

Medienmitteilung, 4. August 2026

Geopolitische Unsicherheiten prägen erstes Halbjahr der Tourismusregion Zürich

Die Tourismusregion Zürich blickt auf ein durchmisches erstes Halbjahr 2026 zurück. Nach einem positiven Jahresstart mit steigenden Logiernächten führten die geopolitischen Spannungen im Nahen Osten ab März zu einer rückläufigen touristischen Nachfrage. Während insbesondere Fernmärkte Einbussen verzeichneten, konnten die Schweiz sowie die europäischen Nahmärkte einen grossen Teil dieser Rückgänge auffangen. Der Heimmarkt Schweiz überschritt dabei erstmals die Marke von 40 Prozent aller Logiernächte. Eine Umfrage von Zürich Tourismus zeigt zudem, dass die Auswirkungen weit über die Hotellerie hinausreichen und das gesamte tourismusnahe Ökosystem betreffen.

Die Tourismusregion Zürich verzeichnete im ersten Halbjahr 2026 insgesamt 1,4 Prozent weniger Logiernächte als im Vorjahr. Nach einem Wachstum von 3,5 Prozent im Januar und 3,9 Prozent im Februar setzte ab März eine rückläufige Entwicklung ein. Die Logiernächte gingen im März um 2,7 Prozent, im April um 4,6 Prozent, im Mai um 2,5 Prozent und im Juni um 3,1 Prozent zurück.

Fernmärkte verzeichnen stärksten Rückgang, Nordamerika bleibt stabil

Besonders deutlich fiel der Rückgang in Fernmärkten aus, die stark von Flugverbindungen über den Nahen Osten abhängig sind. Indien verzeichnete im ersten Halbjahr ein Minus von 27,9 Prozent, Südostasien von 25,8 Prozent, die Golfstaaten von 14,1 Prozent sowie Greater China von 2,4 Prozent. Stabil präsentierte sich hingegen Nordamerika. Der wichtigste ausländische Herkunftsmarkt der Tourismusregion Zürich verzeichnete ein leichtes Wachstum von 0,8 Prozent und behauptete mit einem Marktanteil von 13,1 Prozent seine starke Position.

Heimmarkt Schweiz erstmals über 40 Prozent Marktanteil

Der Heimmarkt Schweiz bleibt die tragende Säule der Tourismusregion Zürich. Mit einem Wachstum von 1,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr entfielen erstmals 40,4 Prozent beziehungsweise mehr als vier von zehn Logiernächten auf Gäste aus der Schweiz.

Auch die europäischen Nahmärkte entwickelten sich stabil und legten gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 1,3 Prozent zu. Besonders stark entwickelten sich Österreich (+11,6 %) und Spanien (+10,6 %). Auch Deutschland (+1,2 %), Italien (+1,2 %) und die Niederlande (+0,4 %) verzeichneten Zuwächse, während Grossbritannien (-1,0 %) und Frankreich (-0,7 %) leichte Rückgänge auswiesen.

Die Entwicklung der Herkunftsmärkte zeigt, dass sich aufgrund der geopolitischen Unsicherheiten derzeit mehr Reisende für Ferien innerhalb Europas und für näher gelegene Destinationen entscheiden. Davon profitiert auch die Tourismusregion Zürich.

Gleichzeitig sind die Einbussen bei Gästen aus den Golfstaaten, Greater China und Südostasien wirtschaftlich besonders bedeutsam. Diese Märkte zählen im Freizeittourismus zu den ausgabenstärksten Herkunftsmärkten und weisen überdurchschnittlich hohe Tagesausgaben pro Übernachtungsgast auf.

Auswirkungen auf die gesamte Tourismuswirtschaft

Bereits zum zweiten Mal führte Zürich Tourismus im Juli 2026 eine Online-Befragung unter 845 Mitgliedern und Partnerbetrieben durch. 182 Betriebe aus Beherbergung, Gastronomie, Detailhandel und weiteren tourismusnahen Branchen beteiligten sich daran.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Auswirkungen nicht auf die Hotellerie beschränken, sondern das gesamte tourismusnahe Ökosystem betreffen. 44 Prozent der befragten Betriebe berichten für die vier bis sechs Wochen vor der Befragung von einer rückläufigen Nachfrage gegenüber dem Vorjahr, davon 14 Prozent von einem deutlichen Rückgang. 45 Prozent der Befragten berichten von einer stabilen Nachfrage, 10 Prozent von einer steigenden Nachfrage. Insbesondere die Branchen Beherbergung, Gastronomie und Freizeitaktivitäten verzeichnen häufiger Nachfragerückgänge als andere Branchen. Gegenüber der ersten Befragung zum ersten Quartal 2026 ist zwar eine leichte Entspannung erkennbar, insgesamt wird die Situation von den Betrieben jedoch weiterhin mehrheitlich als ernst eingeschätzt.

Auch auf das Gästeverhalten haben die geopolitischen Unsicherheiten weiterhin einen starken Einfluss. Erstmals berichten zahlreiche Betriebe von einem zurückhaltenderen Ausgabenverhalten. Der Anteil der Betriebe, die tiefere Ausgaben der Gäste beobachteten, stieg von 36 Prozent in der ersten Befragung zum ersten Quartal 2026 auf 46 Prozent in der aktuellen Umfrage. Besonders spürbar ist diese Entwicklung im Detailhandel, in der Kongress- und Eventinfrastruktur sowie in der Gastronomie. Auch kurzfristige Buchungen häufen sich und erschweren die Planung. Gleichzeitig beobachten nur noch 23 Prozent der Betriebe eine Zunahme an Annulationen – gegenüber 39 Prozent in der ersten Befragung zum ersten Quartal 2026. Für die kommenden drei Monate erwarten die Betriebe mehrheitlich eine stabile Nachfrage. Insgesamt deuten die Erwartungen auf eine schrittweise Stabilisierung hin.

Breit diversifizierter Gästemix stärkt Resilienz

Für Thomas Wüthrich, Direktor von Zürich Tourismus, zeigt die Halbjahresbilanz 2026, dass sich kurzfristige Flexibilität und eine langfristige Marktstrategie erfolgreich ergänzen: «Bereits kurz nach der geopolitischen Eskalation haben wir unsere Marktbearbeitung angepasst und gezielt zusätzliche Mittel in die Schweiz und die europäischen Nahmärkte investiert. Gleichzeitig haben wir den Austausch mit der Branche intensiviert und die Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft mit zwei Umfragen systematisch erfasst. Unsere langfristige Marktstrategie bleibt unverändert, gleichzeitig reagieren wir flexibel auf veränderte Rahmenbedingungen. Dass der Heimmarkt Schweiz erstmals mehr als 40 Prozent aller Logiernächte erreicht, bestätigt die Bedeutung eines breit diversifizierten Gästemixes – gerade in geopolitisch unsicheren Zeiten.»

Mit Juli und August folgen nun zwei der logiernächtestärksten Monate des Jahres. Sie werden entscheidend für die Tourismusbilanz 2026 sein. Zürich Tourismus wird die weitere Entwicklung der Nachfrage deshalb weiterhin eng beobachten.

→ Zur Auswertung der Befragung

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 Premiumdestination 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, #enjoyzurich