Zürich, 2. November 2015

**Der Schweizer Winter – ein Winter zum Verlieben.**

**Die Trümpfe des Schweizer Winters sind stark. Genauso aber die Herausforderungen für den Schweizer Tourismus. So galt es, sich für die Saison fit zu machen. Angebotsseitig, aber auch punkto Kommunikation. Hier setzt Schweiz Tourismus (ST) die kommende Wintersaison zum ersten Mal unters Motto** #**VERLIEBT**INDIE**SCHWEIZ.**

Die Sommermonate\* 2015 lieferten insgesamt ein stagnierendes Bild: Die Hotellogiernächte (LN) blieben etwa auf Vorjahresniveau (-0,1%), vor allem gestützt durch den Heimmarkt (+0,6%) und Zuwächsen ausserhalb Europas (z.B. China +37,9%, Südostasien +4,4%, Golfstaaten +24,4%). Erwartet massiv schlug aber die Frankenstärke auf das Resultat aus der Eurozone mit einem Minus von 13% (Deutschland -15,1%, Niederlande -20%, Italien -12,2%). Besonders fällt auf, dass die touristischen Zonen fundamental auseinanderdriften: während Städte und touristische Hotspots – begünstigt durch Gäste aus Asien und den Golfstaaten – zulegen, verzeichnet der alpine und ländliche Raum – bevorzugte Reiseziele der Gäste aus der Eurozone – erhebliche Rückgänge.

*\* bisher vorliegend: Mai bis August. Quelle: Beherbergungsstatistik, Bundesamt für Statistik BFS*

**Herausfordernde Ausgangslage.**

Der bevorstehende Winter wird anspruchsvoll: Die Gäste aus wachstumsstarken Fernmärkten reisen hauptsächlich im Sommer, das Wintergeschäft wird dominiert von Gästen aus Europa. Die Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich KOF sieht für den Winter insgesamt weiterhin eine Stagnation der Hotellogiernächte (+0,1%) vor. Ein Resultat, das geprägt ist von der Stütze im Heimmarkt (+1,1%) und dem Rückgang ausländischer Gäste (-0,7%).

ST tut alles, um das Wintergeschäft nach Kräften zu unterstützen. So sollen die Schweizerinnen und Schweizer vom eigenen Land überzeugt werden – mit Inspirationen und Angeboten zum Wiederentdecken dieses attraktiven Winters gleich vor der Tür. Beispielsweise durch die Förderung des Nachwuchses für den Schneesport; ideales Mittel dafür sind Initiativen wie die breit abgestützte Schneesportinitiative Schweiz. ST setzt parallel auf die Karte der neuen Märkte: In Ländern wie China oder Brasilien wächst ungebrochen die Lust auf Ski- oder Schneespass, hier ist ST zuvorderst dabei und setzt das Fundament für die Zukunft.

#**VERLIEBT**INDIE**SCHWEIZ** **– die Skilehrerinnen und Skilehrer machen’s vor.**

Vor zwei Tagen stand Bern ganz im Zeichen der Liebe zum Schweizer Winter: Am Samstagmorgen machten sich rund 500 Skilehrerinnen und Skilehrer aus über 58 Schweizer Wintersportorten auf, um auf dem Bundeshausplatz die Liebesbotschaft #IN**LOVE**WITH**SWITZERLAND** zu verkünden. Zusammen formten sie ein überdimensioniertes Herz, spannten rote und weisse Schirme auf und liessen das Ganze durch rhythmische Bewegungen der Schirme zum Leben erwecken. So begann das schneeweisse Schweizerkreuz im leidenschaftlichen Rot des Herzens zu pochen. Das Ziel: den Winter einläuten und Lust auf den Wintersport wecken.   
Die Aktion hat bewegt: Passanten blieben überrascht und angetan stehen und liessen sich von den herzhaft engagierten Skilehrerinnen und Skilehrern für die weisse Saison begeistern.  
Sämtliche Beiträge auf Social Media finden Sie unter dem Hashtag #VerliebtInDieSchweiz und auf der neu lancierten, interaktiven Webseite unter [www.VERLIEBTindieSCHWEIZ.com](http://www.verliebtindieschweiz.com).

**«Simply out of this world»: Mondfahrt-Legende verliert sein Herz an die Schweiz.**

Sommer 1969, die Apollo 11 landet auf dem Mond. Neil Armstrongs legendäre erste Schritte auf der Oberfläche liessen nicht lang auf sich warten, kurz bevor die Nummer Zwei, Buzz Aldrin, es Armstrong gleich tat. Und diese heute 85-jährige Apollo-11-Legende übernimmt im diesjährigen ST-Winterspot die Hauptrolle. Indem Aldrin die Schweizer Bergwelt entdeckt und in seinen Moonboots ehrfürchtig durch eine unberührte Schneelandschaft stapft. Er findet diese «simply out of this world», also schlicht eine andere Welt, überirdisch. Und er muss ja wissen, wovon er spricht, wenn er Wörter wie diese in den Mund nimmt. Der Film zu Aldrins Schweiz-Expedition läuft hier: [MySwitzerland.com/winter](http://www.myswitzerland.com/de-ch/empfehlungen/winterferien.html).

**Komfort und Service: mobiler Wintersportbericht neu aufgelegt.**

Damit sowohl Genuss-Skifahrer als auch hartgesottene Skifans, Langläufer und Schlittler noch rascher zu den benötigten Informationen gelangen, hat ST die «Snow Report»-App neu aufgelegt. Mit neuen Funktionalitäten – beispielsweise mit dem individuellen Festlegen von bevorzugten Wintersportorten samt Push-Benachrichtigungen punkto Frischschnee, Betriebslage etc. –, aber auch der vollen Unterstützung von peripheren Geräten am Handgelenk wie der Apple Watch und Android Wear.  
Für mehr Informationen: [MySwitzerland.com/mobile](http://www.myswitzerland.com/de-ch/ueber-die-schweiz/apps-panoramen.html)

**Weitere Inspirationen und Informationen zum kommenden Winter:**

* Viele Winterinspirationen auf [MySwitzerland.com/winter](http://www.myswitzerland.com/de-ch/empfehlungen/winterferien.html): Der neue **TV-Spot** – Buzz Aldrins Entdeckungsreise zum Schweizer Winter –, attraktive Angebote und die ganze Palette an Tipps für **Wintererlebnisse und -aktivitäten**
* Das druckfrische **Winter-Ferienmagazin** auf [MySwitzerland.com/broschueren](http://www.myswitzerland.com/de-ch/service-aktuelles/broschueren.html).
* Die unverzichtbaren **Winter-Apps** «Snow Report», «Swiss Winter Hike» & «Swiss Mag» mit der eBroschüre «Schweizer Winter»: [MySwitzerland.com/mobile](http://www.myswitzerland.com/de-ch/ueber-die-schweiz/apps-panoramen.html)
* **Preiswerte Winterangebote** sowie **Familien-Skitageskarten** (Auswahl an preiswerten Angeboten für zwei Erwachsene und zwei Kinder für insgesamt höchstens CHF 120)   
  [MySwitzerland.com/preiswerteschweiz](http://www.myswitzerland.com/de-ch/preiswerte-schweiz.html)

**Das weltweite ST-Wintermarketing in Zahlen.**

* Budget: CHF 23,1 Millionen
* Medienarbeit\*: 30 Medienkonferenzen, 625 in die Schweiz eingeladene Journalisten,  
  2,1 Milliarden über die Medien erreichte Leser/Zuhörer/Zuschauer\*
* Promotion\*: 12 Millionen weltweit verteilte Broschüren, 1 Milliarden Marketingkontakte
* eMarketing\*: 13,7 Millionen Besucher auf MySwitzerland.com
* Zusammenarbeit mit Reiseveranstalter\*: 1,2 Millionen direkt beeinflusste Hotellogiernächte
* Zielmärkte: Belgien, Deutschland, Frankreich, Italien, Niederlande, Nordamerika, Russland, Schweiz, Vereinigtes Königreich

*\* Zielsetzung.*

**Social Media.**

Möchten Sie den Schweizer Winter auf sozialen Netzwerken kommentieren? Verwenden Sie bitte den Hashtag #VerliebtInDieSchweiz – wir freuen uns, wenn auch #SchweizerWinter zum Einsatz kommt.

**Bildmaterial für redaktionelle Zwecke:**

– Bilder zur SkilehrerInnen-Aktion vom 31. Oktober 2015 in Bern unter [MySwitzerland.com/medien](http://corner.stnet.ch/media-chde/?p=7864)  
– Bilder zum Schweizer Winter, honorarfrei zum Herunterladen: [swiss-image.ch/gowinter](http://www.swiss-image.ch/gowinter)

– Bilder der heutigen Medienkonferenz: ab 14 Uhr auf [www.photopress.ch/image/schweiz+tourismus](http://www.photopress.ch/image/schweiz+tourismus)

**Weitere Auskünfte an die Medien erteilt:**

Daniela Bär, Leiterin Internationale Medienarbeit und Unternehmenskommunikation

Telefon: +41 (0)44 288 12 70, E-Mail: [daniela.baer@switzerland.com](mailto:daniela.baer@switzerland.com)

Medienmitteilung und weitere Informationen unter: [MySwitzerland.com/medien](http://www.myswitzerland.com/medien)