Zürich, 31. August 2020

**Schweiz Tourismus überrascht Deutschland.**

**Der Schweizer Tourismus kennt im Moment vor allem eine grosse Herausforderung: Gäste aus den Nachbarländern zu gewinnen. Schweiz Tourismus (ST) hat dazu in Deutschland eine überraschende Kampagne mit dem Titel «Swiss Swap» lanciert. Wer dringend Ferien in der Schweiz braucht, für den organisiert ST eine Vertretung, die dessen Arbeit übernimmt. Die Kampagne sorgt online für viel Beachtung und Wohlwollen für die Schweiz.**

Rund 10 % aller Übernachtungen stammten im Jahr 2019 von deutschen Gästen, etwa 3.9 Mio. Hotellogiernächte[[1]](#footnote-1). Die Deutschen waren mit Abstand die wichtigste ausländische Gästegruppe. Im speziellen Pandemie-Jahr dürfte deren Zahl allerdings deutlich tiefer liegen. Schätzungen von Bran­chenvertretern rechnen mit einem Rückgang von bis zu 80 %. ST hat deshalb entschieden, in Deutschland intensivierte Marketinganstrengungen für diesen Herbst zu unternehmen und hat die Kampagne «Swiss Swap» lanciert.

**Schweizer übernehmen die Ferienvertretung.**

Im Rahmen eines grossen Castings sucht ST deutsche Gäste, die von sich behaupten: «Ich brauch Schweiz». Diese können sich mit einem Video bewerben und ihr besonderes Ferienbedürfnis be­schreiben. Wird ihr Video von der Jury ausgewählt, dann erhalten die Bewerber eine Einladung zu einer Woche Ferien im Oktober in der Schweiz für zwei Personen. Und der Clou dabei: ST organisiert für die Gäste die Ferienvertretung an deren Arbeitsplatz. Das Versprechen von ST: «Wir machen deinen Job, wenn du Schweiz brauchst.» Beworben wird dieser «Swiss Swap» in erster Linie mit einem humorvollen Videoclip, der bei allen Betrachtern die Lust auf Ferien in der Schweiz wecken soll.

**Video findet grosse Beachtung.**

Das Video weckt aber nicht nur Ferienlust und lädt zum «Swiss Swap» ein, es überrascht auch mit viel Humor in Text und Bild. Die Verantwortlichen von ST beobachten daher erfreut, dass dieser Videoclip zu einem Internet-Renner geworden ist. «Wir wollen mit dieser Aktion für positiven Ge­sprächsstoff sorgen und das Ferienland Schweiz in Deutschland unkonventionell positionieren. Das scheint uns zu gelingen», freut sich André Hefti, Marketingdirektor ST. Der Clip wurde bereits rund   
2.1 Mio. Mal angeschaut, vielfach geteilt, positiv kommentiert und mittlerweile auch von klassischen Medien aufgegriffen und präsentiert. Der Protagonist im Video, Beat, erfüllt alle Schweizer Clichés auf eine sympathische und humorvolle Weise, und schafft es sogar beim Schweizer Publikum die Lust auf Ferien in der Schweiz (wieder) zu wecken.

[**Link zur Website www.swissswap.ch**](https://www.myswitzerland.com/de-ch/forms/swissswap/)[**Link zum Video**](https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=JgiX6Bxyyk0&feature=emb_logo)[**Download Making-of-Foto**](https://corner.stnet.ch/media-chde/wp-content/uploads/sites/3/2020/08/ST_Makingof_SwissSwapp.png)

**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)

1. Bundesamt für Statistik, Beherbergungsstatistik 2019 [↑](#footnote-ref-1)