Zürich, 23. Februar 2023

**Tourismus in der Schweiz: 2022 brachte Europa zurück, Asien folgt jetzt – aber anders.**

**Der Schweizer Tourismus erreichte für das Jahr 2022 in einigen Märkten wieder die Niveaus von vor der Pandemie. 38 Mio. Hotellogiernächte (LN) wurden gesamthaft erreicht. Das Minus im Vergleich zu 2019 beträgt nur noch 3.3 %. Gäste aus Europa nähern sich wieder den Rekordzahlen von 2019 an. Und der Heimmarkt Schweiz schlägt das Rekordjahr 2019 sogar. Nun folgen die Gäste aus Asien. Dabei stehen andere Reiseformen, längere Aufenthalte und neue Herkunftsländer im Vordergrund. Für 2023 steht insbesondere der nachhaltige Tourismus im Fokus des Marketings von Schweiz Tourismus (ST).**

Martin Nydegger, Direktor ST, zog heute an der Jahresmedienkonferenz 2023 gemeinsam mit den Partnern Bundesamt für Statistik (BFS) sowie HotellerieSuisse Bilanz über das letzte Jahr und zeigte auf, wie der Schweizer Tourismus 2023 unterwegs ist.

**Schweizer und französische Gäste machen Freude**

Erneut sorgen einheimische Gäste für viel Betrieb in den Schweizer Ferienorten. Im Jahr 2022 konnten gut 21 Mio. LN und ein eindrückliches Plus von 17.5 % verbucht werden – und dies im Vergleich zu 2019, dem letzten «normalen» Jahr vor der Pandemie, das schon als Rekordjahr in die Geschichte eingegangen war. Aus Europa sorgt Frankreich für grosse Freude mit 1.3 Mio. LN und einem Plus (+2.8 %) im Vergleich zu 2019. Die restlichen gewichtigen Nahmärkte wie die Benelux-Staaten (-3.4 %), Deutschland (-7.8 %) und Italien (-8 %) sind praktisch schon wieder auf dem Niveau von vor der Pandemie. Sorgen bereitet nach wie vor insbesondere das Vereinigte Königreich (-16.8 %), wo Herausforderungen wie der Brexit, Wirtschaftskrise und Rekordinflation die Erholung noch deutlich verlangsamen.

**Übersee: Südostasien als Treiber, Fernost steht in Startposition**

Reisende aus Südostasien (-3.2 %) sowie aus den Golfstaaten (-5 %), aber auch aus Nordamerika (-8.1 %) waren 2022 schon wieder zahlreich im Land und bereiteten so die Rückkehr der Fernmärkte vor\*. «Ich freue mich vor allem über den neuen Treibermarkt Südostasien», so Martin Nydegger begeistert. «Gäste aus Ländern wie Singapur, Thailand, Indonesien und Malaysia entdecken im Moment grad mit grosser Begeisterung die Schweiz – wir werden dort in den nächsten Jahren noch einen richtigen Boom erleben». Im laufenden Jahr 2023 dürften wieder zahlreiche Gäste aus China, Japan, Korea und Indien ankommen. Die chinesischen Gäste zeigen dabei eine allmähliche Veränderung ihrer Reisebedürfnisse. Sie buchen vermehrt individuell, kommen immer öfter ausschliesslich in die Schweiz und bleiben hier länger. Zudem interessieren sie sich zunehmend für Naturerlebnisse und noch wenig bekannte Geheimtipps. Das ST-Tourismusmarketing wird die Entwicklung weiterhin konsequent dahin steuern.

*Quelle: Beherbergungsstatistik, BFS*

**2023 – so nachhaltig wie nie zuvor**

Das [Programm «Swisstainable»](http://www.stnet.ch/swisstainable) erfasst unter der Leitung des Schweizer Tourismus-Verbands (STV) nun beinahe flächendeckend die ganze Schweizer Tourismusbranche. Ziel für das Jahr 2023 sind 2500 teilnehmende Akteure und Betriebe. Immer zahlreicher sind auch die buchbaren nachhaltigen Tourismusangebote, weshalb das Marketing von ST sich stark darauf ausrichten wird. So liegt der Fokus der weltweiten Kampagnen von ST dieses Jahr auf dem öffentlichen Verkehr und der [Grand Train Tour of Switzerland](https://www.myswitzerland.com/de-ch/erlebnisse/erlebnisfahrten/bahn-bus-schiff-grand-train-tour/grand-train-tour-of-switzerland/). Dafür wird ST-Markenbotschafter Roger Federer ab April weltweit werben.

[***Swisstainable***](http://www.stnet.ch/swisstainable)

*In der Swisstainable Bewegung, koordiniert durch das Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit des STV, engagiert sich die ganze Tourismusbanche. ST unterstützt die Bewegung mit einer positiven und inspirierenden Kommunikationsoffensive. Damit schafft ST Aufmerksamkeit für nachhaltige touristische Angebote und sorgt dafür, dass die Schweiz als nachhaltigstes Reiseland wahrgenommen wird.*

***Schweiz Tourismus (ST)***

*ST ist eine öffentlich-rechtliche Körperschaft des Bundes und ist mit der Förderung der touristischen Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz im In- und Ausland beauftragt. Die Entwicklung und Umsetzung nachfragewirksamer Marketingprogramme und die Profilierung der starken, klassisch-modernen Tourismusmarke Schweiz landes- und weltweit stehen im Mittelpunkt.*

*ST arbeitet in enger Zusammenarbeit mit der Tourismusbranche, welche ungefähr die Hälfte des Budgets beisteuert. Die andere Hälfte besteht aus Bundesgeldern. Die Organisation arbeitet kunden- und marktorientiert und wird nach betriebswirtschaftlichen Kriterien geführt.*

*Weltweit ist ST mit rund 270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (248 FTEs), verteilt auf 35 Büros, in 23 Märkten präsent.*

[**Gesamte Mediendokumentation Jahresmedienkonferenz 2023**](https://www.dropbox.com/scl/fo/41g6629uku2f71jtmaea4/h?dl=0&rlkey=3cpg1mlww91h176xelaq56z6f)

* Medienmitteilung
* Wichtigste Zahlen & Fakten auf einen Blick
* Faktenblätter zu einzelnen Märkten
* Two-Pager zum Kurzbericht Fernmärkte Prof. Laesser Universität St. Gallen
* Präsentation
* Unterlagen Bundesamt für Statistik
* Unterlagen HotellerieSuisse
* Zahlen und Fakten im Video ([YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=tND0hea-OWY))

**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)