Zürich, 6. September 2023

**Der Schweizer Herbst ist ein Fest der Sinne.**

**Der Herbst erweist sich als immer bedeutender für den Schweizer Tourismus. Hotellogier­nächte stiegen bereits im letzten Herbst um 3.8 % im Vergleich zu 2019, trotz dem Fehlen wichtiger internationaler Gäste. Ein Blick auf europäische Märkte offenbart dabei vielver­sprechende Potenziale. Diese will Schweiz Tourismus (ST) mit der neuen Herbstkampagne erschliessen. Die Kampagne lädt Gäste ein, den Herbst mit allen Sinnen zu erleben, inspiriert von einem überraschenden Film.**

Der Schweizer Herbst entwickelt sich seit einigen Jahren von einer vielversprechenden hin zu einer strategisch wichtigen Tourismussaison. Dieser Trend wurde auch von der Pandemie nicht gestoppt: Wurden 2019, im letzten «normalen» Reisejahr vor der Pandemie, in den Herbstmonaten September und Oktober noch total 6.8 Mio. Hotellogiernächte (LN) verzeichnet, waren es 2022 bereits 3.8 % mehr, mit total 7 Mio. LN. Im Vergleich zu 2012 sind es gar 18.2 % mehr, dies trotz dem damals noch markanten Fehlen vieler Gäste aus dem Ausland. Ein Blick auf die Logiernächtezahlen der Touristinnen und Touristen aus einigen europäischen Ländern zeigt dabei, dass der Herbst gerade dort noch viel Potential birgt. Die LN der britischen Gäste (UK) lagen im September und Oktober 2022 beispielsweise mit einem Minus von 15.4 % noch hinter jenen aus dem Jahre 2019. Dasselbe galt auch für Deutschland (- 3.6 %), sowie die Beneluxländer (- 0.3 %).\* Die Erholung von den starken Einbrüchen während der Pandemie scheint also im Herbst besonders vielversprechend möglich.

*\*Sämtliche Zahlen aus Beherbergungsstatistik 2022, Bundesamt für Statistik (BFS)*

**Untersuchung nennt Gründe für Fokus auf Herbst**

Die Tourismussaison Herbst wird auch bedingt durch den Klimawandel weiter an Relevanz gewinnen. Die Herbstsaison wird länger, der erste Schneefall erfolgt später. Die Herbstmonate sind im Durch­schnitt wärmer, Nebeltage werden seltener. Neben diesen klimatisch guten Gründen findet die EBP Schweiz AG im Rahmen einer umfassenden Untersuchung\*\* zur Herbstsaison weitere Chancen und positive Aspekte, die für eine gezielte Bearbeitung der Herbstsaison sprechen. Im Vordergrund steht dabei die Tatsache, dass die verfügbaren Kapazitäten im Herbst (Hotelbetten, Tourismusinfrastruk­turen) die Nachfrage (im Moment noch) deutlich übersteigen. Es hat also genügend Platz für zusätzliche Gäste. Dies gilt insbesondere für weniger hoch gelegene, kleinere Destinationen und solche mit einem breiten Wellness-Angebot, aber auch für grössere und höher gelegene Destinationen mit einem sehr breiten Angebot und gleichzeitig viel Platz in der freien Natur. Denn genau das würden die Herbstgäste gemäss der Untersuchung besonders schätzen.

*\*\*«Die Herbstsaison im Schweizer Tourismus», EBP Schweiz AG, 17. März 2023*

**Alle fünf Sinne werden angesprochen**

Angesichts dieser Erkenntnisse und Potenziale lanciert ST erstmals eine Herbstkampagne gezielt für die europäischen Herkunftsmärkte – insbesondere Deutschland, Italien, Frankreich, Grossbritannien und Benelux – und lädt darin die Gäste ein, die Schweiz mit allen Sinnen zu erleben: Sehen, Hören, Riechen, Schmecken, Tasten. Die Herbstkampagne «Senses» läuft seit 4. September und positioniert den Herbst als eigenständige Reisesaison mit einer breiten Auswahl an Erlebnissen, welche die fünf Sinne ansprechen. So lässt sich der Herbst beispielsweise an einem der unzähligen Herbstfestivals (Käse, Kastanien, Kürbis, usw.) oder beim Waldbaden erriechen und erschmecken. Seine ganz eigenen Klänge offenbart er bei den Alpabzügen oder auf einer Wanderung entlang eines rauschenden Bergbachs. Ertasten kann man ihn auf Kneipp- und Barfusswegen, während das Auge bei Wildtierbeobachtungen fasziniert und von den Wäldern mit ihrer Farbenpracht beeindruckt wird.

**Blinder schottischer Comedian als Fotograf**

Im Zentrum der Kampagne steht ein Film, welcher gemeinsam mit dem blinden schottischen Comedian Jamie MacDonald und seiner Begleiterin Julia Sutherland produziert wurde. Humor bewies MacDonald während den Filmaufnahmen in der Region von Flims: In der Schweiz sei es unmöglich, ein schlechtes Foto des Herbstes zu machen, ein Traum für jeden blinden Fotografen. Der frische, humorvolle Film zeigt nicht nur den Schweizer Herbst von seiner schönsten Seite, sondern auch, wie intensiv die Gäste den Herbst in der Schweiz mit allen Sinnen erleben können. Und im Falle von MacDonald erst recht, wenn einer der Sinne fehlt.

Der Kampagnen-Film wird von einer Vielzahl von Promotionsmassnahmen flankiert. Vorführungen des Films für ausgewählte Medienschaffende sowie Kinowerbung in UK, internationale Medienreisen, Kooperationen mit Influencern oder Onlinewerbung mit kurzen Clips haben als Ziel, den Herbst als wichtige Tourismussaison fest zu etablieren. Indem Gäste nicht nur zur Hochsaison im Sommer und Winter die Schweiz besuchen, sondern im Herbst die Natur, Kultur und Kulinarik in Seitentälern, Kleinstädten und auf dem Land erleben, trägt die Herbstsaison zu einer besseren zeitlichen wie räumlichen Verteilung der Gäste bei.

**Den Schweizer Herbst mit allen Sinnen geniessen:**

Sehen: [Wildtierbeobachtungen](https://www.myswitzerland.com/de-de/erlebnisse/sommer-herbst/ausfluege/wildtierbeobachtungen/)

Hören: [Das Rauschen der Wasserfälle](https://www.myswitzerland.com/de-ch/reiseziele/natur/gewaesser/wasserfaelle/)

Tasten: [Barfusswege und Kneippanlagen](https://www.myswitzerland.com/de-ch/unterkuenfte/hotels/spa-vitality-hotels/outdoor-adventures/barefoot-paths-and-kneipp-facilities/)

Schmecken: [Kulinarische Schatzsuche](https://www.myswitzerland.com/de-ch/erlebnisse/savurando-naturpark-chasseral/)

Riechen: [Waldbaden](https://www.myswitzerland.com/de-ch/erlebnisse/sommer-herbst/herbst/nature-spa/nature-spa-suche/forestbath/)

**Fotomaterial zum Downloaden:**

[Bildatenbank SAM](https://sam.myswitzerland.com/pinaccess/pinaccess.do?pinCode=sClBW1NoEymX)

*Bitte unter Angaben der Bildquellen verwenden. Nur für redaktionelle Zwecke freigegeben.*

**YouTube-Film:**   
[«Swiss autumn, the season for our senses»](https://www.youtube.com/watch?v=xmhPglF9Rx8)

**Weiterführende Informationen:**

[MySwitzerland.com/Senses](http://myswitzerland.com/senses)

[Factsheet Herbst](https://www.stnet.ch/app/uploads/2023/09/factsheet_herbst23_d.pdf)

[Homepage Jamie MacDonald](https://jamiemacdonaldcomedian.com/)

[Homepage Julia Sutherland](http://juliasutherland.co.uk/)

***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 279 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (255 FTEs), verteilt auf 35 Büros, in 23 Märkten präsent.*

**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)