

07.05.2026 - 13:30 Uhr

## Quartalsbilanz Tourismusregion Zürich



### Tourismusregion Zürich spürt erste direkte Auswirkungen geopolitischer Unsicherheiten

Die Tourismusregion Zürich blickt auf ein durchmischtes erstes Quartal 2026 zurück. Nach einem positiven Jahresstart mit steigenden Logiernächten im Januar und Februar verzeichnete der März einen Rückgang von 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit zeigen sich erstmals direkte Auswirkungen der geopolitischen Spannungen im Nahen Osten auf die touristische Nachfrage in Zürich. Eine Umfrage von Zürich Tourismus unter tourismusnahen Betrieben bestätigt die zunehmende Verunsicherung sowie eine anhaltend zurückhaltende Nachfrageentwicklung.

Die Tourismusregion Zürich verzeichnet im ersten Quartal 2026 insgesamt ein Plus von 1,3 Prozent bei den Logiernächten. Im Januar wurden gegenüber dem Vorjahr 3,5 Prozent mehr Übernachtungen verzeichnet, im Februar lag das Wachstum bei 3,9 Prozent. Mit der Zuspitzung der geopolitischen Spannungen Ende Februar zeigte sich im März eine Trendwende: Die Zahl der Logiernächte ging um 2,7 Prozent zurück.

Besonders deutlich fiel der Rückgang im März in Fernmärkten aus, die stark von Flugverbindungen über den Nahen Osten abhängig sind. So verzeichnete Indien ein Minus von 33,5 Prozent, Südostasien von 14,5 Prozent sowie die Golfstaaten von 5,6 Prozent.

Unterschiedlich entwickelten sich weitere Fernmärkte: Während Nordamerika ein Minus von 5,7 Prozent verzeichnete, nahmen die Logiernächte aus Greater China um 4,6 Prozent und aus Australien um 1,8 Prozent zu. Vergleichsweise stabil zeigten sich die Schweiz mit minus 1,1 Prozent sowie die europäischen Märkte mit nahezu unveränderten Logiernächten gegenüber dem Vorjahr.

Die Zahlen verdeutlichen, wie unterschiedlich internationale Märkte auf geopolitische Unsicherheiten reagieren. Erste Effekte zeigen sich dabei zunehmend auch ausserhalb der Hotellerie.

### Gesamtes Tourismussystem betroffen

Tourismus beschränkt sich nicht auf Hotels und Logiernächte. Bleiben Gäste aus, betrifft dies das gesamte tourismusnahe Ökosystem von Gastronomie und Detailhandel über Event und Kongressinfrastruktur bis hin zu Mobilität, Freizeit, Kultur und Dienstleistungsangeboten.

Um ein umfassendes Stimmungsbild zu erhalten, führte Zürich Tourismus unter knapp 1'000 Mitgliedern und Partnerbetrieben eine Onlinebefragung durch. Rund 140 Betriebe aus Beherbergung, Gastronomie, Detailhandel und weiteren tourismusnahen Branchen nahmen daran teil und bestätigten die verhaltene Entwicklung.

Über alle Branchen hinweg berichten 54 Prozent der teilnehmenden Betriebe von einer rückläufigen Nachfrage in den vergangenen vier bis sechs Wochen im Vergleich zum Vorjahr. 36 Prozent beurteilen die Nachfrage als stabil. Ein Rückgang der Nachfrage zeigt sich vor allem bei Gästen aus dem Nahen Osten, Asien und Australien sowie tendenziell auch aus Amerika. Gleichzeitig bleibt die Nachfrage der lokalen Bevölkerung sowie von Schweizer Gästen vergleichsweise stabil.

Die Betriebe beobachten zudem kurzfristigere Buchungen sowie eine erhöhte Zahl von Annullationen. Die sinkende Planungssicherheit prägt aktuell das Gästeverhalten.

Viele Betriebe rechnen deshalb auch in den kommenden Monaten mit einer rückläufigen Nachfrageentwicklung. Sie reagieren mit hoher Flexibilität, beobachten die Marktentwicklung eng und passen Angebote sowie Kapazitäten situativ an. Gleichzeitig bleibt der Fokus klar darauf ausgerichtet, Qualität, Verlässlichkeit und langfristige Gästebeziehungen zu sichern.

### **Langfristige Strategie bleibt zentral**

Für Thomas Wüthrich, Direktor von Zürich Tourismus, unterstreichen die aktuellen Entwicklungen die Bedeutung eines strategisch ausgerichteten Vorgehens: «Geopolitische Unsicherheiten wirken sich direkt auf den Tourismus aus. Entscheidend ist jetzt, ruhig und vorausschauend zu handeln.»

Zürich Tourismus ist aktuell in 18 Märkten aktiv und passt die Marktbearbeitung laufend an die geopolitischen Entwicklungen an. Dazu gehören gezielte Budgetverschiebungen sowie eine verstärkte Bearbeitung der Märkte Schweiz und Europa, um Marktanteile zu sichern.

Die Tourismusregion Zürich profitiert von einem diversifizierten Gästemix: Rund 39 Prozent der Gäste stammen aus der Schweiz, die übrige Nachfrage verteilt sich zu je rund einem Drittel auf europäische Nahmärkte und internationale Fernmärkte. Diese breite Abstützung stärkt die Widerstandsfähigkeit der Destination in Zeiten geopolitischer Unsicherheiten.

Punktuell ergeben sich in der aktuellen Situation auch Chancen: Im Bereich Business Events (MICE) werden erste internationale Veranstaltungen verschoben oder neu evaluiert. Zürich positioniert sich hier gezielt als verlässlicher Standort mit hoher Planungssicherheit und guter internationaler Erreichbarkeit.

Gleichzeitig setzt Zürich Tourismus gemeinsam mit Partnerbetrieben auf einen verantwortungsvollen Umgang mit der aktuellen Situation. Ziel ist es, die Attraktivität Zürichs auch in einem anspruchsvollen Marktumfeld zu erhalten, statt kurzfristig auf Preisdumping zu setzen.

Klar ist jedoch auch: Die Auswirkungen geopolitischer Unsicherheiten zeigen sich im Tourismus oft zeitverzögert. Viele internationale Sommer und Herbstreisen werden erst jetzt gebucht. Wie stark sich die Entwicklung auf Zürich auswirkt, wird sich deshalb in den kommenden Wochen zeigen. Die Branche beobachtet die Situation aufmerksam und setzt weiterhin auf ein vorausschauendes und flexibles Vorgehen.

### **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](mailto:michael.mueller@zuerich.com)

[zuerich.com](http://zuerich.com), #visitzurich



*Rückblick auf das erste Quartal 2026 in der Tourismusregion Zürich*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100099248/100939951> abgerufen werden.