleistungen*	680	295	300	30	55
Detailhandel	225	95	110	5	15
Übrige Dienstleistungen	455	200	190	25	40
Gesamt	2'710	1'215	1'135	135	225

* ohne touristische Leistungsträger
Quelle: EBP

Abbildung 16: Anzahl Beschäftigte durch Tourismus in VZÄ im Jahr 2025 pro Branche, nach Kanton und 4er-Region. Hinweis: Bei leeren Zellen können aus Datenschutzgründen keine Werte ausgewiesen werden.

Im Jahr 2025 löst der Tourismus im Kanton Solothurn gesamthaft – direkt und indirekt – eine Beschäftigungswirkung von rund 2'710 Vollzeitäquivalenten (VZÄ) aus. Damit trägt der Tourismus rund 2.3% zur gesamten kantonalen Beschäftigung bei und zählt zu den beschäftigungsintensiven Wirtschaftsbereichen des Kantons.

Ein wesentlicher Teil dieser Beschäftigungswirkung entfällt auf die touristischen Leistungsträger. In den klassischen tourismusnahen Branchen wie Beherbergung, Gastronomie, Personenverkehr sowie weiteren tourismusbezogenen Dienstleistungen sind rund 1'750 VZÄ beschäftigt.

Darüber hinaus entfaltet der Tourismus erhebliche indirekte Beschäftigungseffekte in weiteren Branchen. Besonders stark profitieren die Dienstleistungen mit 535 VZÄ, darunter der Detailhandel, persönliche Dienstleistungen, unternehmensnahe Dienstleistungen sowie Kultur-, Freizeit- und Veranstaltungsangebote. Die Bauwirtschaft weist mit rund 110 VZÄ ebenfalls eine touristisch bedingte Beschäftigungswirkung auf, insbesondere aufgrund von Investitionen in Beherbergungsbetriebe, touristische Infrastrukturen und Ferienwohnungen.

Auf regionaler Ebene zeigen sich deutliche Unterschiede in der touristisch ausgelösten Beschäftigungswirkung. Die Regionen Solothurn und Olten weisen mit rund 1'215 VZÄ respektive 1'135 VZÄ die höchste touristische Beschäftigung auf. In der Region Naturpark Thal beläuft sich die touristisch bedingte Beschäftigungswirkung auf rund 135 VZÄ und im Schwarzbubenland auf 225 VZÄ.

3.4.4 Tourismusanteile an der Beschäftigung

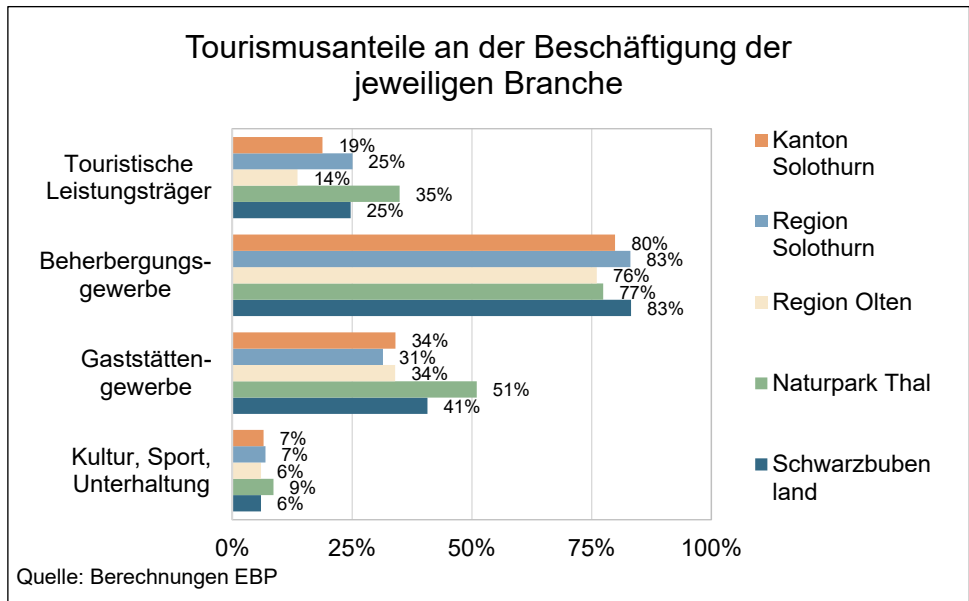


Abbildung 17: Tourismusanteile der touristischen Leistungsträger im Jahr 2025, nach Kanton und 4er-Region

Die Bedeutung des Tourismus für einzelne Wirtschaftsbranchen im Kanton Solothurn zeigt sich deutlich in den jeweiligen Tourismusanteilen. Der Tourismusanteil gibt an, welcher Anteil der Beschäftigten einer Branche direkt oder indirekt Leistungen für die touristische Nachfrage erbringt. Die Tourismusanteile verdeutlichen damit die Abhängigkeit der einzelnen Branchen vom Tourismus sowie dessen ausgeprägte Querschnittswirkung innerhalb der Wirtschaft des Kantons Solothurn.

Das Beherbergungsgewerbe weist kantonsweit mit einem Tourismusanteil von rund 80 Prozent erwartungsgemäss einen besonders hohen Wert auf. Auch im Gaststättengewerbe leistet der Tourismus mit 34% Tourismusanteil einen wesentlichen Beitrag zur Beschäftigung. Jedoch wird in der Gastronomie auch ein bedeutender Teil des Umsatzes mit der einheimischen Bevölkerung erzielt. Regional zeigen sich dabei Unterschiede: In den urban geprägten Regionen Solothurn und Olten ist der Anteil der einheimischen Nachfrage vergleichsweise hoch, während in den Regionen Naturpark Thal und Schwarzbubenland der touristische Anteil an der gastronomischen Beschäftigung überdurchschnittlich ausfällt. Der Personenverkehr weist einen Tourismusanteil von rund 4 Prozent aus. In der Region Olten kommt dem Verkehr aufgrund der verkehrlichen Drehscheibenfunktion eine besondere Bedeutung zu, während in den Regionen Solothurn, Naturpark Thal und Schwarzbubenland der Freizeit- und Ausflugstourismus beschäftigungswirksamer ist.

Weitere tourismusnahe Branchen weisen ebenfalls erhöhte Tourismusanteile auf, da sie direkt oder indirekt Leistungen für Gäste erbringen oder von touristisch bedingten Investitionen profitieren. Dazu zählen unter anderem persönliche Dienstleistungen (2%), der Detailhandel (4%) sowie Kultur- und Freizeitangebote (7%). Diese Effekte sind in allen vier Regionen feststellbar, wenn auch mit unterschiedlicher Ausprägung und Struktur.

3.5 Vergleiche zu den Studien 2008 und 2017

Die nachfolgenden Vergleiche zeigen die folgenden Entwicklungen auf:

- Anzahl Logiernächte nach Beherbergungskategorie 2017 und 2025
- Frequenzen in Betrieben von touristischen Leistungsträgern
- Touristische Beschäftigung im Kanton Solothurn in den Jahren 2008, 2017 und 2025
- Touristische Wertschöpfung im Kanton Solothurn in den Jahren 2008, 2017 und 2025
- Touristische Beschäftigung und Wertschöpfung in der Region Solothurn in den Jahren 2017 und 2025
- Touristische Beschäftigung und Wertschöpfung in der Region Olten in den Jahren 2017 und 2025
- Touristische Beschäftigung und Wertschöpfung im Naturpark Thal in den Jahren 2017 und 2025
- Touristische Beschäftigung und Wertschöpfung im Schwarzbubenland in den Jahren 2017 und 2025

3.5.1 Anzahl Logiernächte nach Beherbergungskategorie 2017 und 2025

	Kanton Solothurn 2017	Kanton Solothurn 2025
Total Logiernächte	1'156	1'201
Hotel	414	425
übrige Parahotellerie	123	107
Ferienwohnungen	76	71
Verwandte/Bekannte	544	598

Quelle: EBP, HESTA (BFS)

Abbildung 18: Logiernächte nach Beherbergungskategorie 2017 und 2025

Wir beobachten zwischen 2017 und 2025 einen Anstieg der Logiernächte von 4% über alle Übernachtungskategorien hinweg. Die Hotellerie verzeichnete rund 3% mehr Übernachtungen, während in der Parahotellerie sowie bei den Ferienwohnungen ein Rückgang von 10% zu beobachten ist. Demgegenüber beherbergten Verwandte und Bekannte rund 10% mehr Gäste als noch vor acht Jahren.

3.5.2 Frequenzen in ausgewählten Betrieben von touristischen Leistungsträgern

	2017	2024	Vergleich 2024 zu 2017
Weissenstein	2017	2024	
Personen Frequenz	296'965	274'138	92%
Schiffahrt	2017	2024	
Solothurn Zustiege	30'953	36'524	118%
Grenchen Zustiege	2'607	2'689	103%
Museen	2015*	2024	
Kunstmuseum Solothurn	13'418	23'023	172%
Naturmuseum Solothurn	31'649	55'082	174%
Museum Blumenstein	6'117	9'858	161%
<i>Quelle: Geschäftsberichte</i>			

*Keine Daten für 2017 verfügbar.

Abbildung 19: Entwicklung der Frequenzen bei verschiedenen touristischen Leistungsträgern im Kanton Solothurn

Zwischen 2017 und 2024 nahm die Personenfrequenz am Weissenstein ab. Absolut handelt es sich zwar um einen Rückgang, gleichzeitig bleibt das Niveau mit mehreren hunderttausend Besucherinnen und Besuchern deutlich höher als bei der Schiffahrt und den Museen.

Die Schiffahrt entwickelte sich im selben Zeitraum positiv. Die Zustiegszahlen nahmen insgesamt zu, mit einem stärkeren Wachstum in Solothurn und einer moderaten Zunahme in Grenchen. Sowohl absolut als auch prozentual ergibt sich hier eine aufwärtsgerichtete Entwicklung, allerdings auf deutlich tieferem Gesamtniveau als beim Weissenstein.

Bei den Museen ist der Zuwachs besonders ausgeprägt. Alle drei Häuser verzeichneten zwischen 2015 und 2024 eine klare Steigerung der Besucherzahlen, sowohl in absoluten Zahlen als auch relativ zum Ausgangsjahr. Trotz dieser hohen prozentualen Wachstumsraten bewegen sich die Museumsbesuche deutlich unter den absoluten Frequenzen des Weissensteins.

3.5.3 Vergleiche touristische Beschäftigung und touristische Wertschöpfung

Touristische Beschäftigung im Kanton Solothurn 2008, 2017 und 2025

	Beschäftigung	Beschäftigung	Beschäftigung	Δ Beschäftigung
	2008 (VZÄ)	2017 (VZÄ)	2025 (VZÄ)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	1'501	1'731	1'750	1%
Gastgewerbe ¹	1'231	1'381	1'440	4%
Verkehr ²	97	127	145	14%
Reisebüros, Tourismusservice	76	85	55	-35%
Kultur, Sport und Unterhaltung	86	121	90	-26%
Persönliche Dienstleistungen ³	11	17	20	18%
Dienstleistungen ⁴	892	966	680	-30%
Handel ⁵	201	272	225	-17%
Übrige Dienstleistungen	691	694	455	-34%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	233	311	280	-10%
Total	2'626	3'008	2'710	-10%

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-B Branchen

⁴ Ohne touristische Leistungsträger

⁵ U.a. Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bau

*In den Daten für das Jahr 2017 ist neben dem Detailhandel auch der Grosshandel ausgewiesen. Für das Jahr 2025 wird hingegen ausschliesslich der Detailhandel ausgewiesen und der Grosshandel ist in den übrigen Dienstleistungen enthalten.

Die touristische Beschäftigung ist 2025 im Vergleich zu 2017 um 10 % gesunken. Bei den touristischen Leistungsträgern blieb die Beschäftigung insgesamt zwar konstant, in den vorgelagerten Branchen war jedoch ein leichter Rückgang der touristischen Beschäftigung zu verzeichnen. Ein wichtiger Grund für die insgesamt sinkende touristische Beschäftigung ist die gestiegene Arbeitsproduktivität zwischen 2017 und 2025, wodurch mit dem gleichen Personaleinsatz mehr Wertschöpfung erzielt werden kann.

Touristische Bruttowertschöpfung im Kanton Solothurn 2008, 2017 und 2025

	Bruttowert- schöpfung	Bruttowert- schöpfung	Bruttowert- schöpfung	Δ BWS
	2008 (Mio. CHF)	2017 (Mio. CHF)	2025 (Mio. CHF)	(2017- 2025) %
Touristische Leistungsträger	107	123	151	23%
Gastgewerbe ¹	78	86	111	29%
Verkehr ²	13	19	23	21%
Reisebüros, Tourismusservice	6	7	6	-14%
Kultur, Sport und Unterhaltung	9	9	9	0%
Persönliche Dienstleistungen ³	1	2	2	33%
Dienstleistungen ⁴	108	124	112	-10%
Handel ⁵	24	34	24	-29%
Übrige Dienstleistungen	84	90	88	-2%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	24	35	40	16%
Total	239	281	303	8%

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-B Branchen

4 Ohne touristische Leistungsträger

5 U.a. Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bau

**In den Daten für das Jahr 2017 ist neben dem Detailhandel auch der Grosshandel ausgewiesen. Für das Jahr 2025 wird hingegen ausschliesslich der Detailhandel ausgewiesen und der Grosshandel ist in den übrigen Dienstleistungen enthalten..*

Die touristische Wertschöpfung ist seit 2017 um 8% gewachsen. Insbesondere die touristischen Leistungsträger konnten ihre Wertschöpfung um 22 % steigern. Vor allem das Gastgewerbe erzielte dabei zusätzliche Wertschöpfung in Höhe von 27 Mio. Franken. Weniger stark fiel der Anstieg hingegen bei den vorgelagerten Branchen der touristischen Leistungsträger aus.

Touristische Beschäftigung und Bruttowertschöpfung Region Solothurn 2008, 2017 und 2025

Bereich	Beschäftigung	Beschäftigung	Beschäftigung	Δ Beschäftigung
	2008 (VZÄ)	2017 (VZÄ)	2025 (VZÄ)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	696	806	795	-1%
Gastgewerbe ¹	595	669	670	0%
Verkehr ²	25	39	35	-10%
Reisebüros, Tourismusservice	33	34	35	3%
Kultur, Sport und Unterhaltung	41	59	45	-24%
Persönliche Dienstleistungen ³	2	5	10	100%
Dienstleistungen ⁴	375	386	295	-24%
Handel [*]	78	93	95	2%
Übrige Dienstleistungen	297	293	200	-32%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	94	113	125	11%
Total	1'165	1'305	1'215	-7%

Bereich	Bruttowertschöpfung	Bruttowertschöpfung	Bruttowertschöpfung	Δ BWS
	2008 (Mio. CHF)	2017 (Mio. CHF)	2025 (Mio. CHF)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	47	56	68	21%
Gastgewerbe ¹	38	42	52	24%
Verkehr ²	3	6	6	0%
Reisebüros, Tourismusservice	2	3	4	33%
Kultur, Sport und Unterhaltung	4	5	5	0%
Persönliche Dienstleistungen ³	0	0	1	150%
Dienstleistungen ⁴	46	51	49	-4%
Handel [*]	9	12	10	-17%
Übrige Dienstleistungen	37	39	39	0%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	10	11	18	70%
Total	103	118	135	14%

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 Ohne touristische Leistungsträger

⁵ U.a. Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bau

*In den Daten für das Jahr 2017 ist neben dem Detailhandel auch der Grosshandel ausgewiesen. Für das Jahr 2025 wird hingegen ausschliesslich der Detailhandel ausgewiesen und der Grosshandel ist in den übrigen Dienstleistungen enthalten.

Touristische Beschäftigung und Bruttowertschöpfung Region Olten 2008, 2017 und 2025

Bereich	Beschäftigung	Beschäftigung	Beschäftigung	Δ Beschäftigung
	2008 (VZÄ)	2017 (VZÄ)	2025 (VZÄ)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	589	701	720	3%
Gastgewerbe ¹	457	532	565	6%
Verkehr ²	65	81	100	23%
Reisebüros, Tourismusservice	35	44	15	-66%
Kultur, Sport und Unterhaltung	26	34	30	-12%
Persönliche Dienstleistungen ³	6	10	10	0%
Dienstleistungen ⁴	416	453	300	-34%
Handel [*]	96	150	110	-27%
Übrige Dienstleistungen	320	303	190	-37%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	91	136	115	-15%
Total	1'096	1'290	1'135	-12%

Bereich	Bruttowertschöpfung	Bruttowertschöpfung	Bruttowertschöpfung	Δ BWS
	2008 (Mio. CHF)	2017 (Mio. CHF)	2025 (Mio. CHF)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	45	52	64	24%
Gastgewerbe ¹	29	33	43	30%
Verkehr ²	9	12	15	25%
Reisebüros, Tourismusservice	3	4	2	-50%
Kultur, Sport und Unterhaltung	3	2	3	50%
Persönliche Dienstleistungen ³	1	1	1	25%
Dienstleistungen ⁴	51	58	47	-19%
Handel [*]	12	19	11	-42%
Übrige Dienstleistungen	39	39	36	-8%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	10	16	17	5%
Total	105	126	128	2%

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 Ohne touristische Leistungsträger

⁵ U.a. Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bau

^{*}In den Daten für das Jahr 2017 ist neben dem Detailhandel auch der Grosshandel ausgewiesen. Für das Jahr 2025 wird hingegen ausschliesslich der Detailhandel ausgewiesen und der Grosshandel ist in den übrigen Dienstleistungen enthalten.

Touristische Beschäftigung und Bruttowertschöpfung Naturpark Thal 2008, 2017 und 2025

Bereich	Beschäftigung	Beschäftigung	Beschäftigung	Δ Beschäftigung
	2008 (VZÄ)	2017 (VZÄ)	2025 (VZÄ)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	101	76	90	18%
Gastgewerbe ¹	87	63	75	19%
Verkehr ²				
Reisebüros, Tourismusservice				
Kultur, Sport und Unterhaltung				
Persönliche Dienstleistungen ³				
Dienstleistungen ⁴	30	34	30	-12%
Handel [*]	9	8	5	-38%
Übrige Dienstleistungen	21	26	25	-4%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	22	26	15	-42%
Total	153	136	135	-1%

Bereich	Bruttowertschöpfung	Bruttowertschöpfung	Bruttowertschöpfung	Δ BWS
	2008 (Mio. CHF)	2017 (Mio. CHF)	2025 (Mio. CHF)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	7	5	7	30%
Gastgewerbe ¹	6	4	6	50%
Verkehr ²				
Reisebüros, Tourismusservice				
Kultur, Sport und Unterhaltung				
Persönliche Dienstleistungen ³				
Dienstleistungen ⁴	3	5	6	33%
Handel [*]	1	1	1	-9%
Übrige Dienstleistungen	2	3	5	47%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	2	2	2	5%
Total	12	12	15	27%

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 Ohne touristische Leistungsträger

⁵ U.a. Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bau

*In den Daten für das Jahr 2017 ist neben dem Detailhandel auch der Grosshandel ausgewiesen. Für das Jahr 2025 wird hingegen ausschliesslich der Detailhandel ausgewiesen und der Grosshandel ist in den übrigen Dienstleistungen enthalten.

Hinweis: Bei leeren Zellen können aus Datenschutzgründen keine Werte ausgewiesen werden.

Touristische Beschäftigung und Bruttowertschöpfung Schwarzbubenland 2008, 2017 und 2025

Bereich	Beschäftigung	Beschäftigung	Beschäftigung	Δ Beschäftigung
	2008 (VZÄ)	2017 (VZÄ)	2025 (VZÄ)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	115	150	145	-3%
Gastgewerbe ¹	92	117	130	11%
Verkehr ²				
Reisebüros, Tourismusservice				
Kultur, Sport und Unterhaltung				
Persönliche Dienstleistungen ³				
Dienstleistungen ⁴	72	92	55	-40%
Handel [*]	18	21	15	-29%
Übrige Dienstleistungen	54	71	40	-44%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	26	35	25	-29%
Total	213	277	225	-19%

Bereich	Bruttowertschöpfung	Bruttowertschöpfung	Bruttowertschöpfung	Δ BWS
	2008 (Mio. CHF)	2017 (Mio. CHF)	2025 (Mio. CHF)	(2017-2025) %
Touristische Leistungsträger	8	10	12	21%
Gastgewerbe ¹	6	7	10	37%
Verkehr ²				
Reisebüros, Tourismusservice				
Kultur, Sport und Unterhaltung				
Persönliche Dienstleistungen ³				
Dienstleistungen ⁴	8	12	10	-16%
Handel [*]	2	3	2	-23%
Übrige Dienstleistungen	6	9	8	-14%
Übrige Sektoren 1 und 2 ⁵	3	3	3	-3%
Total	19	25	25	0%

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 Ohne touristische Leistungsträger

⁵ U.a. Industrie und Gewerbe; Energie, Wasser, Bau

*In den Daten für das Jahr 2017 ist neben dem Detailhandel auch der Grosshandel ausgewiesen. Für das Jahr 2025 wird hingegen ausschliesslich der Detailhandel ausgewiesen und der Grosshandel ist in den übrigen Dienstleistungen enthalten.

Hinweis: Bei leeren Zellen können aus Datenschutzgründen keine Werte ausgewiesen werden.

3.6 Vergleiche mit anderen Kantonen und Tourismusgebieten

3.6.1 Anteile Tages- und Übernachtungsgäste

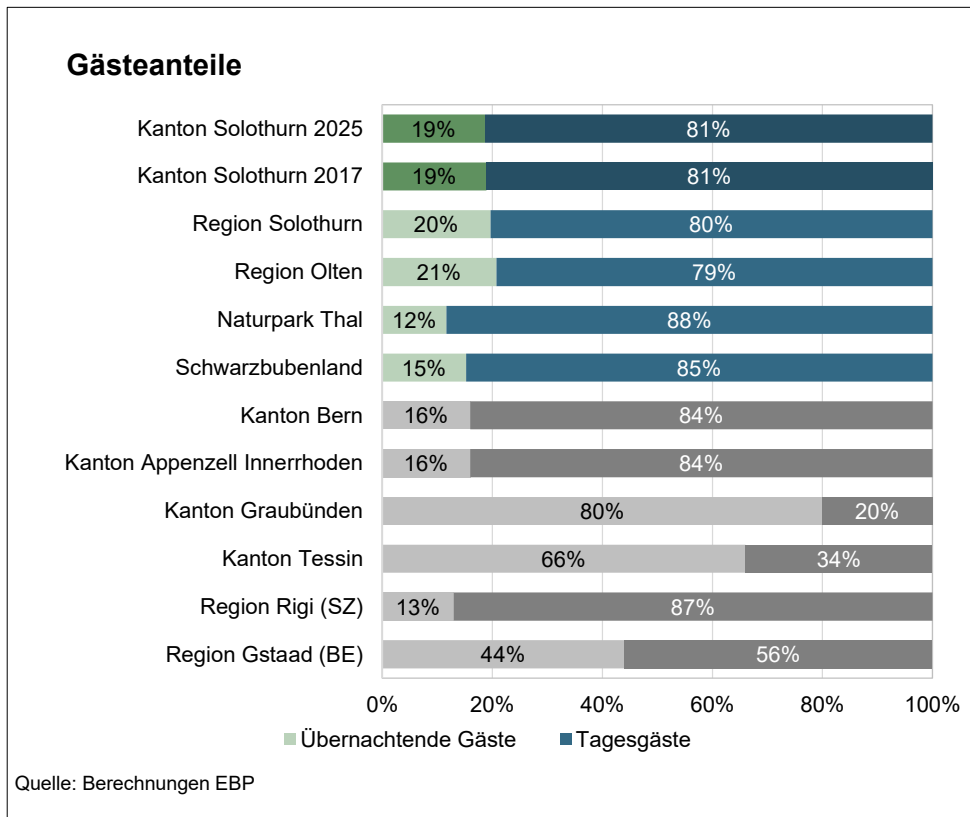


Abbildung 20: Vergleich der Tagesgästeanteile mit anderen Kantonen und ausgewählten Tourismusregionen

Die Gästestruktur im Kanton Solothurn ist traditionell von einem Übergewicht der Tagesgäste geprägt. Sowohl im Jahr 2017 als auch 2025 entfallen kantonsweit rund 81% der Gäste auf Tagesgäste, während der Anteil der Übernachtungsgäste stabil bei 19% liegt. Diese Konstanz deutet darauf hin, dass sich das Besuchsverhalten in dieser Zeitperiode kaum verändert hat. Der Kanton Solothurn wird weiterhin stark als Ausflugs- und Naherholungsdestination wahrgenommen.

Innerhalb des Kantons zeigen sich einige regionale Unterschiede. Die Regionen Olten und Solothurn weisen mit 21% resp. 20% Übernachtungsgästen einen leicht überdurchschnittlichen Wert auf. Noch stärker vom Tagesausflugsverkehr geprägt sind hingegen die ländlicheren Regionen. Im Naturpark Thal beträgt der Anteil der Übernachtungsgäste lediglich 12%, während 88% der Besucherinnen und Besucher Tagesgäste sind. Auch das Schwarzbubenland weist mit 15% Übernachtungsgästen einen klaren Schwerpunkt bei Tagesbesuchen auf.

Im Vergleich mit anderen Kantonen und Destinationen zeigt sich, dass der Kanton Solothurn im oberen Bereich der Tagesgästeanteile liegt. Kantone wie Bern oder Appenzell Innerrhoden weisen mit rund 84% Tagesgästen ebenfalls eine starke Ausflugsorientierung auf. Noch ausgeprägter ist diese Struktur in der Ausflugsregion Rigi (87% Tagesgäste). Demgegenüber

verfügen Ferienregionen wie Graubünden oder das Tessin über deutlich höhere Übernachtungsanteile, ebenso die Region Gstaad, wo sich Tages- und Übernachtungsgäste nahezu die Waage halten. Diese Vergleiche unterstreichen die Rolle des Kantons Solothurn als Tages- und Kurzaufenthaltsdestination im schweizweiten Kontext.

3.6.2 Tourismusanteile an der kantonalen Beschäftigung

Im Kanton Solothurn beträgt der Tourismusanteil an der Beschäftigung 2.3%. Zum Vergleich: Im Kanton Bern beträgt der Tourismusbeitrag an die kantonale Beschäftigung 7.8 %, im Kanton Schwyz 7.8% und im Kanton Appenzel Innerrhoden 16.8%. Im Tourismuskanton Graubünden beträgt dieser Anteil 31.3% (Quellen: Studien von Rütter Soceco und EBP).

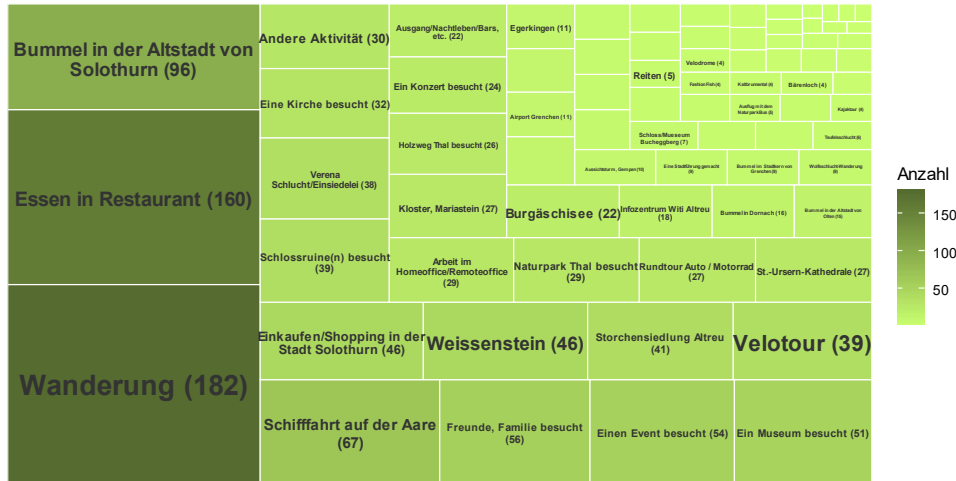
4. Ergebnisse Fokusthemen

4.1 Gästeaktivitäten

Kanton Solothurn

Welche Aktivitäten wurden unternommen?

Basierend auf 1497 Angaben



Quelle: EBP

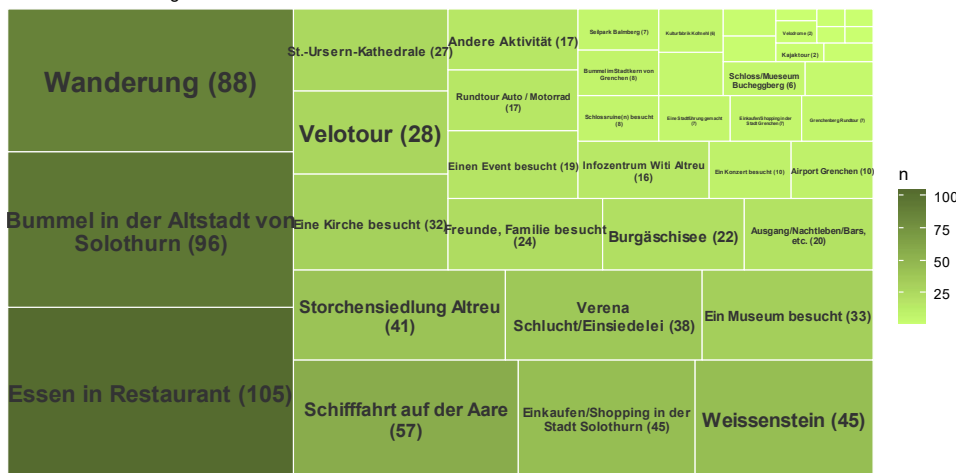
Abbildung 21: Unternommene Aktivitäten im Kanton Solothurn

Die Gäste im Kanton Solothurn unternehmen äusserst vielfältige Aktivitäten. Besonders oft wurden Wanderungen, Essen in der Gastronomie und Stadtbummel in Solothurn genannt. Ergänzend werden Aktivitäten wie Museumsbesuche, Schifffahrt, Naturerlebnisse oder Velotouren durchgeführt.

Region Solothurn

Welche Aktivitäten wurden unternommen? - Region Solothurn

Basierend auf 874 Angaben



Quelle: EBP

Abbildung 22: Unternommene Aktivitäten in der Region Solothurn

Die Gäste in der Region Solothurn unternehmen so vielfältige Aktivitäten wie die Region zu bieten hat. Naturnahe Erlebnisse wie Wanderungen auf dem

Weissenstein oder Velotouren entlang der Aare stehen in einem ausgewogenen Kontrast zum Bummeln in der Altstadt von Solothurn oder zum Geniessen der vielfältigen Gastronomie.

Region Olten

Welche Aktivitäten wurden unternommen? - Region Olten

Basierend auf 174 Anagaben



Quelle: EBP

Abbildung 23: Unternommene Aktivitäten in der Region Olten

Die Gäste in der Region Olten unternehmen ebenfalls vielfältige Aktivitäten. Am häufigsten genannt werden Essen in Restaurants, der Besuch von Veranstaltungen sowie Bummel in der Altstadt von Olten, ergänzt durch Wanderungen und Ausflüge in die Umgebung. Weitere Aktivitäten wie Einkaufen, Museumsbesuche, Velotouren oder der Besuch von Freunden und Familie spielen eine ergänzende, aber kleinere Rolle.

Naturpark Thal

Welche Aktivitäten wurden unternommen? - Naturpark Thal

Basierend auf 204 Angaben



Quelle: EBP

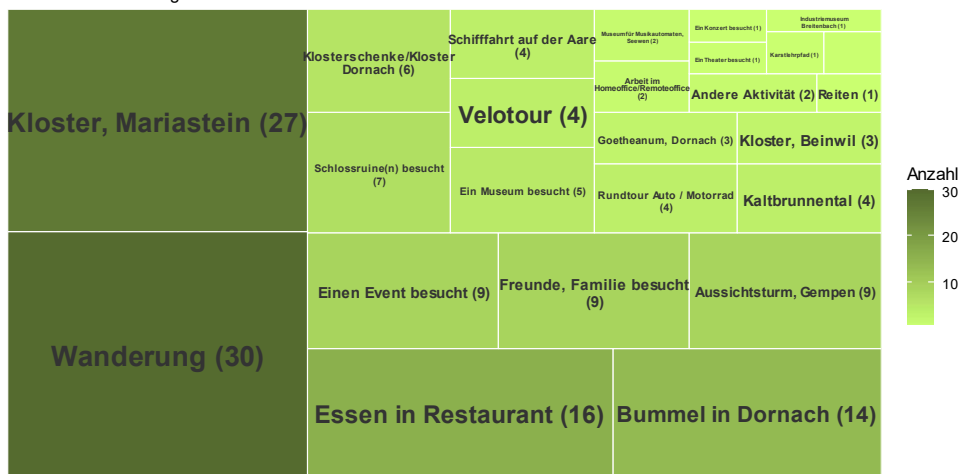
Abbildung 24: Unternommene Aktivitäten im Naturpark Thal

Die Gäste im Naturpark Thal konzentrieren sich stark auf natur- und landschaftsbezogene Aktivitäten. Besonders häufig werden Wanderungen sowie der Besuch des Naturparks selbst, des Holzwegs Thal und von Schlossruinen genannt, ergänzt durch Essen in Restaurants. Weitere Aktivitäten wie Veranstaltungen, kleinere Ausflüge oder Velotouren treten ergänzend auf, spielen insgesamt jedoch eine deutlich geringere Rolle.

Schwarzbubenland

Welche Aktivitäten wurden unternommen? - Schwarzbubenland

Basierend auf 166 Angaben



Quelle: EBP

Abbildung 25: Unternommene Aktivitäten im Schwarzbubenland

Die Gäste im Schwarzbubenland unternehmen vor allem natur- und kultur-nahe Aktivitäten. Besonders häufig genannt werden Wanderungen sowie der Besuch von Kloster Mariastein, ergänzt durch Essen in Restaurants und Bummel in Dornach. Weitere Aktivitäten wie Veranstaltungen, Ausflugsziele in der Umgebung oder Velotouren kommen ergänzend hinzu.

4.2 Nachhaltiger Tourismus

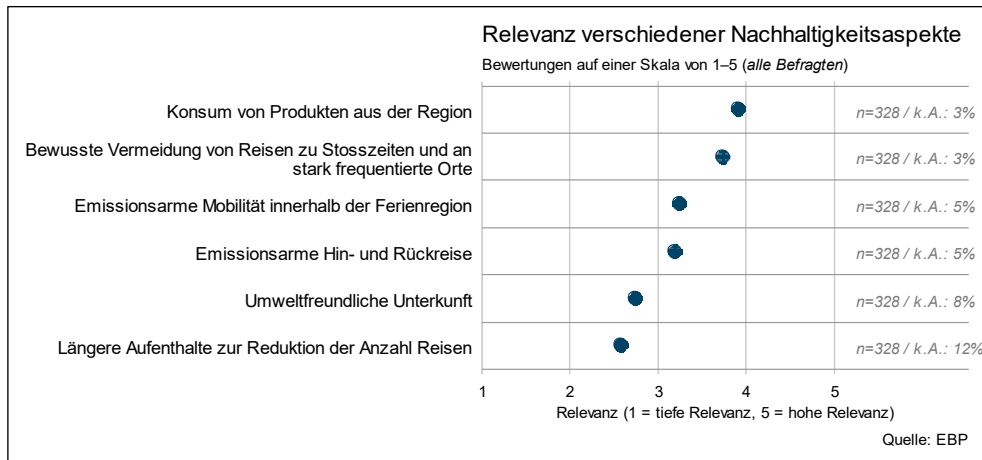


Abbildung 26: Relevanz verschiedener Nachhaltigkeitsaspekte aus Gästesicht

Die Ergebnisse zu den Nachhaltigkeitsaspekten zeigen eine grundsätzliche Sensibilität für nachhaltiges Verhalten. Insgesamt berücksichtigen die Gäste die Nachhaltigkeit vor allem dort, wo sie einfach umsetzbar und unmittelbar erlebbar ist.

Am stärksten ausgeprägt ist der Konsum von Produkten aus der Region. Ebenfalls vergleichsweise hoch bewertet wird die bewusste Vermeidung von Reisen zu Stosszeiten und an stark frequentierte Orte, was auf ein hohes Bewusstsein für Besucherlenkung hindeutet. Durchschnittlich weniger oft wird auf emissionsarmen Mobilität sowohl innerhalb der Ferienregion als auch bei der Hin- und Rückreise geachtet. Noch tiefer fällt die Relevanz von zwei Nachhaltigkeitsaspekten aus, die aus Sicht des Gastes noch einschneidender wären: Die Wahl einer umweltfreundlichen Unterkunft sowie längere Aufenthalte zur Reduktion der Anzahl Reisen.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass Nachhaltigkeit an Bedeutung verliert, sobald sie mit höheren Kosten, organisatorischem Aufwand oder einer Veränderung des gewohnten Reiseverhaltens verbunden ist.

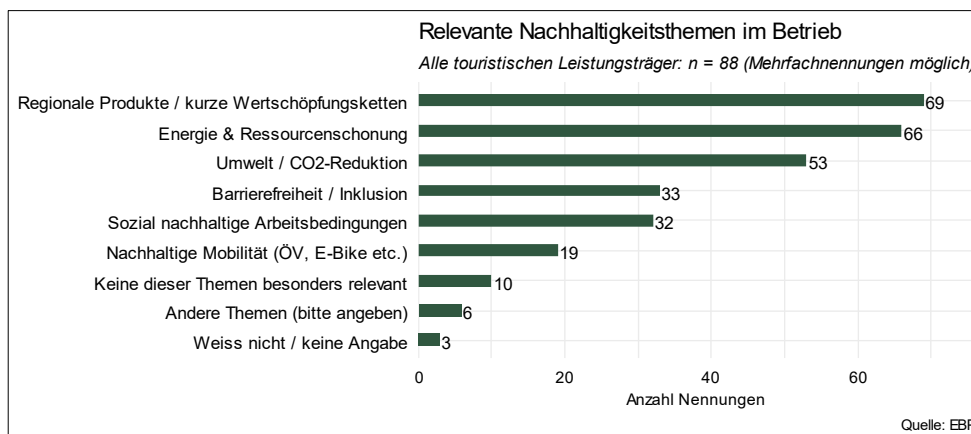


Abbildung 27: Relevante Nachhaltigkeitsthemen aus Anbietersicht

Bei der Befragung der touristischen Betriebe im Kanton Solothurn werden «regionale Produkte» und «kurze Wertschöpfungsketten» von knapp 70% als relevantes Nachhaltigkeitsthema bezeichnet. Mit 66% geben ebenfalls sehr viele Befragte an, dass im Betrieb auf Energie- und Ressourcenschonung geachtet wird. Ebenfalls von einer Mehrheit als relevant eingeschätzt wird der Bereich Umwelt- und CO₂-Reduktion.

Weniger stark im Fokus stehen Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit wie Barrierefreiheit, Inklusion und nachhaltige Arbeitsbedingungen, die zwar von einem Teil der Betriebe berücksichtigt werden, jedoch nicht zur breiten Priorität zählen.

4.3 Geschäftstourismus

Im Kanton Solothurn entfallen von den insgesamt 425'000 Hotelübernachtungen etwa 264'000 auf Geschäftsreisende, was einem Anteil von 62 Prozent entspricht. In der Region Olten liegt dieser Anteil mit 70 Prozent deutlich über dem Gesamtdurchschnitt.

Frequenzen in Tsd.	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Region Olten
Hotelgäste	425	193	199
davon Freizeitgäste	161	77	60
davon Geschäftsgäste	264	116	139
<i>Geschäftsgästeanteil an den Logiernächten</i>	<i>62%</i>	<i>60%</i>	<i>70%</i>

Quelle: EBP, HESTA (BFS)

Hinweis: Bei den Werten handelt es sich um indikative Abschätzung mit geringerer Genauigkeit aus der Befragung.

Abbildung 28: Aufschlüsselung der Hotelgäste nach Freizeit- und Geschäftsgäste.

Frequenzen der Hotellerie in Tsd.	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Region Olten
	<i>Abschätzung mit geringerer Genauigkeit, indikativ aus der Befragung</i>		
Geschäftsgäste	264	116	139
Individualgeschäftsreisende	132	68	60
Kongress- und Tagungsreisende	92	32	60
Aus- und Weiterbildungsreisende	40	16	19

Quelle: EBP, HESTA (BFS)

Hinweis: Bei den Werten handelt es sich um indikative Abschätzung mit geringerer Genauigkeit aus der Befragung.

Abbildung 29: Aufschlüsselung der Geschäftslogiernächte nach Art der Reise.

Der grösste Anteil der Geschäftslogiernächte wird durch Individualgeschäftsreisende generiert. Sie verursachen im Kanton rund die Hälfte aller Geschäftslogiernächte. An zweiter Stelle folgen Kongress- und Tagungsreisende mit etwas mehr als einem Drittel der Geschäftslogiernächte. Insbesondere in der Region Olten haben Kongress- und Tagungsreisende einen höheren Stellenwert als in der Region Solothurn. Aus- und Weiterbildungsreisende generieren rund 15 % der Geschäftslogiernächte im Kanton.

4.4 Separate Vorstudie «Gästekarte Kanton Solothurn»

Im Rahmen der vorliegenden Studie zur Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Solothurn wurde auch eine Vorstudie «Gästekarte Kanton Solothurn» durchgeführt. Die Vorstudie wurde von der NRP des Kantons Solothurn unterstützt. Das Ziel bestand darin, eine fundierte Entscheidungsgrundlage für eine mögliche Einführung einer kantonalen Gästekarte zu schaffen. Untersucht wurden die Erwartungen, Bedürfnisse und die Akzeptanz bei Gästen (Gästabefragung) sowie bei touristischen Leistungsträgern (Unternehmensbefragung). Gleichzeitig sollten jene Leistungen identifiziert werden, die aus Sicht der Nachfrage echten Mehrwert stiften, sowie die Voraussetzungen für eine praktikable und digitale Umsetzung geklärt werden.

*Die komplette Vorstudie «Gästekarte Kanton Solothurn» liegt als separater Bericht vor. Dieser befindet sich in Anhang **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.***

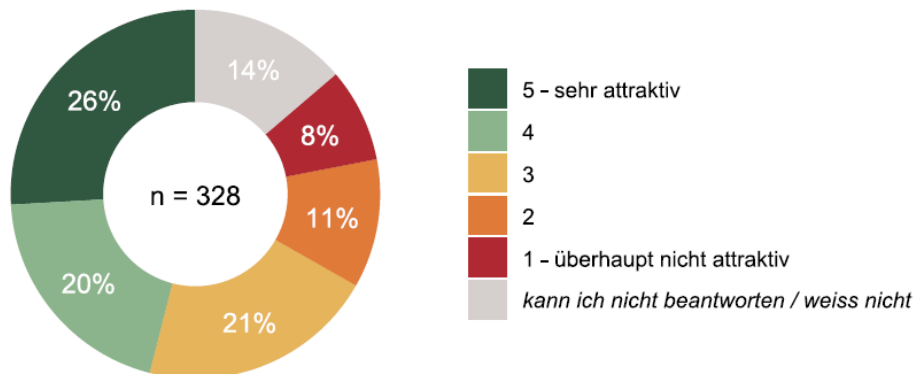
Methodik und Datenbasis

Auch die Vorstudie basiert auf der umfangreichen Gästabefragung (rund 2'400 Vor-Ort-Befragungen mit Gästen und 340 Online-Follow-ups im Zeitraum April–Oktober 2025) sowie der Online-Unternehmensbefragung bei touristischen Leistungsträgern (Rücklaufquote ca. 8 %, Herbst 2025 bis Februar 2026). Beide Befragungen gingen grundsätzlich von einer kostenlosen Gästekarte bei mindestens einer Übernachtung aus.

4.4.2 Gästekarte: Zentrale Ergebnisse aus der Gästebefragung

Attraktivität einer Gästekarte für den Kanton Solothurn

Bewertet auf einer Skala von 1 bis 5 – (alle Befragten)

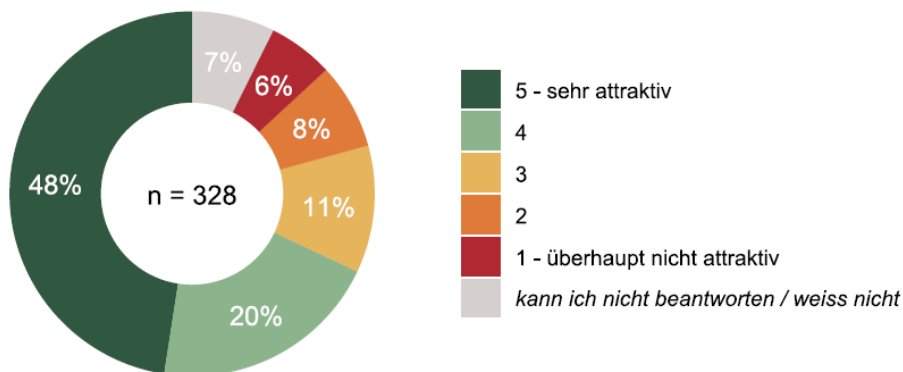


Quelle: EBP

Abbildung 30: Attraktivität einer Gästekarte im Kanton Solothurn aus Gästesicht

Attraktivität einer Gästekarte mit kostenloser ÖV-Nutzung

Bewertet auf einer Skala von 1 bis 5 – (alle Befragten)



Quelle: EBP

Abbildung 31: Attraktivität einer Gästekarte mit kostenloser ÖV-Nutzung im Kanton Solothurn aus Gästesicht

Die Abbildung zeigt, dass eine klare Mehrheit der befragten Gäste eine Gästekarte grundsätzlich als attraktiv beurteilt. Besonders ausgeprägt ist die Zustimmung, wenn die Gästekarte die kostenlose Nutzung des öffentlichen Verkehrs (ÖV) innerhalb des Kantons umfasst. Der ÖV erweist sich damit als zentraler Mehrwert und als Haupttreiber der wahrgenommenen Attraktivität.

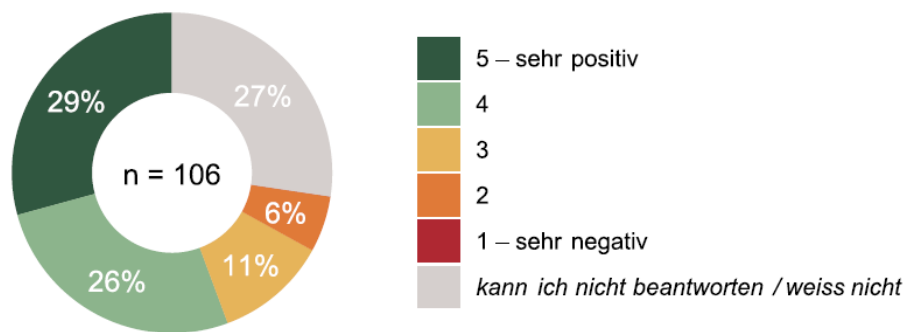
Aus den weiteren Fragestellungen geht hervor, dass aus Gästesicht die kostenlose ÖV-Nutzung sowie Vergünstigungen bei Bergbahnen zu den wichtigsten Leistungen einer Gästekarte zählen. Ebenfalls relevant sind reduzierte Eintritte in Museen und Freizeitangebote. Demgegenüber sind

Vergünstigungen in Gastronomie und Cafés von untergeordneter Bedeutung. Auffällig ist, dass nicht die Anzahl der Leistungen im Vordergrund steht, sondern deren Vielfalt und wahrgenommene Relevanz. Zudem legen die Gäste grossen Wert auf Inspiration und Tipps, etwa für kostenlose Erlebnisse. Bezüglich der Ausgestaltung besteht keine klare Präferenz zwischen vielen kleinen oder wenigen hohen Rabatten.

4.4.3 Gästekarte: Zentrale Ergebnisse aus der Befragung der touristischen Leistungsträger (Unternehmensbefragung)

Beurteilung der Einführung einer kantonalen Gästekarte

Bewertet auf einer Skala von 1 bis 5 – (Alle touristischen Leistungsträger)*



Quelle: EBP

Abbildung 32: Beurteilung einer kantonalen Gästekarte aus Sicht der Unternehmen

Auch aus Sicht der touristischen Leistungsträger wird die Einführung einer Gästekarte mehrheitlich positiv beurteilt. Als wichtigste Vorteile gelten eine erhöhte Sichtbarkeit der regionalen und eigenen Angebote, eine höhere Gästezufriedenheit sowie – insbesondere bei touristischen Dienstleistern – steigende Gästefrequenzen. Rund die Hälfte der Anbieter zeigt sich bereit, Leistungen im Rahmen einer Gästekarte zu rabattieren (durchschnittlich ca. 20%), wobei die Bereitschaft bei einem finanziellen Ausgleichsmechanismus deutlich steigt. Bezüglich der Form bevorzugen sowohl Anbieter als auch Gäste klar eine digitale Gästekarte (App oder digitales Dokument) mit minimalem administrativem Aufwand und möglichst automatisierter Ausstellung.

4.4.4 Finanzierung und Wirkungsgrenzen

Die Zahlungsbereitschaft der Gäste für eine Gästekarte ist insgesamt gering. Falls eine Gebühr erhoben würde, werden Beträge von 0–4 CHF bzw. 5–9 CHF pro Tag als akzeptabel eingeschätzt. Die Mehrheit der Anbieter spricht sich jedoch dafür aus, die Gästekarte bei Übernachtungen zu integrieren und über Gästetaxen oder den Übernachtungspreis zu finanzieren. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass eine Gästekarte zwar einzelne Übernachtungsimpulse auslösen kann, der Kanton Solothurn jedoch auch mit Gästekarte primär als Tagesdestination wahrgenommen wird.

4.4.5 Gesamtfazit für weiterführende Arbeitsschritte

Die Vorstudie zeigt deutlich, dass eine kantonale Gästekarte im Kanton Solothurn grundsätzlich auf hohe Akzeptanz bei Gästen und Leistungsträgern stösst. Der öffentliche Verkehr ist dabei ein wichtiger Hebel für Attraktivität, Nachhaltigkeit und Verhaltensänderung. Strategisch ist die Gästekarte weniger als isoliertes Finanzierungsinstrument, sondern vielmehr als Marketing-, Bündelungs- und Profilierungsinstrument zu verstehen. Für eine erfolgreiche Umsetzung sind eine digitale Lösung, ein geringer administrativer Aufwand sowie eine tragfähige Finanzierung entscheidend.

5. Fazit und Handlungsempfehlungen

Der Tourismus im Kanton Solothurn leistet auch im Jahr 2025 einen wichtigen Beitrag zur kantonalen Wertschöpfung und Beschäftigung. Mit rund 6.4 Mio. Gästefrequenzen (davon rund 1.2 Frequenzen von übernachtenden Gästen in den verschiedenen Übernachtungskategorien) und einer Bruttowertschöpfung von erstmals mehr als 300 Mio. CHF zeigt sich der Tourismus als wichtige Querschnittsbranche, die weit über klassische Beherbergung und Gastronomie hinauswirkt. Besonders stark profitieren Dienstleistungen, Detailhandel, Verkehr sowie Teile der Bauwirtschaft. Im Vergleich zu 2017 ist die touristische Wertschöpfung um rund 8% gewachsen. Die touristische Nachfrage hat sich nach Covid-19 rasch erholt. Im Vergleich zur Tourismusentwicklung in grossen Schweizer Städten sowie an touristischen Hotspots in alpinen Tourismusdestinationen verlief die Entwicklung im Kanton Solothurn jedoch insgesamt eher verhalten. Gleichzeitig erfüllt der Tourismus weiterhin eine wichtige Funktion als wohnortnahes Freizeit- und Erholungsangebot im Schweizerischen Mittelland dar und trägt wesentlich zur Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung bei.

Auffällig bleibt der sehr hohe Anteil an Tagesgästen, der sich seit Jahren kaum verändert hat und weiterhin rund vier Fünftel aller Gäste ausmacht. Der Kanton Solothurn wird damit primär als Ausflugs- und Naherholungsdestination wahrgenommen. Der Anteil der Übernachtungsgäste stagniert. Die durchschnittlichen Tagesausgaben in diesem Gästesegment betragen 93 CHF, in der Hotellerie gar 207 CHF.

Ein Drittel der im Rahmen der Gästebefragung angetroffenen Personen hat ihren Wohnsitz im Kanton Solothurn. Über die Hälfte der befragten Personen stammt aus anderen Kantonen der Schweiz. Besonders viele Gäste kamen aus den Nachbarkantonen Bern (15%), Basel-Landschaft (9%) und Aargau (8%). Mit knapp 9% machen ausländische Gäste einen vergleichsweise kleinen Anteil aus. Dabei liegt Deutschland mit knapp 4% an der Spitze der ausländischen Herkunftsländer.

Die vielfältigen Aktivitäten, die die Gäste unternehmen, verdeutlichen das touristische Potential des Kantons Solothurn für längere Aufenthalte. Der Kanton verfügt über ein sehr breites und vielfältiges Angebot – von Natur- und Freizeitaktivitäten über Kultur- und Städtetourismus bis hin zum Geschäftstourismus.

Die Ergebnisse zur Nachhaltigkeit und zum Geschäftstourismus zeigen zusätzliche Entwicklungschancen auf. Bei der Nachhaltigkeit zeigt sich, dass vor allem jene Massnahmen eine hohe Akzeptanz finden, die von den Gästen ohne grossen zusätzlichen Aufwand umgesetzt werden können. Dazu zählen beispielsweise das bewusste Einsparen von Wasser und Energie im Hotel, der Verzicht auf den täglichen Handtuch- oder Bettwäschewechsel, die Nutzung des öffentlichen Verkehrs statt des Autos oder das Konsumieren regionaler Produkte. Geschäftsreisende weisen überdurchschnittliche Ausgaben und somit ein hohes Wertschöpfungspotential auf.

Die Vorstudie zur kantonalen Gästekarte zeigt eine hohe Akzeptanz bei Gästen und Leistungsträgern und identifiziert den öffentlichen Verkehr als zentralen Hebel für Attraktivität, Nachhaltigkeit und Angebotsbündelung. Insgesamt verdeutlicht die Studie, dass weniger ein Mengenwachstum bei Tagesgästen, sondern vielmehr eine qualitative Weiterentwicklung mit Fokus auf Übernachtungen, Wertschöpfung und Nachhaltigkeit angestrebt werden sollte.

Basierend auf diesem Fazit lassen sich die folgenden Handlungsempfehlungen für den Tourismus im Kanton Solothurn ableiten:

- Eine kantonale Gästekarte könnte als neues Instrument zur Angebotsbündelung, zur touristischen Profilierung sowie zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität eingeführt werden. Eine digitale Umsetzung findet sowohl bei den Gästen als auch bei den touristischen Leistungsträgern breite Akzeptanz. Die Inkludierung des öffentlichen Verkehrs würde für die Gäste einen erheblichen Mehrwert schaffen und gleichzeitig zur Entlastung des Strassennetzes beitragen, zumal die Autobahn A1 als wichtigste Zubringerachse bereits heute weitgehend an ihre Kapazitätsgrenze stösst.
- Der Fokus sollte verstärkt auf eine längere Aufenthaltsdauer und einen höheren Anteil an Übernachtungsgästen gelegt werden. Angebote, Kommunikation und Erlebnispackages sollten gezielt so ausgerichtet werden, dass mehrtägige Aufenthalte attraktiver werden, etwa durch thematische Routen oder kombinierte Natur-, Kultur- und Genussangebote.
- Kongress-, Tagungs- sowie Weiterbildungsangebote sollten weiter gestärkt und gezielt mit Freizeit- und Genussangeboten verknüpft werden, um die Potenziale auch ausserhalb der reinen Arbeitszeit besser zu nutzen.
- Innerhalb von Wirtschaft, Politik und Verwaltung sollte das Verständnis für den Tourismus als Querschnittsbranche weiter gestärkt werden. Dies kann dazu beitragen, das Tourismusbewusstsein, die Mitwirkung sowie die Investitionsbereitschaft langfristig zu erhöhen. Gerade die vorliegende Wertschöpfungsstudie kann hierfür eine wichtige Grundlage bilden.

A1 Methodik

Zeitliche Abgrenzung

Die Ergebnisse der touristischen Wertschöpfungsstudie für den Kanton Solothurn bezogen sich grundsätzlich auf das Referenzjahr 2025. Die Gästebefragungen erstreckten sich über einen Zeitraum von sieben Monaten und umfassten die Frühlings-, Sommer- und Herbstsaison 2025. Dadurch konnten sowohl saisonale Spitzen als auch nachfrageschwächere Perioden berücksichtigt werden.

Die Analyse der Wirtschafts- und Beschäftigungsstruktur stützte sich auf die zum Zeitpunkt der Studierenerarbeitung aktuellsten verfügbaren Daten des Bundesamts für Statistik. Diese Daten bezogen sich primär auf das Jahr 2023.

Regionale Abgrenzung

Die Studie betrachtete den Kanton Solothurn als Ganzes und differenzierte die Ergebnisse zusätzlich nach den definierten Solothurner Tourismusregionen. Diese regionale Gliederung erlaubte es, Unterschiede in der touristischen Nachfrage, der Angebotsstruktur sowie der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus sichtbar zu machen.

Die Modellierung der wirtschaftlichen Wirkungen erfolgte primär auf Ebene der Hauptregionen, um eine ausreichende statistische Robustheit sicherzustellen. Die Ergebnisse wurden anschliessend mithilfe einer geeigneten Regionalisierungsmethode auch für kleinere räumliche Einheiten ausgewiesen. Dieses Vorgehen entspricht methodischen Standards und stellte sicher, dass regionale Vergleiche möglich waren, ohne die Aussagekraft der Resultate zu gefährden.

Als touristische Gäste galten alle Personen, die sich zu Freizeit-, Erholungs- oder geschäftlichen Zwecken ausserhalb ihres unmittelbaren Wohn- oder Arbeitsumfelds im Kanton Solothurn aufhielten (Umkreis mindestens 20 Minuten). Personen, die sich für einen Tagesausflug aus dem näheren Wohnumfeld in eine touristische Region begaben, wurden entsprechend als Tagsgäste berücksichtigt.

Nachfrage- und angebotsseitige Befragungen

Gästebefragung (Nachfrageseite)

Die touristische Nachfrage wurde mithilfe einer zweistufigen Gästebefragung erhoben. In der ersten Stufe wurden an möglichst vielen touristisch relevanten Standorten im Kanton Solothurn kurze Vor-Ort-Interviews durchgeführt. Befragt wurden sowohl Gäste als auch – in begrenztem Umfang – Einheimische. Ziel dieser ersten Erhebungsstufe war die Sammlung zentraler Basisinformationen zum Aufenthalt.

Um ein vertieftes und vollständiges Bild der Aktivitäten und Ausgaben nach Abschluss der Reise zu erhalten, erfolgte in einer zweiten Stufe eine Online-Befragung der Gäste. Diese wurde einige Tage nach dem Aufenthalt

durchgeführt und erlaubte eine detaillierte Erhebung des Ausgabeverhaltens sowie qualitative Einschätzungen zum Aufenthalt im Kanton Solothurn.

Die Befragungen fanden während sieben Monaten statt und verteilten sich zeitlich auf Frühling, Sommer und Herbst. Die regionale Repräsentativität wurde dadurch sichergestellt, dass die Interviews an einer grossen Anzahl von Standorten und Veranstaltungen durchgeführt wurden. Insgesamt wurden Befragungen an rund 30 Standorten durchgeführt, darunter rund 10 Veranstaltungen, verteilt über alle Tourismusregionen des Kantons.

Die Stichprobengrössen betragen rund 3'400 Interviews in der vor-Ort-Befragung (davon rund 2'400 Gäste) sowie etwa 340 Antworten im Online-Follow-Up. Die Befragungen wurden von geschultem Befragungspersonal durchgeführt, um eine einheitliche Qualität der Datenerhebung sicherzustellen.

Erhoben wurden folgende Indikatoren:

Vor-Ort-Befragung:

- Gästekategorie (Einheimisch, Tagesgast, Übernachtungsgast)
- Befragungsregion und – standort
- Gästesegment (Singel, Gruppen, Paare, Familie, Freunde etc.)
- Reisemotiv (Freizeit, Beruf, Ferien)
- Verkehrsmittel der Anreise (Auto, ÖV, Schiff, etc.)
- Anzahl Übernachtungen
- Tagesausgaben
- Übernachtungsausgaben
- Unterkunftsart (Hotel, Ferienwohnung, etc.)
- Logiernächte unterteilt nach Regionen
- Soziodemographische Angaben (Alter, Geschlecht, Herkunft/Wohnsitz)
- Bei Einheimischen Logiernächte von Verwandten und Bekannten im eigenen Haushalt.

Online Befragung:

- Unternommene Aktivitäten (Wandern, Museen oder Kirchen besuchen, etc.)
- ÖV-Nutzung (Abos, Anzahl Fahrten)
- Genauere Angaben zu Ausgaben während dem Aufenthalt
- Wichtigkeit von Nachhaltigkeit bei der Destinationswahl
- Qualitative Informationen (offen gestellte Fragen an die Gäste)

- Fragen zu einer Gästekarte im Kanton Solothurn (Attraktivität, Erwartung, Zahlungsbereitschaft, Ausgestaltung einer Gästekarte)
- Negative Erfahrungen während des Aufenthalts im Kanton Solothurn

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Herkunft der Befragten nach Region.

Herkunft der Befragten nach Region

Befragte	Kanton Solothurn	Region Solothurn	Region Olten	Naturpark Thal	Schwarzbubenland
Kurzbefragung vor Ort	3'187	1'424	656	301	806
Arbeit/Schule	5.0%	1.2%	5.0%	3.3%	12.2%
Wohnhaft im Kanton	32.4%	33.8%	41.8%	37.9%	20.2%
– Einheimisch in der Befragungsregion	21.0%	19.7%	31.9%	19.3%	15.0%
– Wohnhaft in anderen Teilen des Kantons	11.4%	14.0%	9.9%	18.6%	5.2%
Wohnhaft in der übrigen Schweiz	54.0%	59.3%	45.0%	48.8%	53.8%
– Kanton Bern	15.0%	26.1%	7.9%	12.3%	2.2%
– Kanton Basel-Landschaft	9.4%	2.4%	5.0%	8.3%	25.8%
– Kanton Aargau	7.6%	6.2%	13.0%	11.0%	4.6%
– Kanton Zürich	5.4%	6.6%	6.7%	4.3%	2.5%
– Kanton Basel-Stadt	4.8%	1.6%	2.9%	3.3%	12.7%
– Kanton Luzern	3.7%	4.7%	4.3%	4.7%	1.2%
– Übrige Kantone	8.0%	11.7%	5.2%	5.0%	4.8%
Wohnhaft im Ausland	8.7%	5.8%	8.2%	10.0%	13.8%
– Deutschland	3.7%	2.5%	3.4%	4.7%	5.8%
– Frankreich	1.5%	0.4%	0.6%	1.7%	4.1%
– Italien	0.3%	0.3%	0.6%	0.3%	0.1%
– Übriges Europa	1.6%	1.1%	1.7%	2.3%	2.2%
– USA	0.3%	0.5%	0.0%	0.3%	0.2%
– Indien	0.2%	0.0%	0.8%	0.0%	0.1%
– Übriges Ausland	1.1%	1.1%	1.2%	0.7%	1.1%

Unternehmensbefragung (Angebotsseite)

Die Angebotsseite des Tourismus wurde mittels einer breit angelegten Unternehmensbefragung erfasst. Befragt wurden touristische Leistungsträger und tourismusnahe Branchen, die direkt oder indirekt Umsätze mit touristischer Nachfrage erzielten. Dazu zählten insbesondere Beherbergungs-

betriebe, Gastronomie, Personenverkehr, Kultur-, Sport- und Freizeitanbieter sowie ausgewählte Dienstleistungs- und Handelsbranchen.

Die Unternehmensbefragung wurde als standardisierte Online-Befragung durchgeführt. Die Unternehmen wurden schriftlich zur Teilnahme eingeladen; die Auswertung erfolgte anonymisiert und aggregiert. Zur Erhöhung der Rücklaufquote wurden Erinnerungsschreiben eingesetzt. Insgesamt beteiligten sich 185 Unternehmen vollständig und 60 teilweise. Ein Hinweis zur eher tiefen Rücklaufquote findet sich in Abschnitt 2.3.2.

Inhaltlich wurden insbesondere folgende Aspekte erhoben:

- touristischer Umsatzanteil
- Beschäftigungseffekte
- Struktur und Herkunft der Vorleistungen
- Investitionstätigkeit
- Fragen zu einer Gästekarte im Kanton Solothurn aus Unternehmenssicht (Attraktivität, Ausgestaltung, Finanzierung)
- Fragen zur Nachhaltigkeit im Tourismus

Weitere Datengrundlagen

Neben den Primärerhebungen stützte sich die Studie auf verschiedene bestehende statistische Datengrundlagen. Dazu zählten insbesondere die Hotelleriestatistik (HESTA), weitere Beherbergungsstatistiken sowie Strukturstatistiken des Bundesamts für Statistik. Diese Daten wurden genutzt, um die Ergebnisse der Befragungen zu plausibilisieren, zu ergänzen und – wo erforderlich – zu gewichten.

Die Kombination aus primären Befragungsdaten und sekundären Statistikdaten ermöglichte eine konsistente und belastbare Abbildung der touristischen Nachfrage und Angebotsstruktur im Kanton Solothurn.

Modellierung und Berechnung

Die wirtschaftlichen Wirkungen des Tourismus wurden mithilfe einer regional angepassten Input-Output-Modellierung berechnet. In einem ersten Schritt wurden die touristischen Ausgaben den jeweiligen Wirtschaftsbranchen zugeordnet. Daraus ergaben sich die direkten Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte.

In einem zweiten Schritt wurden die indirekten Effekte berechnet, die durch Vorleistungsbezüge, Einkommen der Beschäftigten und Investitionen der touristischen Leistungsträger entstehen. Die Modellierung berücksichtigte die innerkantonalen Verflechtungen zwischen den Branchen und erlaubte eine konsistente Berechnung der gesamten touristischen Wertschöpfung und Beschäftigung (direkt und indirekt).

Im Rahmen der Modellierung werden Angebots- und Nachfrageseite abgeglichen, um sicherzustellen, dass die auf den Befragungen basierenden Ergebnisse ein gesamtwirtschaftlich konsistentes Gleichgewicht für die Region ergeben.

Die Ergebnisse wurden für den Kanton Solothurn insgesamt sowie differenziert nach Regionen und Branchen ausgewiesen. Wo methodisch möglich, wurden Vergleiche mit früheren Wertschöpfungsstudien vorgenommen, um Entwicklungen über die Zeit sichtbar zu machen.

A2 Literaturverzeichnis

EBP (2026, nicht veröffentlicht): Die Wertschöpfung des Tourismus in der Tourismusregion Thun-Thunersee (TTST), Zürich/Thun: EBP, Thun-Thunersee Tourismus.

EBP (2024): Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Graubünden 2022/23, Zürich/Chur: EBP, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden: [Einstieg / Wertschöpfungsstudie. Tourismus Graubünden.](#)

Hochschule Luzern (2024, nicht veröffentlicht): Tourismusstrategie des Schwarzbubenlandes. Luzern/Dornach: Hochschule Luzern, Forum Schwarzbubenland.

Burri, B., Schwehr, T., Clausen, J., Hoff, O., Baumberger, B. (2020). Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Schwyz 2019. Rüşchlikon/Schwyz: Rütter Soceco, Schwyz Tourismus.

Rieser, C., Schwehr, T., Rütter-Fischbacher, U., Rütter, H., Hoff, O., Nathani, C., Hellmüller, P. (2019): Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Appenzell Innerrhoden 2017. Rüşchlikon/Appenzell: Rütter Soceco, Volkswirtschaftsdepartement Kanton Appenzell Innerrhoden.

Rütter-Fischbacher, U., Schwehr, T., Baumberger, B., Nesarajah, S., Hellmüller, P. (2018): Die Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Solothurn 2017. Solothurn/Rüşchlikon: Kanton Solothurn Tourismus/Rütter Soceco.

Rieser, C., Schwehr, T., Hoff, O., Rütter, H., Nathani, C. (2018): Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern 2013-2016. Rüşchlikon: Rütter Soceco. Auftraggeber: Volkswirtschaftsdirektion Kanton Bern, beco Berner Wirtschaft.

Rütter-Fischbacher, U., Schwehr, T. (2017): Befragung von Eigentümer/innen von Zweitwohnungen im Kanton Uri. Rüşchlikon/Bern: Rütter Soceco, Bundesamt für Raumentwicklung.

Rütter-Fischbacher, U., Medici, D., Stoppa, R. et al. (2014): L'impatto economico del turismo in Ticino. Lugano/Rüşchlikon: Rütter Soceco, Tiresia, Repubblica e Canton Ticino (DFE).

Hes-so (2014): Wertschöpfung des Tourismus im Wallis. Siders: Walliser Tourismus Observatorium, Kanton Wallis.

A3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geographische Definition der acht Solothurner Tourismusregionen.....	8
Abbildung 2: Zuordnung der acht Solothurner Tourismusregionen zu den vier Hauptregionen	8
Abbildung 3: Entwicklung der Beschäftigten im Kanton Solothurn von 2017 bis 2023 nach Branchen	20
Abbildung 4: Die Wirtschaftsstruktur im Jahr 2023 nach Kanton und 4er Region basierend auf der Beschäftigung	20
Abbildung 5: Die Zusammensetzung der touristischen Leistungsträger im Jahr 2023 nach Kanton und 4er Region basierend auf der Beschäftigung	21
Abbildung 6: Entwicklung der Hotellogiernächte im Kanton von 2017 bis 2025 nach Kategorie	22
Abbildung 7: Entwicklung der geöffneten Betriebe im Kanton von 2017 bis 2025 nach Kategorie	23
Abbildung 8: Entwicklung der verfügbaren Zimmer im Kanton von 2017 bis 2025 nach Kategorie	23
Abbildung 9: Logiernächte, geöffnete Betriebe und verfügbare Zimmer in der Hotellerie im Kanton Solothurn in den Jahren 2017 und 2025 inklusive Veränderungsrate.....	24
Abbildung 10: Gesamtfrequenzen im Jahr 2025 nach 4er-Region und Gästekategorie	25
Abbildung 11: Tages- und Übernachtungsgästeanteile im Jahr 2025 nach Kanton und 4er-Region.....	25
Abbildung 12: Tagesausgaben nach Gästekategorie im Jahr 2025 nach Kanton und 4er-Region	27
Abbildung 13: Touristische Gesamtnachfrage nach Gästekategorie im Jahr 2025 nach Kanton und 4er-Region	27
Abbildung 14: Touristische Wertschöpfung nach Branche und touristischen Leistungsträgern im Jahr 2025, nach Kanton und 4er-Region.....	29
Abbildung 15: Tourismusanteile an der regionalen Wertschöpfung im Jahr 2025, nach Kanton und 4er-Region	30
Abbildung 16: Anzahl Beschäftigte durch Tourismus in VZÄ im Jahr 2025 pro Branche, nach Kanton und 4er-Region.	31
Abbildung 17: Tourismusanteile der touristischen Leistungsträger im Jahr 2025, nach Kanton und 4er-Region	32
Abbildung 18: Logiernächte nach Beherbergungskategorie 2017 und 2025	33
Abbildung 19: Entwicklung der Frequenzen bei verschiedenen touristischen Leistungsträgern im Kanton Solothurn	34
Abbildung 20: Vergleich der Tagesgästeanteile mit anderen Kantonen und ausgewählten Tourismusregionen	41
Abbildung 21: Unternommene Aktivitäten im Kanton Solothurn	43
Abbildung 22: Unternommene Aktivitäten in der Region Solothurn	43
Abbildung 23: Unternommene Aktivitäten in der Region Olten	44
Abbildung 24: Unternommene Aktivitäten im Naturpark Thal	44
Abbildung 25: Unternommene Aktivitäten im Schwarzbubenland.....	45

Abbildung 26: Relevanz verschiedener Nachhaltigkeitsaspekte aus Gästesicht	46
Abbildung 27: Relevante Nachhaltigkeitsthemen aus Anbietersicht	47
Abbildung 28: Aufschlüsselung der Hotelgäste nach Freizeit- und Geschäftsgäste.	47
Abbildung 29: Aufschlüsselung der Geschäftslogiernächte nach Art der Reise.....	48
Abbildung 30: Attraktivität einer Gästekarte im Kanton Solothurn aus Gästesicht	49
Abbildung 31: Attraktivität einer Gästekarte mit kostenloser ÖV-Nutzung im Kanton Solothurn aus Gästesicht	49
Abbildung 32: Beurteilung einer kantonalen Gästekarte aus Sicht der Unternehmen	50

A4 Bericht zur Vorstudie Kantonale Gästekarte

Auf den folgenden Seiten befindet sich der Powerpoint-Bericht zur Vorstudie Kantonale Gästekarte im Kanton Solothurn.



Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn Tourismus



Schlussbericht, März 2026

Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn

1



Inhalt

1. Hintergrund
2. Gästebefragung – Methodik und Auswertung
3. Unternehmensbefragung – Methodik und Auswertung
4. Fazit der Vorstudie
5. Mögliche Folgeschritte
6. Projektteam & Kontakt

2



1. Hintergrund zur Vorstudie



18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn

© EBP | 3

3



1. Ausgangslage & Ziele

Im Rahmen der Studie «**Wertschöpfung des Tourismus im Kanton Solothurn 2025**» wurde ein **Zusatzprojekt** lanciert, das sich vertieft mit dem **Potenzial einer kantonalen Gästekarte** und der Digitalisierung des Meldewesens befasst.

Das Zusatzprojekt basiert auf einem **NRP-Antrag** von Kanton Solothurn Tourismus und wird im Rahmen der laufenden touristischen Wertschöpfungsanalyse durch EBP umgesetzt.

Das Zusatzmodul «Gästekarte» verfolgt folgende **Ziele**:

- Erhebung der **Gästerwartungen und -bedürfnisse** zur Ausgestaltung einer attraktiven Gästekarte
- Erhebung der **Erwartungen und Bedürfnisse der touristischen Leistungserbringer** zur Ausgestaltung einer attraktiven Gästekarte
- Grundlagen schaffen für eine potenzielle Einführung einer **kantonalen Gästekarte**
- Erarbeitung von Erkenntnissen zur **digitalen Umsetzung**
- Erste Impulse zur Modernisierung des **Meldewesens** im Sinne einer digitalisierten, vernetzten Lösung

18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn

© EBP | 4

4



Finanzierung

- Das Zusatzmodul „Gästekarte“ wird zu einem grossen Teil von Kanton Solothurn Tourismus (KST) finanziert → NRP übernimmt rund ¼ der Kosten
- Die im Herbst 2025 durchgeführte Unternehmensbefragung (z. B. zu Gästekarte, Meldewesen, Digitalisierung, Nachhaltigkeit) wurde vollständig durch KST finanziert

5





2. Gästabefragung – Methodik und Auswertung



6

Gästebefragung


 

Methodik & Rahmenbedingungen - Gästebefragung

Für die Datenerhebung zur **Wertschöpfungsstudie** und für die **Zusatzfragen zur Gästekarte** im Rahmen der Neuen Regionalpolitik, wurde von Frühling bis Herbst 2025 ein zweistufiges Befragungskonzept angewendet:

1. Gästebefragung vor Ort


- An wichtigen touristischen Hotspots und Events im Kanton Solothurn
- Themen: *Reisegrund, Ausgaben, Demografie*
- April bis Oktober 2025
- Ca. 400 Befragungsstunden*
- Ca. 3'400 Antworten (n), davon rund 2'400 Gäste



➔

2. Gästebefragung online

- Follow-up einige Tage nach vor Ort Befragung
- Wenn die E-Mailadresse vor Ort angegeben wurde
- Vertiefende Fragen & qualitative Informationen
- Ca. 340 Antworten (n)





& NRP Zusatzfragen

- Themen: Gästekarte, öffentliche Verkehrsmittel, Nachhaltigkeit
- Quantitative, Qualitative und offene Fragen

18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn © EBP | 7

7

Gästebefragung

Methodik & Rahmenbedingungen - Gästebefragung


- Der Fragebogen zur Gästekarte umfasst insgesamt **18 geschlossene Fragen** (Ja/Nein oder Multiple Choice) sowie **4 offene Fragen**.
- Die Antworten wurden aus der persönlichen **Perspektive der Gäste im Kanton Solothurn** gegeben (nicht aus Sicht der Gruppe).
- Sofern nicht anders angegeben, gingen die Befragten davon aus, dass die **Gästekarte kostenlos** ist, sobald mindestens eine Übernachtung im Kanton erfolgt.

→ Auf den folgenden Folien werden die **Ergebnisse** präsentiert.

NRP-Zusatzfragen

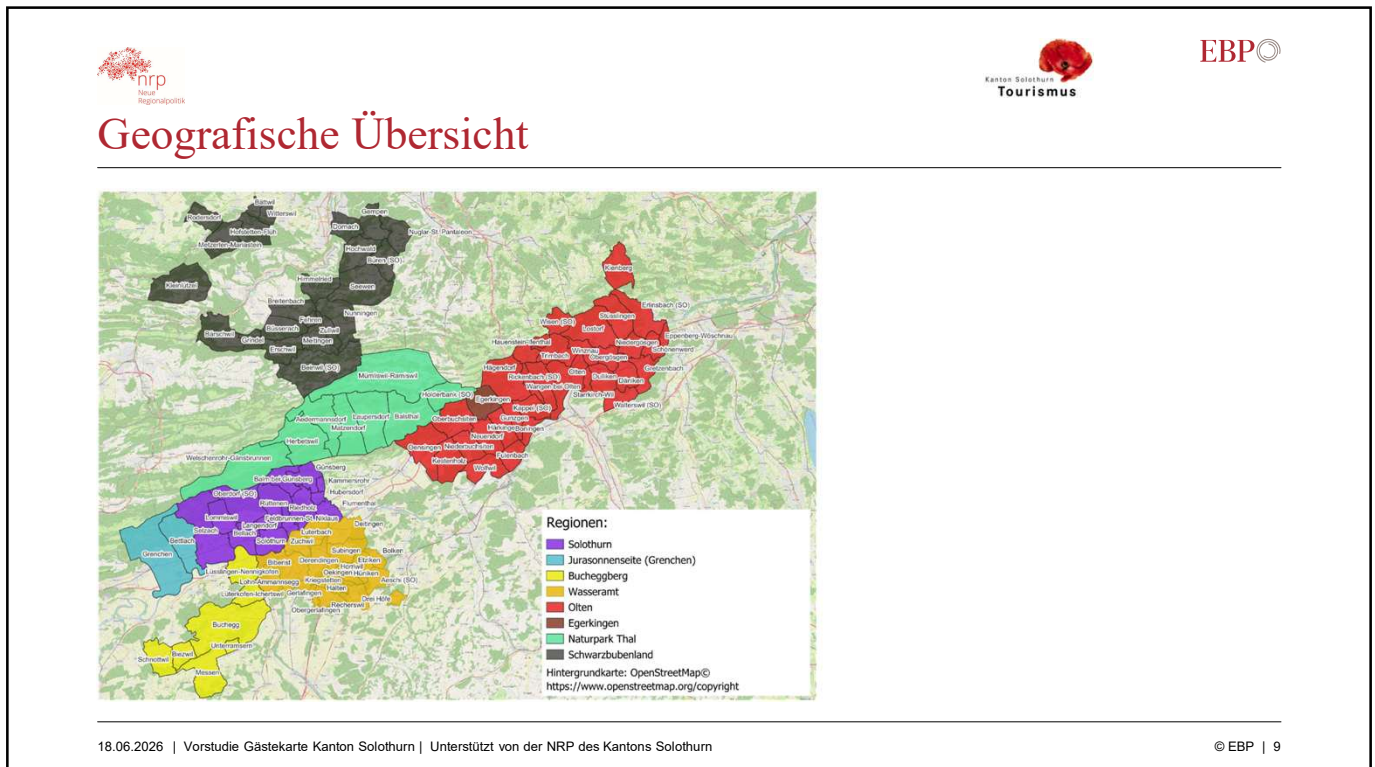
Themen:

- Gästekarte und Leistungen
- Gästekarte und wichtige Aspekte
- Gästekarte und ÖV
- Nachhaltigkeit
- Negative Erfahrungen der Gäste

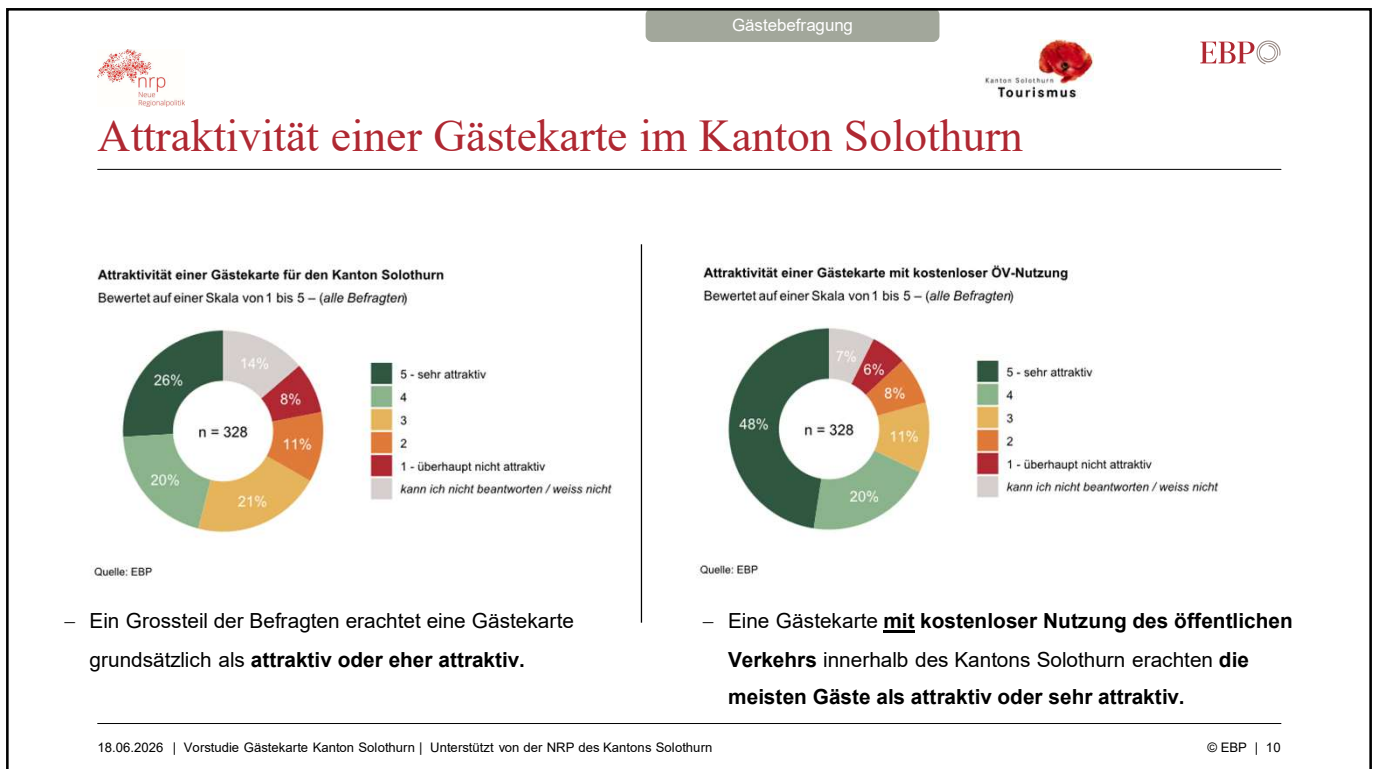


18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn © EBP | 8

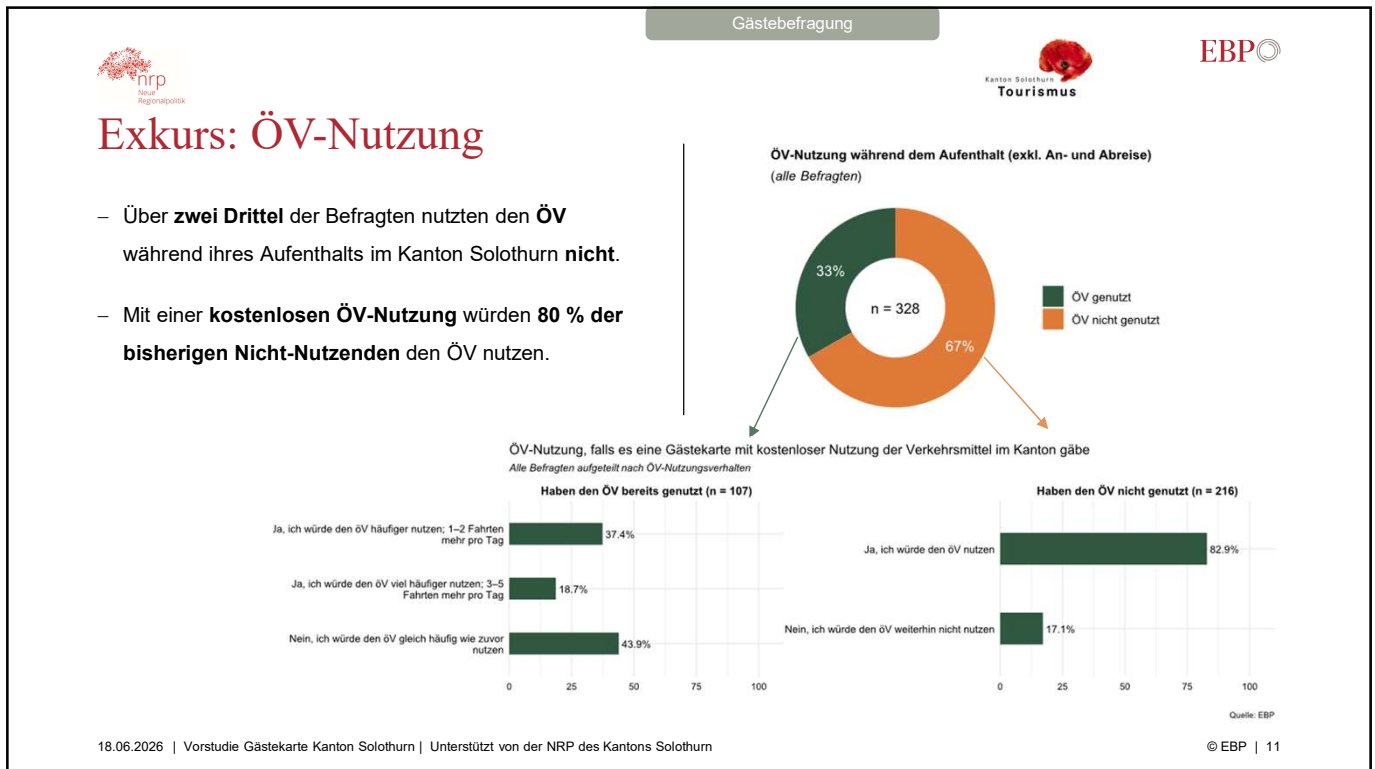
8



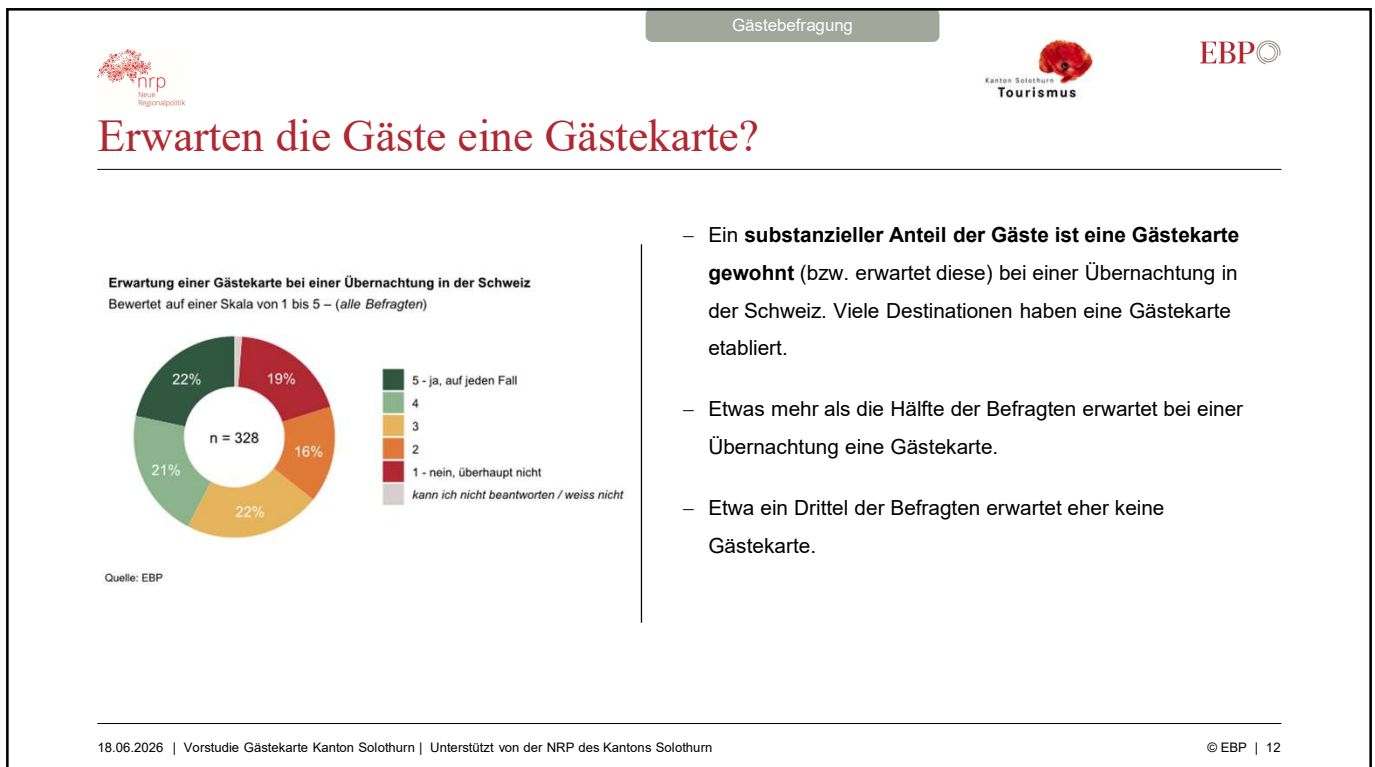
9



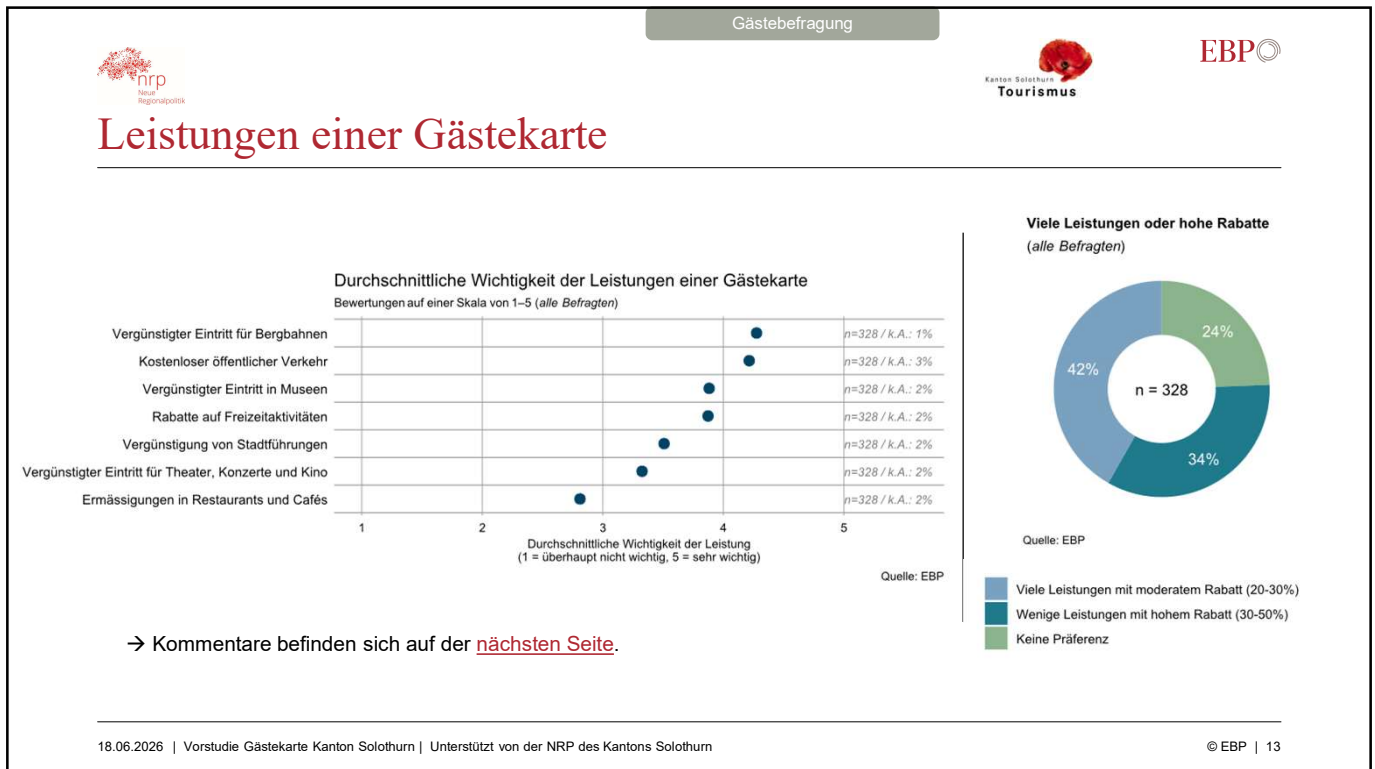
10



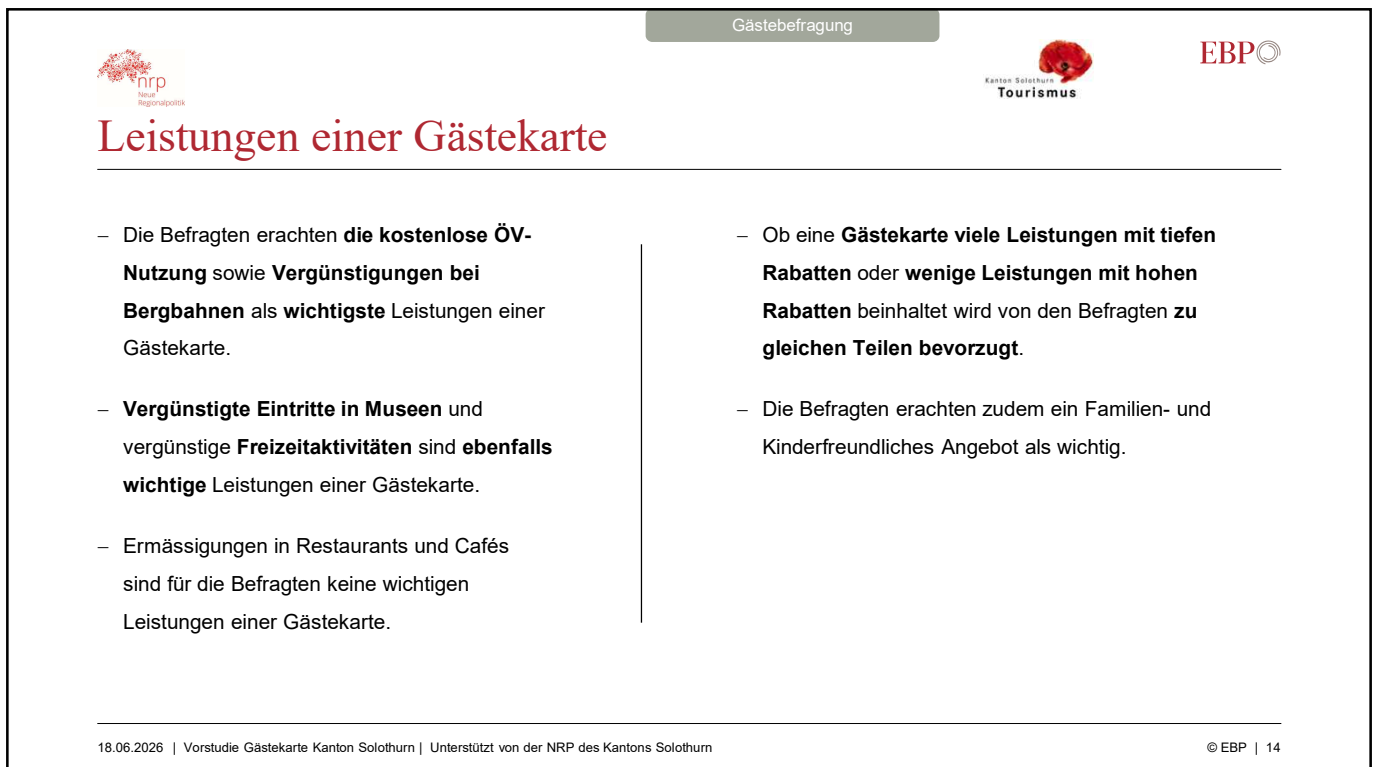
11




12





13



14



Gästekarte

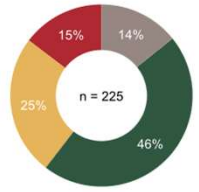
Wichtige Aspekte einer Gästekarte

Durchschnittliche Wichtigkeit diverser Aspekte einer Gästekarte
Bewertungen auf einer Skala von 1–5 (alle Befragten)

Aspekt	Durchschnittliche Wichtigkeit (ca.)	n=328 / k.A.: %
Einfache Anwendung der Karte	4.5	3%
Tipps für kostenlose Erlebnisse	4.0	2%
Vielfalt der Leistungen	3.8	3%
Höhe der Rabatte	3.8	3%
Menge der Leistungen	3.2	5%

(1 = überhaupt nicht wichtig, 5 = sehr wichtig)

Bevorzugte Nutzung einer Gästekarte
(alle Befragten)




- Keine Präferenz
- Physische Karte
- Digital in einer App (zum Download auf das Smartphone)
- Digital als PDF / Mail (online oder zum Ausdrucken)

Quelle: EBP



- Die **Menge der Leistungen** einer Gästekarte ist für die Befragten **weniger wichtig als deren Vielfalt**.
- Die Befragten erachten **Tipps für kostenlose Erlebnisse als wichtiger Aspekt** einer Gästekarte.
- Besonderen Wert legen die Befragten auf die **einfache Anwendung einer Gästekarte**, wobei digital in einer App die **bevorzugte Nutzungsart** ist.
- Nur ein Viertel der Befragten wünscht sich explizit eine physische Karte.

18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn
© EBP | 15

15

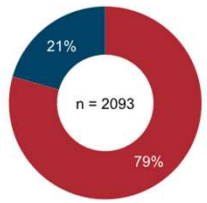


Gästekarte

Tages- und Übernachtungstourismus

Anteil Übernachtungsgäste und Tagesgäste im Kanton Solothurn
(alle Befragten - Daten aus Vor-Ort-Befragung)



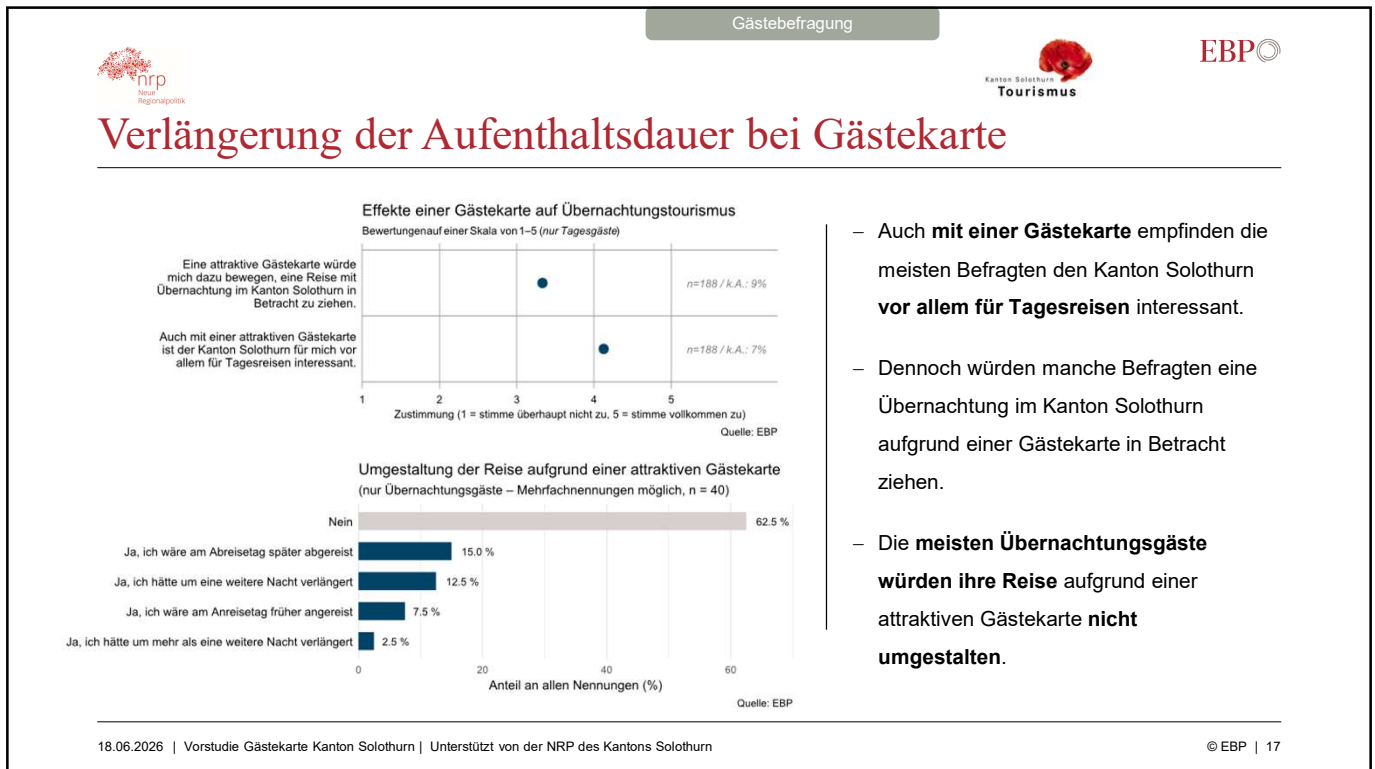
- Übernachtungsgäste
- Tagesgäste

Quelle: EBP

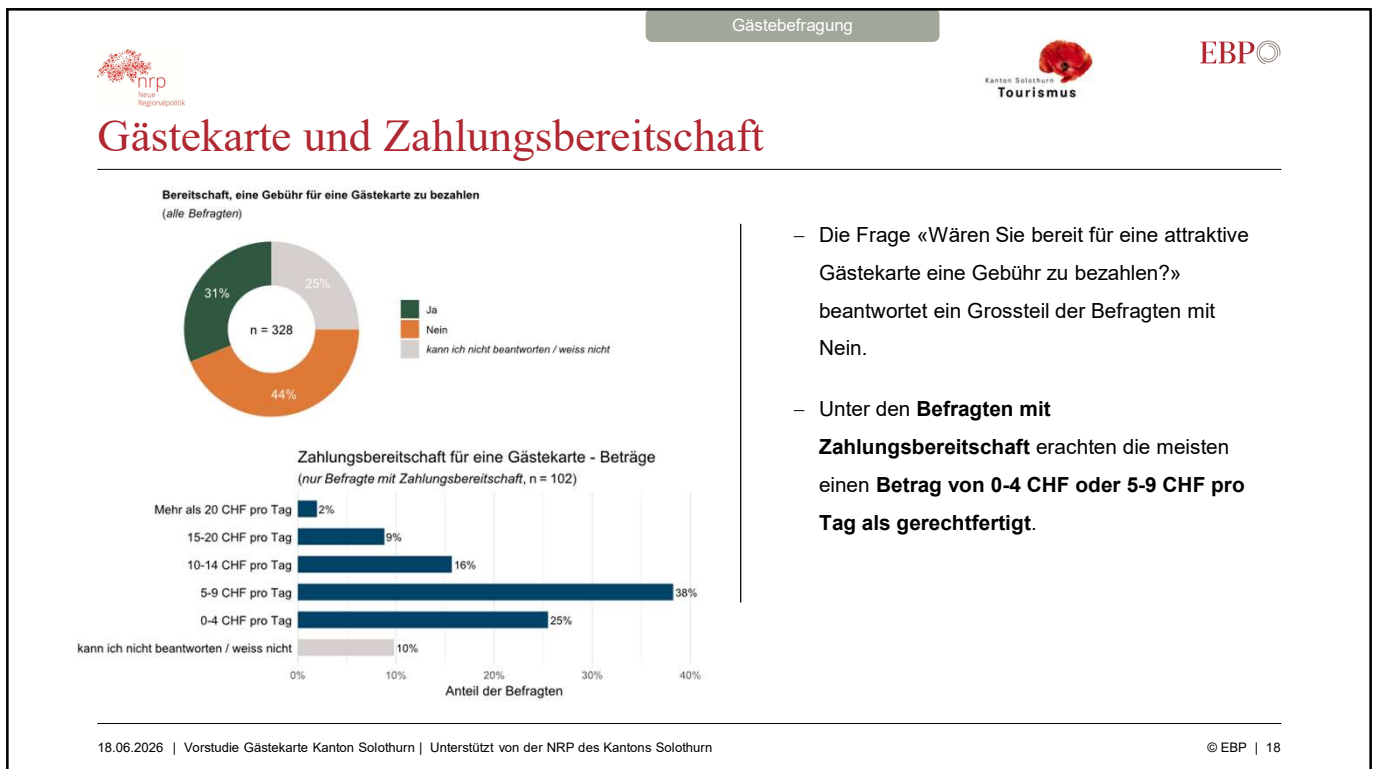
- Die **meisten Gäste im Kanton Solothurn sind Tagesgäste**.
- Nur etwa ein Fünftel der Gäste übernachtet im Kanton Solothurn.
- Auf der nächsten Slide werden die möglichen Auswirkungen einer Gästekarte auf den Übernachtungs- und Tagestourismus gezeigt.

18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn
© EBP | 16

16



17



18

Erkenntnisse (Gästesicht)

Wichtigste Erkenntnisse:

- Hohe Attraktivität einer Gästekarte mit **ÖV**
- **Gästekarte erhöht Nutzung von ÖV signifikant**
- Wichtigste Leistungen: **ÖV**, Bergbahnen, Museen
- Bevorzugte Form: **digitale Karte mit einfacher Nutzung**
- Zahlungsbereitschaft: Grossteil **nicht bereit zu zahlen**
- Marketingfunktion: **Inspiration & Tipps** sind wichtig

Zwischenfazit:

- Gästekarte als strategisches Instrument zur Profilierung & Angebotsbündelung
- **ÖV ist zentraler Hebel**: echter Mehrwert & Verhaltensänderung möglich
- **Digitale Umsetzung** notwendig (Usability = zentraler Erfolgsfaktor)
- **Zahlungsbereitschaft begrenzt** → Finanzierung muss primär über andere Quellen erfolgen

3. Unternehmensbefragung – Methodik und Auswertung



Unternehmensbefragung

 **EBP**

Methodik & Rahmenbedingungen - Unternehmensbefragung

Für die Datenerhebung zur **Wertschöpfungsstudie** und für die **Zusatzfragen zur Gästekarte** im Rahmen der Neuen Regionalpolitik, wenden wir von Oktober 2025 bis Februar 2026 ein zweistufiges Befragungskonzept an:

Unternehmensbefragung online

- Zweimaliges postalisches Anschreiben von 2'600 Unternehmen im Kanton Solothurn
- Touristische Leistungsträger und Unternehmen aus vorgelagerten Branchen
- Rücklaufquote: 8%
- Themen: Gästefrequenzen, Umsatz, Vorleistungen

& NRP Zusatzfragen


- Themen: Gästekarte, öffentliche Verkehrsmittel, Nachhaltigkeit



18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn © EBP | 21

21

Unternehmensbefragung

 **EBP**

Methodik & Rahmenbedingungen - Unternehmensbefragung


- Der Fragebogen zur Gästekarte umfasst insgesamt **15 geschlossene Fragen** (Ja/Nein oder Multiple Choice) sowie **eine offene Frage**.
- Die Antworten wurden aus der persönlichen **Perspektive des Unternehmens im Kanton Solothurn** gegeben.
- Sofern nicht anders angegeben, gingen die Befragten davon aus, dass die **Gästekarte kostenlos** ist, sobald mindestens eine Übernachtung im Kanton erfolgt.

→ Auf den folgenden Folien werden die **finalen Ergebnisse** präsentiert (Schlussauswertung).

NRP-Zusatzfragen

Themen:

- Gästekarte und Leistungen
- Vorteile aus der Gästekarte
- Finanzierung der Gästekarte
- Gästekarte und ÖV
- Nachhaltigkeit



18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn © EBP | 22

22

Unternehmensbefragung

Beurteilung einer Gästekarte im Kanton Solothurn

Beurteilung der Einführung einer kantonalen Gästekarte
Bewertet auf einer Skala von 1 bis 5 – (Alle touristischen Leistungsträger)*

Quelle: EBP

**Beherbergung und Gastronomie sowie touristische Dienstleister*

- Die **Einführung einer Gästekarte** beurteilen die meisten **touristischen Leistungsträger** als **(sehr) positiv**.
- **27% können die Frage jedoch nicht beantworten**, möglicherweise will sie sich nichts konkretes darunter vorstellen können.

18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn
© EBP | 23

23

Unternehmensbefragung

Vorteile einer Gästekarte für Unternehmen

Beherbergungsbetriebe:

Bewertungen auf einer Skala von 1–5 (alle Befragten)	
Höhere Gästezufriedenheit	n=25 / k.A.: 12%
Mehr Sichtbarkeit der regionalen Angebote	n=25 / k.A.: 8%
Längere Aufenthaltsdauer der Gäste	n=25 / k.A.: 16%
Entlastung der Rezeption durch weniger Rückfragen zu touristischen Aktivitäten	n=25 / k.A.: 16%

Durchschnittliche Wichtigkeit des Vorteils (1 = überhaupt nicht wichtig, 5 = sehr wichtig)

Gastronomie und touristische Dienstleister:

Bewertungen auf einer Skala von 1–5 (alle Befragten)	
Mehr Sichtbarkeit im regionalen Marketing, höherer Bekanntheitsgrad	n=81 / k.A.: 21%
Höhere Gästefrequenzen	n=81 / k.A.: 19%
Höhere Gästezufriedenheit	n=81 / k.A.: 21%
Längere Aufenthaltsdauer der Gäste	n=81 / k.A.: 23%

Durchschnittliche Wichtigkeit des Vorteils (1 = überhaupt nicht wichtig, 5 = sehr wichtig)

Quelle: EBP

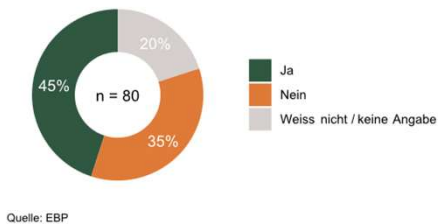
- Für Beherbergungsbetriebe ist eine höhere Sichtbarkeit der regionalen Angebote der grösste Vorteil
- Für Gastrobetriebe und für touristische Dienstleister ist die höhere Sichtbarkeit des eigenen Angebots der grösste Vorteil
- Alle Unternehmen erhoffen sich höhere Gästezufriedenheit
- Die touristischen Dienstleister erhoffen sich zudem höhere Gästefrequenzen

18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn
© EBP | 24

24

Bereitschaft zur Rabattierung von Leistungen

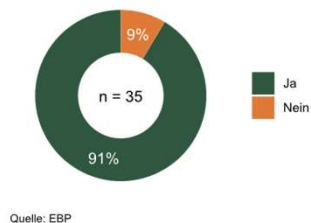
Bereitschaft, Leistungen für Gästekarten-Inhaber zu rabattieren
(Nur touristische Dienstleister)



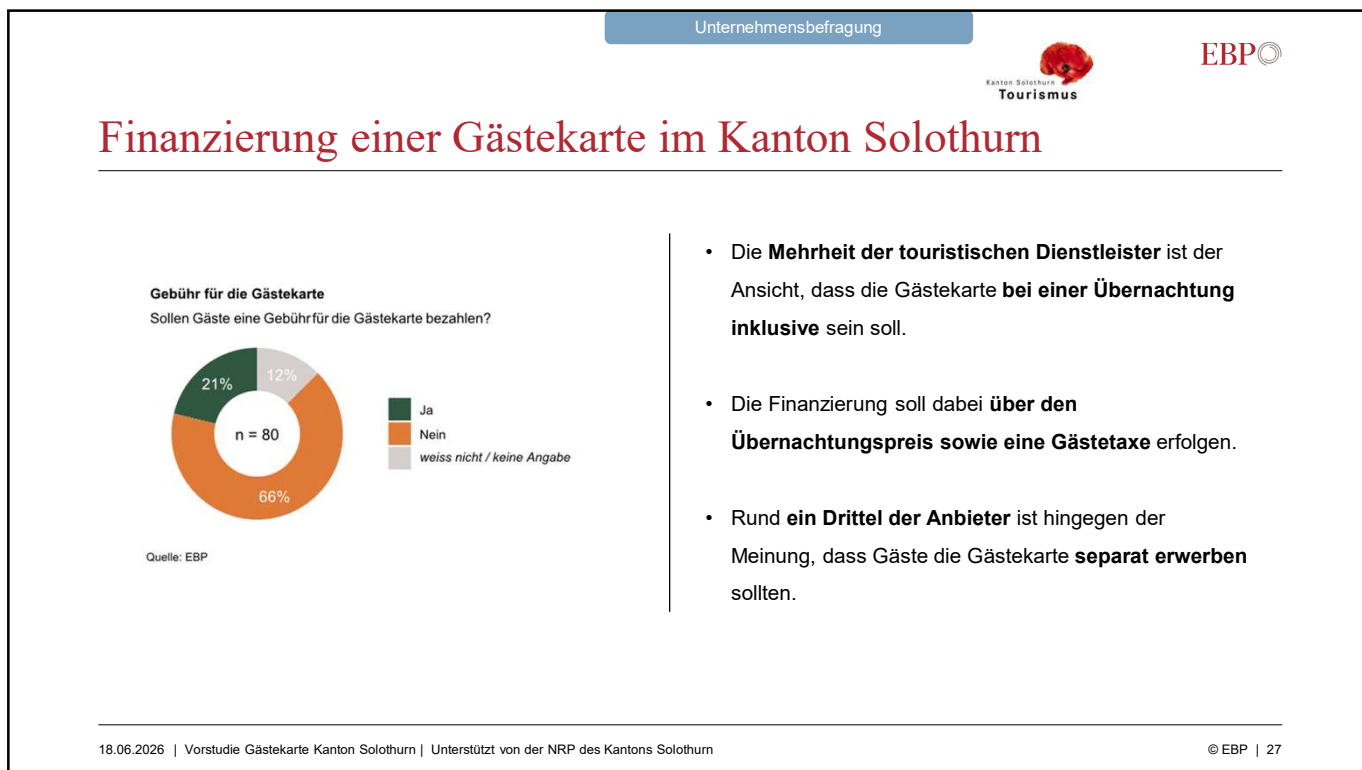
- Rund die **Hälfte der touristischen Dienstleister (inklusive Gastronomie)** ist bereit, Leistungen für Gäste mit Gästekarte zu **rabattieren**.
- Unter den anbietenden Betrieben, die eine Rabattierung vorsehen, liegt der **durchschnittliche Rabatt bei rund 20%**.

Bereitschaft zur Rabattierung mit Ausgleichsmechanismus

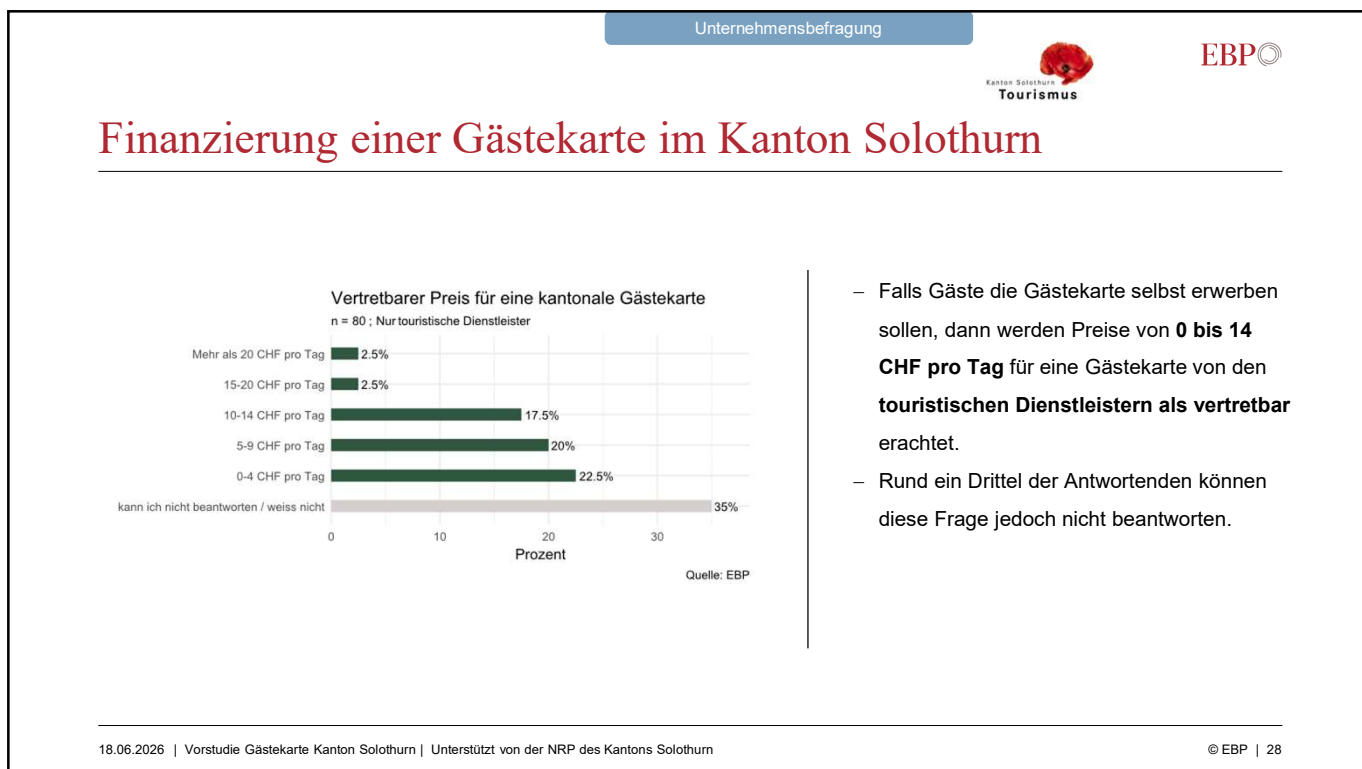
Bereitschaft zu höheren Rabattierungen bei Ausgleichsmechanismus
(Nur touristische Dienstleister mit Bereitschaft zu Rabattieren)



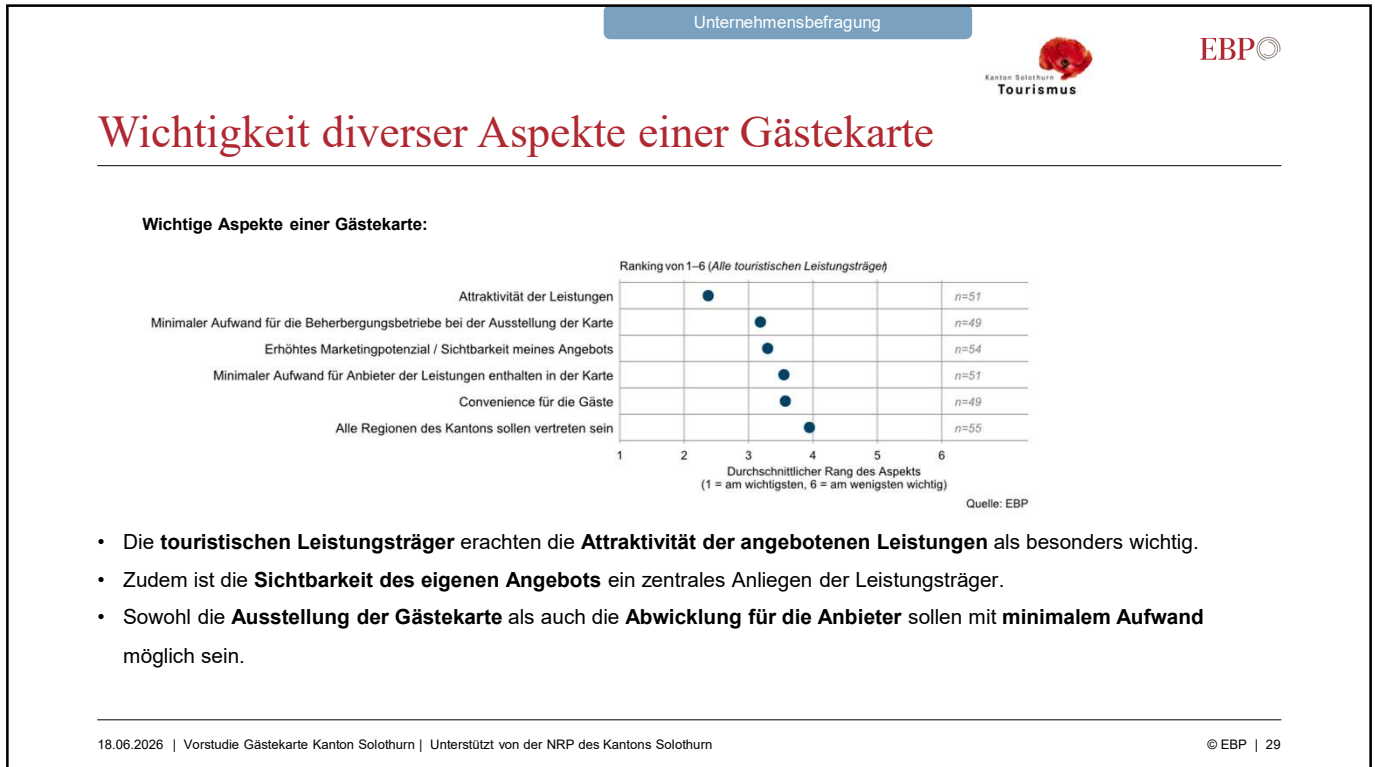
- Die meisten Anbieter touristischer Dienstleistungen wären bereit, ihre Leistungen **stärker zu rabattieren**, sofern im Rahmen eines **Ausgleichsmechanismus finanzielle Mittel an sie zurückfliessen würden**.



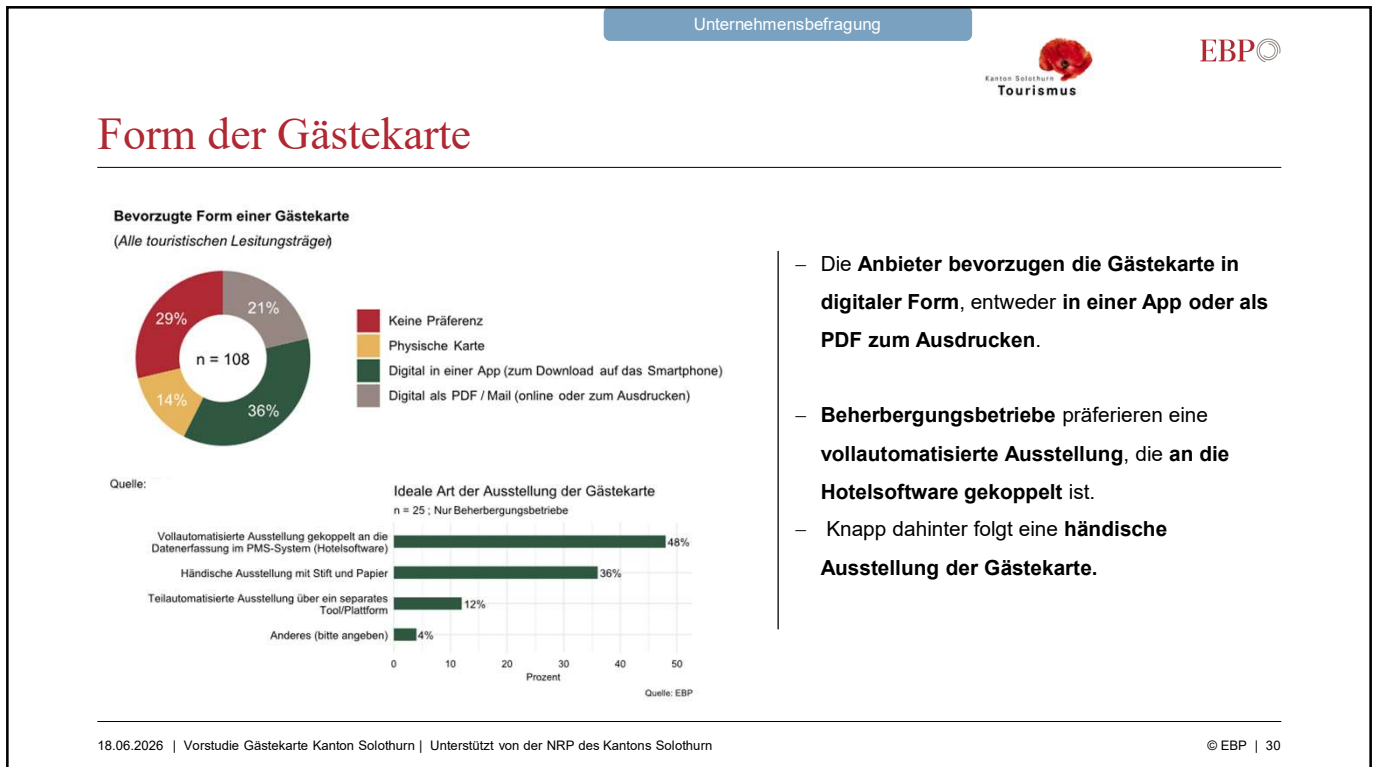
27



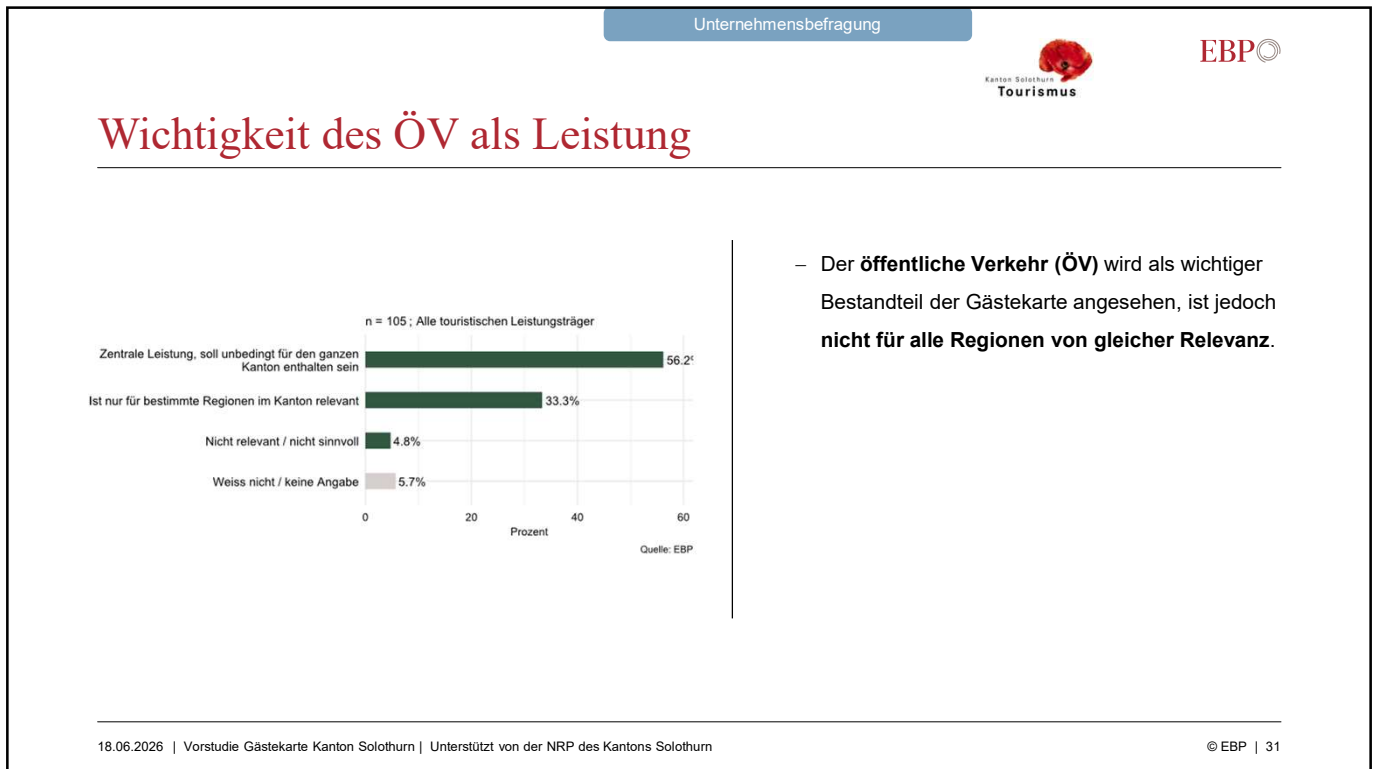
28



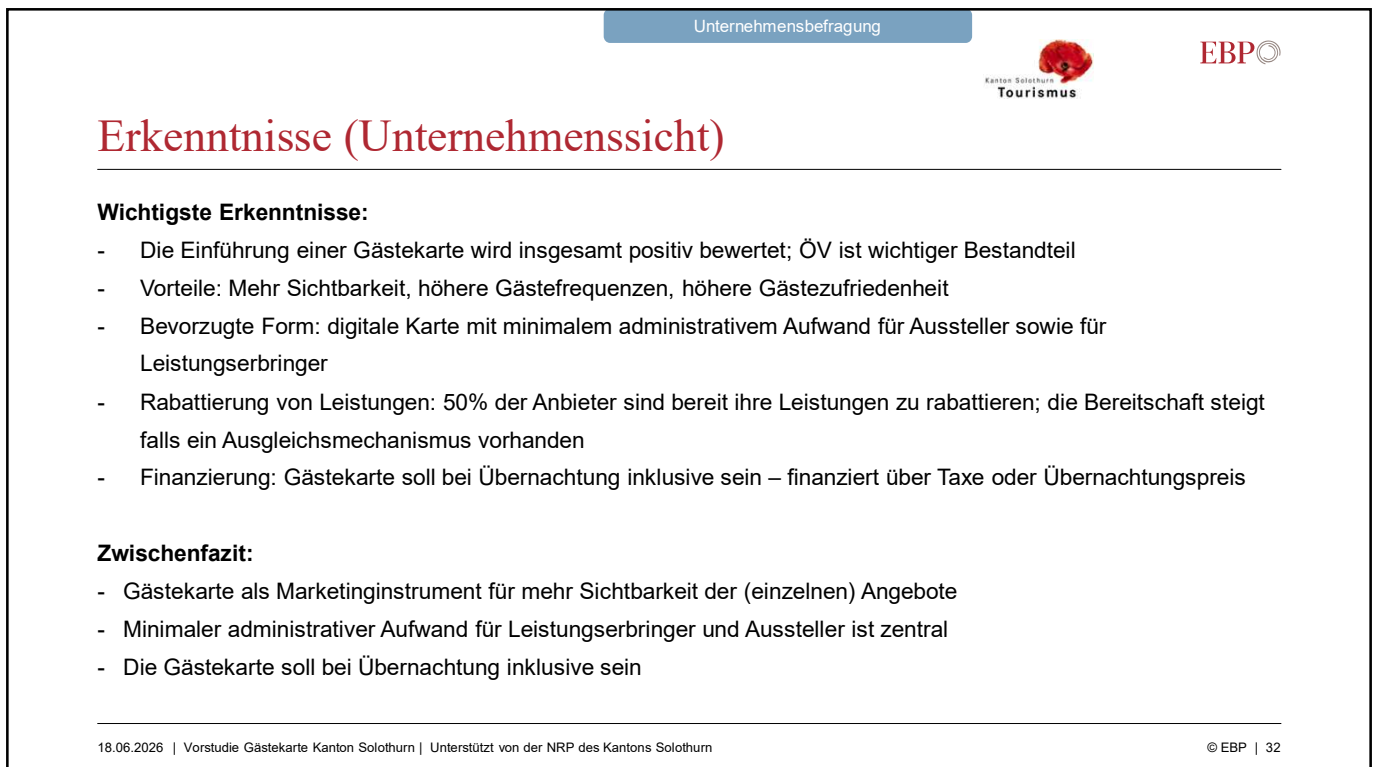
29



30



31



32



4. Fazit zur Vorstudie und weitere Schritte



18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn

© EBP | 33

33



Fazit (1/2)

- Sowohl **Gäste als auch Anbieter** erachten die **Einführung einer Gästekarte als positiv**
- Der **ÖV** wird von Gästen und Anbieter als **zentraler Bestandteil** der Leistungen gesehen
- Beide Seiten finden grundsätzlich, dass **die Karte bei einer Übernachtung inklusive** sein soll
- Andernfalls erachten Anbieter und Gäste 5-9 CHF pro Tag als gerechtfertigten Preis
- Gäste und Anbieter legen viel Wert auf **attraktive Leistungen** der Karte :
 - Gäste wünschen sich **vielfältige, aber nicht möglichst viele Leistungen**
 - Neben der Nutzung des ÖV stehen insbesondere **Vergünstigungen für Bergbahnen, Museen und Freizeitaktivitäten im Fokus**

18.06.2026 | Vorstudie Gästekarte Kanton Solothurn | Unterstützt von der NRP des Kantons Solothurn

© EBP | 34

34



Fazit (2/2)

- **50% der Anbieter** sind bereit ihre Leistungen im Durchschnitt um 20% für Gästekartenbesitzende zu rabattieren; die Bereitschaft steigt falls ein Ausgleichsmechanismus vorhanden wäre
- Die Gästekarte hat für Gäste und Anbieter eine wichtige Funktion in Bezug auf die **Sichtbarkeit und Wahrnehmung der regionalen Angebote**
- Anbieter erhoffen sich durch eine Gästekarte **höhere Gästezufriedenheit** und **höherer Gästefrequenzen**
- Die Karte soll **einfach in der Ausstellung und in der Anwendung** sein – es wird eine **digitale Karte auf dem Smartphone** präferiert



Nächste Schritte

Mögliche Folgeschritte

- Konzeption digitaler Lösungen (läuft seit 2026)
 - **Digitale Gästekarte:** Entwicklung eines standardisierten, nutzerfreundlichen Systems (z.B. via discover.swiss, Feratel, etc.)
 - **Digitalisierung Meldewesen:** Vereinfachung Meldeprozess, bessere Datenbasis, Anbindung PMS, etc. (mit Kantonspolizei & Gemeinden)
- Prüfen / Anträge Förderprogramme
 - **NRP:** Konzeption, Systementwicklung, Angebotsdigitalisierung
 - **Innotour:** Kooperationsprojekte, Digitalisierung, Wissenstransfer (z.B. Interkantonale Synergien, Modellprojekte)



Projektteam & Kontakt

EBP verfügt über **langjährige Erfahrung in touristischen Wertschöpfungsstudien** und begleitet Destinationen bei der Entwicklung von **gästeorientierten und wirtschaftlich tragfähigen Gästekartenlösungen** – von der Bedürfnisanalyse über das Betriebsmodell bis zur digitalen Umsetzung.



Beat Burri
Projektleiter
Geograph

beat.burri@ebp.ch



Cornelia Rutishauser
Projektleiterin
Expertin Tourismus

cornelia.rutishauser@ebp.ch



Dr. Oliver Hoff
Bereichsleiter, Volkswirt und
Sozialwissenschaftler



Niklaus Strittmatter
Wissenschaftlicher
Mitarbeiter Fachperson
Modellierungen
Volkswirt



Tonio Schwehr
Wissenschaftlicher
Mitarbeiter Fachperson
Modellierungen
Volkswirt



Danke

