



Warum in der Schweiz aktiv werden?

Die Schweiz ist international ein begehrter und umworbener Quellmarkt. In Europa liegt sein BIP pro Kopf nach Luxemburg an 2. Stelle. Reiseintensität und Kaufkraft sind ebenso hoch wie der Qualitätsanspruch touristisch konsumierter Leistungen. Österreich kann als Nachbarland mit einer kurzen Anreise und einem attraktiven Angebot punkten.

Die Top-Headlines in der Schweiz

Die zwei aktuell dominierenden Themen sind die Erhöhung der Krankenkassaprämien für 2024 (+8,7 %) und die Parlaments- und Bundesratswahlen. Der Ausgang wird den Umgang mit den derzeit wichtigen Themen Inflation, steigende Gesundheitskosten, die angespannte Lage im Asylsystem und die Energieversorgung maßgeblich beeinflussen.



Was beschäftigt die Menschen in der Schweiz? Worüber spricht die Reisebranche?

Die aktuelle Umfrage „Wie geht's, Schweiz?“ bringt interessante Erkenntnisse über die Schweizer Bevölkerung zutage: 61 % geht es gut bis sehr gut. Das persönliche Glück könnte vor allem mit mehr Zeit in der Natur gesteigert werden und die Sorge Nr. 1 ist der Klimawandel.

Dominantes Thema ist der Mitarbeiter:innen-Mangel, da die Buchungsbereitschaft der Kundinnen und Kunden vorhanden ist. Auf Österreich bezogen ist vor allem die seit der Pandemie vorhandene Bereitschaft der heimischen Ferienhotellerie, mit Reiseveranstaltern zusammenzuarbeiten, anscheinend wieder im Sinken. Das erschwert den Ausbau eines Österreich-Portfolios.



Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Die Inflation ist im internationalen Vergleich niedrig (Juli 23: 1,6 %). Der starke Franken begünstigt Ausgaben im Ausland, dieser Bonus wird durch die Teuerung in vielen Zielländern jedoch aufgehoben. Die Diskussion um die Energiekrise dreht sich um die Versorgungssicherheit und das Klimaschutz-Gesetz, das in einer Volksabstimmung angenommen wurde.



Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Laut Sommerpotenzialstudie ist die Nachhaltigkeit für 59 % der Reiseplaner:innen der ausschlaggebende oder, neben anderen Dingen, ein Aspekt bei der Reiseentscheidung. Dieser Anteil liegt bei Österreich-Planer:innen sogar bei 68 %.



Besteht Lust auf Reisen?

Laut einer repräsentativen Umfrage von Marketagent im Auftrag von Kuoni sind 75 % der Befragten im Herbst an Städtereisen interessiert, knapp gefolgt von Ferien in den Bergen (69 %) und Urlaub am Strand (67 %). Die Umsatzstatistik für den Herbst 2023 zeigt einen Zuwachs von 15 % im Vergleich zu 2019 und keine besondere Preis-sensibilität.

Wussten Sie schon ...?

Gastfreundschaft, hohes Qualitätsniveau und die reizvolle Landschaft bilden laut Markenstärke-Studie die wichtigsten Imagestärken am Schweizer Markt. Die größten Hebel zur Steuerung der Brand Power sind „seinen Preis wert“, „landschaftlich reizvoll“ und „kulinarisch genussvoll“.

