

Willkommen in Zürich, Schweiz.

Befragung Zürich Tourismus – Einschätzung der Mitglieder und Partnerbetriebe zu den Auswirkungen geopolitischer Unsicherheiten, Ausgabe Mai 2026

Zusammenfassung

- Rückläufige Nachfrage über alle Branchen hinweg: Über die Hälfte der Mitglieder und Partnerbetriebe verzeichnet in den letzten 4–6 Wochen ein Minus.
- Rückgang der Nachfrage betrifft vor allem Fernmärkte: Insbesondere Gäste aus dem Nahen Osten sowie aus Asien und Australien sind tangiert. Gleichzeitig bleibt die Nachfrage der lokalen Bevölkerung und von Schweizer Gästen stabil.
- Planungssicherheit ist nicht gegeben: Unsicherheit, kurzfristigere Buchungen und mehr Annullationen prägen aktuell das Gästeverhalten.
- Es wird in den nächsten drei Monaten eine Fortsetzung des negativen Trends erwartet.
- Reagiert wird mit Fokus auf Flexibilität, kontinuierliche Marktbeobachtung und situative Anpassung, kombiniert mit dem Ziel, Qualität und Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu stärken.

Methodik

Online-Befragung von knapp 1'000 Mitgliedern und Partnerbetrieben (29. April – 4. Mai 2026), n=140 (Rücklauf 14,7 Prozent). Rund die Hälfte der Antworten stammt von Beherbergungsbetrieben, ein Fünftel von Gastronomiebetrieben, der Rest verteilt sich auf andere tourismusnahe Branchen.

Ergebnisse

Insgesamt verzeichnen die Mitglieder und Partnerbetriebe über alle Branchen hinweg eine rückläufige Nachfrage in den letzten 4-6 Wochen im Vergleich zum Vorjahr: 36 Prozent sehen eine stabile Nachfrage, 54 Prozent berichten von einem Rückgang – davon 14 Prozent deutlich. Detailhandel und Beherbergungsbetriebe spüren stärkere Auswirkungen als andere Branchen.

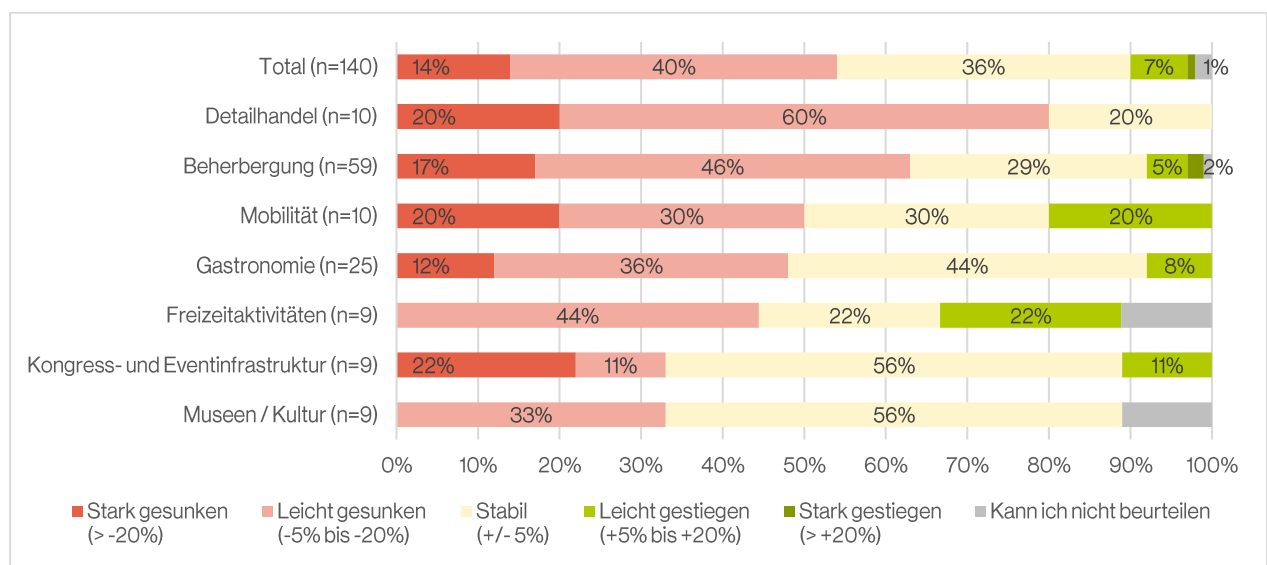


Abbildung 1: Entwicklung der Nachfrage in den letzten 4-6 Wochen nach Branche

Willkommen in Zürich, Schweiz.

Während die Nachfrage der lokalen Bevölkerung und von Schweizer Gästen stabil bleibt (je 69 Prozent), verzeichnen die Mitglieder und Partnerbetriebe insbesondere bei Gästen aus dem Nahen Osten sowie aus Asien und Australien Rückgänge. Europa wird als mehrheitlich stabil eingeschätzt (51 Prozent), während für Amerika tendenziell ein Rückgang erwartet wird. Die Entwicklung in Nahmärkten lässt sich insgesamt besser beurteilen als in Fernmärkten.

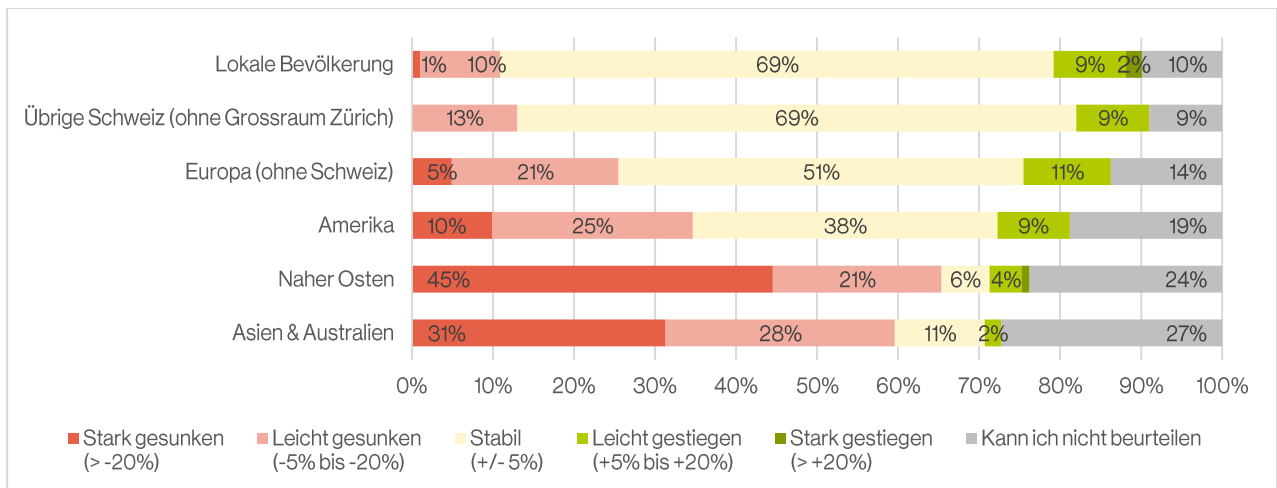


Abbildung 2: Entwicklung der Nachfrage in den letzten 4-6 Wochen nach Herkunft

Neben Verschiebungen der Gästegruppen prägen vor allem Unsicherheit (54 Prozent) und kurzfristige Buchungen (53 Prozent) die aktuelle Lage. Letztere betreffen insbesondere Beherbergungsbetriebe sowie die Kongress- und Eventinfrastruktur. 39 Prozent der Befragten beobachten zudem mehr Annullationen, vor allem in der Beherbergung. Tiefere Ausgaben zeigen sich insbesondere in Gastronomie, Detailhandel sowie im Kongress- und Eventbereich.

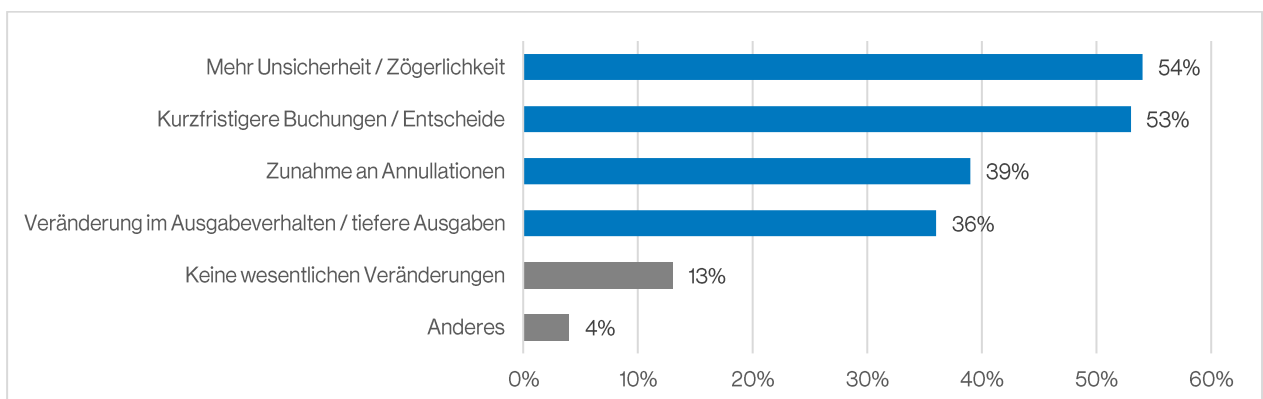


Abbildung 3: Weitere Auswirkungen der geopolitischen Lage

Willkommen in Zürich, Schweiz.

Ausblick

Der Trend der letzten 4–6 Wochen dürfte sich fortsetzen: Für die nächsten drei Monate erwarten die Mitglieder und Partnerbetriebe eine weitere Abnahme der Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr. Die Befragten reagieren bereits mit folgenden Massnahmen auf die aktuellen Entwicklungen:

- Die Strategien fokussieren sich vor allem auf eine Verlagerung hin zu stabileren, näheren Märkten wie der Schweiz und Europa.
- Gleichzeitig werden Marketing- und Verkaufsaktivitäten gezielt verstärkt, um die Nachfrage zu sichern.
- Ergänzend setzen viele Betriebe auf eine flexible Preis- und Angebotsgestaltung, um wettbewerbsfähig zu bleiben und zusätzliche Volumen zu generieren. Parallel dazu spielen Kostenkontrolle und Effizienzsteigerung eine wichtige Rolle.
- Zusätzlich gewinnt die Qualitätssicherung an Bedeutung, etwa durch Investitionen in Servicequalität, Schulungen und die Weiterentwicklung des Angebots, um die Gästezufriedenheit und die Stammkundschaft nachhaltig zu sichern.

Es zeigt sich ein klarer Fokus auf Flexibilität, kontinuierliche Marktbeobachtung und schnelle, situative Anpassung, kombiniert mit dem Ziel, Qualität und Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu stärken.

Über Zürich Tourismus

Zürich Tourismus verantwortet das Destinationsmarketing und die Markenprofilierung der Stadt und Region Zürich als vielfältige Freizeit- und Businessdestination. Ziel ist es, Zürich als nachhaltige Premi-umdestination mit hoher Aufenthalts- und Lebensqualität zu positionieren.

Dabei fördert Zürich Tourismus im Rahmen der Visitor Economy eine ausgewogene Entwicklung des Erlebnisraums für Gäste und Bevölkerung und trägt zur langfristigen Wertschöpfung für Wirtschaft, Gesellschaft und den Standort bei.

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