Zürich, 4. September 2020

**Städte mit dem Rücken zur Wand: drastische Massnahmen gefordert.**

**Der Juli war der erste Monat seit Ausbruch der Pandemie wieder mit dem Tourismus «in Betrieb» und vollem Tourismusmarketing. Entsprechend wichtige Aufschlüsse geben die jetzt veröffentlichten Hotellogiernächte-Zahlen. Die Überraschung dabei: Gäste aus den Nachbarländern sind wieder in die Schweiz gereist, weit deutlicher als befürchtet. Trotzdem bestätigen sich die erwarteten horrenden Einbussen für die Grossstädte. Und im Berggebiet führt auch der sommerliche Ansturm der einheimischen Gäste nicht zu schwarzen Zahlen. Schweiz Tourismus (ST) hat diese Lage früh erkannt, fährt entsprechende Massnahmen und stellt eine klare Forderung: Die Belebung der Innenstädte als Tourismuszonen – endlich auch am Sonntag.**

Das Bundesamt für Statistik veröffentlichte heute die Logiernächte für den Monat Juli. Somit liegen nun zum ersten Mal nach dem Ausbruch der Pandemie Tourismusstatistiken für einen ganzen Monat mit touristischem Betrieb vor. Die grosse Beliebtheit von Sommerferien im Voralpen- und Alpenraum bei einheimischen Gästen bestätigt sich (+53 % mehr Hotelübernachtungen im Vergleich zum Juli 2019). Und die Schweizerinnen und Schweizer bleiben so lange in den Bergferien, wie seit 2009 nicht mehr: durchschnittlich 2.7 Nächte (+ca. 10 %).

Die erwarteten grossen Rückgänge in den Städten werden jedoch bittere Realität: bei fehlenden Übersee- und Geschäftstouristen vermögen auch Schweizerinnen und Schweizer diese Ausfälle nicht zu kompensieren. Besonders die Grossstädte werden von den Einheimischen in ihren Sommerferien gemieden (-41 %). Kleinere Städte haben im Juli dagegen durchaus von Schweizer Hotelübernach­tungen profitiert (+37 %). Die Schweizer hatten scheinbar Lust auf Entdeckungsreisen in weniger bekannte Destinationen.

Neben den Grossstädten leiden aber auch Regionen mit internationalen Leuchtturm-Destinationen wie das Wallis (-13 %) mit Zermatt und Verbier oder der Kanton Bern (-27 %) mit Interlaken. Auch hier fehlen die Übersee-Gäste.

**Belgischer Boom in den Bergen**

Aus den Nachbarländern Frankreich (-23 %) und Deutschland sowie den Niederlanden (beide -28 %) müssen zwar wie erwartet Rückgänge verbucht werden, jedoch machten viele dieser Gäste erfreulicherweise gleich nach der Grenzöffnung anfangs Juli trotz allem Ferien in der Schweiz. Insgesamt sind aus diesen Ländern rund drei Viertel der Gäste vom Vorjahr vor allem in die Schweizer Berge gereist. «Unsere europäischen Stammgäste vertrauen der Schweiz und ihren Schutzkonzepten, deshalb sind sie auch so schnell wieder zurückgekommen. Wir sind mit unserem «Clean&Safe»-Label auf dem richtigen Weg» freut sich Martin Nydegger, Direktor ST.

Die Touristen aus Belgien sind als eigentliche Bergsommer-Fans sogar für einen richtigen Boom im Berggebiet verantwortlich: hier gab es beinahe gleichviel Übernachtungen wie im Juli 2019 (-1 %). Alleine die Gäste aus diesen vier Ländern sorgten im Juli für knapp eine halbe Million Hotel-Übernachtungen in der Schweiz\*.

*\*Beherbergungsstatistik, Bundesamt für Statistik*

**ST: Zeichen früh erkannt, Angebotsmarketing gestartet**

Die Notwendigkeit, jetzt nicht nur für Schweiz-Ferien zu inspirieren, sondern auch rasch und massiv Buchungen auszulösen, hat ST früh erkannt. Neu macht ST deshalb Angebotsmarketing, mit maximaler Buchungs-Convenience und preislicher Attraktivität. Besonders für die Städte und die Saison Herbst reagieren ST und ihre Partner auf das Bedürfnis auch nach kurzfristigen und Paketbuchungen.

In Deutschland wurde vor kurzem der «SwissSwap» lanciert. Im wichtigsten Auslandsmarkt der Schweiz muss originell geworben werden. ST ruft zu Bewerbungen auf, wer Ferien in der Schweiz am meisten braucht. Gewinnerinnen und Gewinner erhalten neben dem Reisepaket eine Ferienvertretung für ihre Arbeitsstelle, um in Ruhe in unser Land reisen zu können. Die Kampagne stösst in Deutsch­land auf grosses Echo. «Deutsche Gäste reagieren positiv auf unsere Kampagne, nicht nur wegen dem Wettbewerb, sondern auch, weil sie den Schweizer Humor schätzen», so Martin Nydegger.

**Drastische Massnahmen notwendig: lebendige Innenstädte auch sonntags**

Doch besondere Marketingmassnahmen reichen angesichts der existenziellen Krise im Städte­tourismus nicht mehr aus. Im Rahmen der Angebotsoptimierung und um den Gästebedürfnissen besser zu entsprechen, hat ST dringenden Handlungsbedarf in den Innenstädten erkannt. Gemeinsam mit ihren Städte-Partnern verlangt ST deshalb die Belebung der Innenstädte als Tourismuszonen – endlich auch am Sonntag. Nicht nur Gastronomie, sondern auch Detailhandel müssen in den innerstädtischen Tourismuszonen auch sonntags offen haben. «Unsere Gäste wollen lebendige Innenstädte erleben. Im Winter verlagert sich das touristische Erlebnis vermehrt nach innen. Damit gewinnt das gemütlich Stadterlebnis ‘Lädele’ an grosser Bedeutung. Und das muss auch am Sonntag möglich sein. Sonst sehe ich schwarz für die Stadthotels», stellt Martin Nydegger klar. ST erachtet diese Forderung in Absprache mit den Städten als dringlich. Dies insbesondere, da die Schweiz deren Umsetzung – im Gegensatz zur globalen Pandemiesituation – selber in der Hand hat. Martin Nydegger: «Es liegt nun an uns, diese Chance zu packen oder vorbeiziehen zu lassen».

[«SwissSwap» (Medienmitteilung)](https://corner.stnet.ch/media-chde/?p=12678)

[Städte-Angebote](https://www.myswitzerland.com/de-ch/planung/angebote/angebote/staedteangebote/)

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

[Porträtbild Martin Nydegger](https://corner.stnet.ch/media-chde/wp-content/uploads/sites/3/2020/09/Martin-Nydegger_1-scaled.jpg)

**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)