Zürich, 5. Juni 2020

**Wir brauchen Schweiz*–*sowohl am Berg als auch in der Stadt.**

**Das Vertrauen ins Ferien- und Reiseland Schweiz zurückgewinnen, nach dem Stillstand den Tourismus wieder ankurbeln, das sind die Ziele von Schweiz Tourismus (ST) in diesem Sommer. «Ich brauch Schweiz», jetzt erst recht, so die Botschaft der ausserordentlichen Sommer- und Städtekampagne, die heute in Zürich virtuell lanciert wurde.**

ST lancierte heute eine aussergewöhnliche Sommersaison. Nach Monaten des touristischen Stilstands gilt es jetzt umso mehr, die Nachfrage nach Ferien und Reisen in der Schweiz gezielt zu stimulieren. Denn bereits jetzt (März bis Juni 2020) fehlen 8.7 Mrd. CHF an touristischer

Wertschöpfung, und die Aussichten sind trübe. Gemäss KOF\* fehlen im Sommer voraussichtlich bis zu 50 % aller Übernachtungen in den Städten und immerhin 20 bis 30 % in den Bergebieten. Unter dem Titel «Ich brauch Ferien. Ich brauch Schweiz.» ruft ST deshalb ab heute emotional und auf allen Kanälen zu Sommerferien und Städtereisen in der Schweiz auf. Zielpublikum sind zu Beginn die einheimischen Gäste sowie die Touristinnen und Touristen in Deutschland und Frankreich, gefolgt von weiteren europäischen Ländern. Nach und nach werden auch die weltweiten Werbemassnahmen wieder gestartet. Im Zentrum steht die Promotion der ganzen Vielfalt der touristischen Schweiz. Es handelt sich um eine der grössten globalen Werbeoffensiven, die ST in den letzten Jahren lanciert hat. Der neue Slogan «Ich brauch Schweiz.» ist dabei langfristig ausgelegt und wird auch in den kommenden Jahren eingesetzt werden.

[*\*Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich*](https://kof.ethz.ch/news-und-veranstaltungen/medien/medienmitteilungen/2020/05/tourismusprognose-zahl-der-logiernaechte-bricht-2020-um-ein-drittel-ein.html)*. 28. Mai 2020*

**Sicherheit und Flexibilität im Vordergrund**

Mit dem Label «Clean & Safe» und der neuen Hotelbuchungsplattform «Kostenlose 48-Stunden-Stornierung» reagiert ST auf die Gästebedürfnisse nach Sicherheit und Sauberkeit sowie grosser Flexibilität bei der Buchung. Für eine optimale Gästelenkung und Begeisterung neuer Zielgruppen werden neue, attraktive Ferienerlebnisse als Geheimtipps und verborgene Juwelen prominent ins Marketing-Schaufenster gestellt. In einer neuen Hotel-Suchmaschine steht zudem ganz direkt mit wenigen Klicks die ganze Bandbreite des Schweizer Unterkunftsangebots zur Verfügung, vom Alpenchalet bis hin zum Designhotel.

**Europa und Übersee folgen auf den Markt Schweiz**

Dank des eigenen «Market Indicator System» analysiert ST den Weltmarkt tiefgehend und ist hervorragend in der Lage, den besten Moment für den Neustart der Marketingaktivitäten in jedem Markt zu bestimmen. Die Marktbearbeitung erfolgt also zeitversetzt, zuerst in der Schweiz und in den Nachbarländern Deutschland und Frankreich, dann in allen europäischen Nahmärkten und schliesslich in den Fernmärkten Ost und West. In der Schweiz wird unter anderem mit dem bekannten Deutschschweizer Humor-Duo Divertimento sowie den Westschweizer Komikern «Vincent & Vincent» originell für Ferien dies- und jenseits des Röstigrabens geworben.

**Zusätzliche Bundesgelder als nachhaltige Unterstützung**

Angesichts der grossen Schäden, welche die Pandemie im Schweizer Tourismus angerichtet hat und teilweise weiter anrichtet, hat das Parlament eine substanzielle Unterstützung der Branche gesprochen. Von den 40 Mio. CHF gehen 20 Mio. CHF zur Entlastung an die Tourismuspartner, verteilt nach einem pragmatischen Schlüssel: Die touristischen Partner von ST erhalten «Marketing-Guthaben». Die andere Hälfte der zusätzlichen Gelder fliesst direkt in die erwähnten, ausserordentlichen Marketingaktivitäten von ST. Dabei werden sie zu einem Drittel in diesem Jahr und zu zwei Dritteln im nächsten Jahr eingesetzt. 38 % der Mittel werden in der Schweiz investiert, 35 % in Europa und 20 % in den Überseemärkten. Die verbleibenden 8 % der Mittel fliessen in globale Sonderprojekte.

**Mediendokumentation Lancierung**:
[MySwitzerland.com/medien](https://corner.stnet.ch/media-chde/) (Medienmitteilung, Visuals, Redetext, Präsentation)

[Faktenblatt «Schweizer Gäste»](https://corner.stnet.ch/media-chde/wp-content/uploads/sites/3/2020/02/factsheet_medien_CH20_d.pdf)

[Faktenblatt «Europäische Gäste»](https://corner.stnet.ch/media-chde/wp-content/uploads/sites/3/2020/04/Europa_Faktenblatt_2020_d.pdf)

[Label «Clean & Safe»](https://www.myswitzerland.com/de-ch/planung/ueber-die-schweiz/clean-safe/)

[Plattform «Kostenlose 48-Stunden-Stornierung»](https://www.myswitzerland.com/de-ch/planung/angebote/angebote/48_hour_cancellation/)

[Hotel Finder](https://www.myswitzerland.com/de-ch/unterkuenfte/hotels/) (Hotel-Suchmaschine)

[Market Indicator System](http://www.stnet.ch/covid-partner) (PW: AccommodationMarketing2020!)

[Listicles mit Erlebnistipps](https://www.myswitzerland.com/de-ch/erlebnisse/ausgewaehltes)

[MySwitzerland.com/sommer](http://www.myswitzerland.com/sommer)

Informationen zu Wiedereröffnungen: [MySwitzerland.com/offen](http://www.myswitzerland.com/offen)

**Weitere Auskünfte an die Medien erteilt:**

Markus Berger, Leiter Unternehmenskommunikation

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

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