Zürich, 26. Februar 2019

**Gutes Tourismusjahr 2018 – aber erst Teil-Etappenerfolg.**

**2018 kann der Schweizer Tourismus einen Gäste-Zuwachs aus praktisch allen Ländern ver­buchen. Besonders erfreulich ist die positive Entwicklung bei den europäischen Gästen. Dabei gilt es jedoch zu bedenken, dass seit 2008 insbesondere das Berggebiet massiv Hotelüber­nachtungen aus Europa verloren hat. Die aktuelle Erholung ist bloss ein erster Schritt auf dem langen Weg zurück. Martin Nydegger, Direktor Schweiz Tourismus (ST), präsentiert heute die weltweiten Marketing-Anstrengungen von ST und zeigt, wie diese weitergehen.**

3.8 % mehr Hotelübernachtungen als 2017: die Bilanz des Schweizer Tourismus 2018 ist mit insgesamt 38.8 Mio. Hotellogiernächten insgesamt sehr erfreulich. Aus der Schweiz sind das mit 17.4 Mio. +2.9 % mehr Hotelübernachtungen im Vergleich zum Vorjahr. Beruhigend nach langen Jahren der Rückgänge aus Europa ist auch das Plus von 3.7 % aus dem alten Kontinent.

**Es geht bergauf für Europa, aber der Alpenraum litt seit 2008 massiv**

Hier fällt Deutschland mit einem Wachstum von 3.9 % besonders auf. Auch die Benelux-Länder   
(+3.9 %) sowie Grossbritannien wachsen erneut bedeutend, das Vereinigte Königreich – aller Brexit-Wirren zum Trotz – mit +2.3 %.

Im Schweizer Berggebiet fehlen aber im Vergleich zu 2008 nach wie vor eindrückliche 43 % der Hotelübernachtungen aus Europa. Der Talboden ist hier zwar klar erreicht, die Entwicklung der europäischen Gäste zeigt nach 2017 auch 2018 wieder nach oben. Dennoch sind weiterhin massive Marketing-Anstrengungen nötig, um die «Bergstrecke» zu meistern und einen nachhaltigen Weg zurück zu den starken Jahren vor 2008 zu finden.

**Übersee: Wachstum aus mehreren Ländern**

Die Dominanz von Chinesen unter den Übersee-Gästen wird etwas aufgeweicht, da andere Länder deutlich stärkere Wachstumszahlen vermelden können. Trotzdem setzt sich die solide und starke Zunahme aus China (inkl. Hong Kong und Taiwan) auch 2018 fort (+6.1 %). Eigentliche Tourismus-Lokomotive aus Übersee ist Nordamerika: 2018 wuchs der Markt USA (+10.1 %) einmal mehr und erreichte erneut weit über zwei Mio. Hotelübernachtungen. Die USA sind somit der zweitwichtigste Auslandsmarkt für den Schweizer Tourismus nach Deutschland. Aus Südostasien (Thailand, Indonesien, Malaysia, Singapur) nahmen die Logiernächte sogar um über 10 % zu. Und auch Indien zeigt sich weiterhin erfolgreich mit +9.6 %.

**Rückblick 2018: Innovationen und Initiativen – gemeinsam mit der Branche**

2018 zündete ST – zusammen mit der gesamten Schweizer Tourismusbranche – ein Feuerwerk an Aktivitäten: das Velofahren in der Schweiz war Sommer-Thema, und die Schweiz wurde definitiv als Top-Bike-Destination auf die touristische Weltkarte gesetzt. Pop-up-Hotels zeigten die Schweizer Städte von ihrer «hippen» Seite. Die Mauern zwischen den touristischen Jahreszeiten konnten mit der ersten nationalen Herbstkampagne eingerissen werden. Über 12'000 Familien finden den Weg wieder zurück auf die Pisten dank dem Wettbewerb «Kids4Free». Und internationale Transitpassagiere versüssen sich neu ihren Flug über Zürich mit einem Stopover-Programm in der ganzen Schweiz.

**Notwendigkeit der Erschliessung der digitalen Dimension**

Das Wachstum sollte sich 2019 in allen Märkten des Schweizer Tourismusmarketings fortsetzen. ST erwartet insgesamt eine Zunahme der Hotellogiernächte um + 2.8 %. Dabei dürfte das Wachstum auch im 2019 sich nicht bloss auf Übersee (+ 4.4 %) beschränken, sondern auch in der Schweiz (+ 2 %) und vor allem in Europa mit + 2.2 % nachhaltig sein. Die Anstrengungen von ST dafür sind jedoch ausserordentlich und massiv. Anstatt breite Massenwerbung setzt die nationale Marketingorganisation mehr denn je auf massgeschnei­dertes Präzisionsmarketing, damit schweiz-affine Zielgruppen spezifisch identifiziert und angespro­chen werden können. Hinzu kommt die neue digitale Dimension des Tourismusmarketings: Nicht nur die weltweit meistbeachtete Destinations-Website «MySwitzerland.com» erhält ein komplett neues Gesicht. Auch Instrumente wie «Augmented Reality», «Virtual Reality» und «Artificial Intelligence» wird ST gemeinsam mit der Branche testen und einsetzen.

*Quelle Hotellogiernächtezahlen: Beherbergungsstatistik, Bundesamt für Statistik*

***Live-Stream*** *der Jahresmedienkonferenz auf YouTube:* [*www.youtube.com/MySwitzerland*](http://www.youtube.com/MySwitzerland) *(Kommentare / Fragen via Kommentar-Funktion nach Login)*

*(Interviewanfragen via Skype auf ST Corp. Comm.)*

***Mediendokumentation*** *(ausschliesslich online):* [*www.MySwitzerland.com/medien*](http://www.MySwitzerland.com/medien)

***Bilder der Jahresmedienkonferenz*** *ca. ab 11:00:* [*www.MySwitzerland.com/medien*](http://www.MySwitzerland.com/medien)

**Weitere Auskünfte an die Medien erteilt:**

Markus Berger, Leiter Unternehmenskommunikation

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

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