

Medienmitteilung, 25. Februar 2026

Tourismusbilanz 2025: Tourismusregion Zürich wächst um 3,5 Prozent und erreicht erstmals mehr als 7,5 Millionen Logiernächte

Die Tourismusregion Zürich verzeichnete im Jahr 2025 insgesamt 7'556'846 Logiernächte. Damit wächst die Zahl der Logiernächte gegenüber dem Vorjahr um 3,5 Prozent und erreicht einen neuen Höchstwert. Die Zahlen bestätigen den seit 2022 verfolgten strategischen Kurs mit Fokus auf einen ausgewogenen Gästemix mit starkem Heimmarkt sowie auf die klare Positionierung Zürichs als Premium-Destination mit hoher Lebensqualität.

Die Tourismusregion, die von Baden und Winterthur über die Stadt Zürich und die Flughafenregion bis nach Rapperswil und in den Kanton Zug reicht, setzt damit den positiven Trend der vergangenen Jahre fort.

Starker Heimmarkt und stabile internationale Nachfrage

Das Wachstum verteilt sich ausgewogen über die wichtigsten Herkunftsmärkte. Besonders dynamisch entwickelte sich der Schweizer Markt: Die Logiernächte inländischer Gäste stiegen um 4,8 Prozent. Mit einem Anteil von 38,7 Prozent stellen Gäste aus der Schweiz weiterhin die grösste Gästegruppe.

Auch die europäischen Kernmärkte kehrten auf Wachstumskurs zurück. Deutschland legte um 3,6 Prozent zu, Grossbritannien um 8,2 Prozent und Italien um 6,4 Prozent. Damit konnten die Rückgänge des Vorjahres deutlich ausgeglichen werden.

Der positive Trend aus den USA und Kanada setzt sich fort: Mit einem Wachstum von 4,5 Prozent und einem Marktanteil von 13,5 Prozent bleiben Gäste aus Nordamerika die zweitgrösste Besuchergruppe. Rückläufig entwickelten sich hingegen die Überseemärkte Indien mit einem Rückgang um 2,8 Prozent, Südostasien mit einem Rückgang um 8,8 Prozent sowie die Golfstaaten mit einem Rückgang um 6,2 Prozent.

Ausgewogener Gästemix stärkt Resilienz und Stabilität

Rund 39 Prozent der Gäste stammen aus der Schweiz, je knapp ein Drittel aus europäischen Nahmärkten und aus Fernmärkten. Diese breite Verteilung macht die Destination besonders resilient, da Nachfrageschwankungen in einzelnen Märkten besser ausgeglichen werden können. «Der ausgewogene Gästemix mit starkem Heimmarkt ist für Zürich ein Erfolgsfaktor», sagt Thomas Wüthrich, Direktor von Zürich Tourismus, «denn gerade in wirtschaftlich und geopolitisch unsicheren Zeiten sorgt er für Stabilität.»

Willkommen in Zürich, Schweiz.

Freizeit wächst, MICE bleibt strategischer Fokus

Im langjährigen Vergleich zeigt sich, dass die Logiernächte in Zürich insbesondere im Freizeittourismus gewachsen sind. Geschäftsreisen sowie Kongress- und Tagungsbesuche (MICE) entwickelten sich auf stabilem Niveau. Für Zürich Tourismus bleibt das Kongress- und Tagungsgeschäft weiterhin ein strategischer Schwerpunkt. «Der Business-Gast erzielt eine höhere Wertschöpfung, stärkt dank internationaler Vernetzung die Sichtbarkeit Zürichs und positioniert die Stadt als Wissens- und Wirtschaftsstandort», betont Wüthrich. «Um dieses Segment weiterzuentwickeln, braucht es eine wettbewerbsfähige Infrastruktur, starke Partnerschaften und eine klare internationale Positionierung.»

Wachstum mit Wirkung: Fokus auf Aufenthaltsdauer, Saisonalität und Lebensqualität

Die positive Entwicklung unterstreicht die anhaltende Nachfrage nach der Region. Für Zürich Tourismus steht jedoch nicht reines Mengenwachstum im Vordergrund, sondern eine ausgewogene und langfristig tragfähige Entwicklung. Ziel ist es, die Aufenthaltsdauer zu erhöhen, saisonale Schwankungen zu glätten, die Wertschöpfung pro Gast zu steigern und die Balance zwischen touristischer Entwicklung und Lebensqualität zu sichern.

Für die Zukunft setzt Zürich Tourismus deshalb verstärkt auf Aufenthaltsqualität und gesellschaftliche Anschlussfähigkeit. Die Region soll gezielt als lebenswerte Premium-Destination weiterentwickelt werden, in der Besucher:innen länger verweilen, vielfältige kulturelle und naturnahe Angebote nutzen und Zürich als authentischen Ort mit hoher Lebensqualität wahrnehmen.

Dabei steht auch die Perspektive der lokalen Bevölkerung im Fokus: Touristische Angebote sollen so gestaltet werden, dass sie Einheimischen ebenso zugutekommen wie Gästen. Eine attraktive Kultur-, Freizeit- und Veranstaltungslandschaft, nachhaltige Stadtentwicklung sowie positive wirtschaftliche Impulse tragen dazu bei, dass Tourismus als Teil einer lebendigen Visitor Economy wahrgenommen wird. «Nur was gut ist für die Bevölkerung, ist auch gut für die Gäste», ist Thomas Wüthrich überzeugt. «Langfristige Attraktivität entsteht dort, wo Tourismus die Lebensqualität stärkt.»

→ Bilder und Videos von Zürich

Über Zürich Tourismus

Zürich Tourismus ist verantwortlich für das Destinationsmarketing und die touristische Markenprofilierung der Stadt und Region Zürich als vielfältige Tourismusdestination. Das Unternehmen engagiert sich dafür, dass Zürich als nachhaltige und lebenswerte Premiumdestination mit Ferienqualität wahrgenommen wird.

Kontakt

Zürich Tourismus
Michael Müller, Corporate Communication & Mediensprecher
Gessnerallee 3, CH-8001 Zürich
T +41 44 215 40 13
michael.mueller@zuerich.com
zuerich.com, #visitzurich

Zürich Tourismus

Gessnerallee 3, CH-8001 Zürich
T +41 44 215 40 10, zuerich.com, [#visitzurich](https://www.instagram.com/visitzurich)