

Immer mehr chinesische Individualtouristen in der Schweiz

Die Schweiz zieht mehr denn je Touristen aus China an. Das Switzerland Travel Centre, der offizielle und zugleich grösste Reiseveranstalter für Ferien in der Schweiz, verzeichnet über 15 Prozent Wachstum bei Buchungen gegenüber demselben Zeitraum des Vorjahres, vor allem bei Individualtouristen.



Längst sind Gäste aus China nicht mehr nur in Gruppen unterwegs, sondern bereisen die Schweiz vermehrt auch individuell.

Bild: Luzern Tourismus / Emanuel Ammon

Das Reiseland Schweiz steht bei chinesischen Touristen hoch im Kurs, und so konnte das Switzerland Travel Centre bereits im ersten Halbjahr 2018 gegenüber demselben Zeitraum des Vorjahres eine Zunahme der Buchungen von chinesischen Touristen um mehr als 15 Prozent verzeichnen. Im Gegensatz zu geführten Gruppenreisen zeichnet sich im Reich der Mitte seit einiger Zeit jedoch ein Trend zum Individualtourismus ab. Insbesondere junge Leute sind daran interessiert, die zahlreichen Schweizer Sehenswürdigkeiten auf eigene Faust zu erkunden. Längst wollen diese nicht mehr nur die typischen Schweizer Orte besuchen, sondern setzen auf Authentizität und Ruhe. So stehen längst nicht mehr nur noch die klassischen Ziele wie Jungfrauojoch, Schwanenplatz Luzern oder Zermatt auf der «Bucket-List», sondern immer öfter Orte wie Appenzell, Gruyère oder Rapperswil.

Ihre Reisen plant und bucht die junge Generation dabei meist nicht über lokale Veranstalter in der Schweiz, sondern in Online-Portalen wie dem «Fliggy Shop». Ende 2014 vom chinesischen Online-Grosshändler «Alibaba» lanciert, hat sich die chinesische Power-Plattform mit über 200 Millionen Nutzern inzwischen zu einem der grössten Reiseportale der Welt entwickelt. Dennoch ist «Fliggy Shop» (vormals «Alitrip») in der Schweiz noch weitgehend unbekannt. Das Switzerland Travel Centre hat als erstes touristisches Unternehmen hierzulande das grosse Potenzial eines Direktvertriebs im chinesischen Onlinemarkt erkannt: So werden seit November 2017 neben eigenen Rundreisen und dem beliebten Swiss Travel Pass auch Produkte der starken touristischen Zugpferde Titlis-, Jungfrau- oder Gornergratbahn via «Fliggy Shop» angeboten. Und das mit Erfolg: Die Produkte verkaufen sich wie warme «Weggli».

Individuell und kompetent beraten: auf allen Kanälen, Tag und Nacht

Chinesische Individualreisende legen grossen Wert auf einen vollumfänglichen Kundenservice in der eigenen Sprache. Aus diesem Grund ist das Switzerland Travel Centre in Peking mit einem eigenen Operations Team vor Ort. Dieses ist nicht nur für Übersetzungen ins Mandarin zuständig, sondern steht den Kundinnen und Kunden auf verschiedenen Kanälen auch für weitere Informationen und Fragen zur Verfügung.

Denn obwohl sich der Vertrieb der Produkte zu einem grossen Teil im digitalen Raum abspielt – 77 Prozent der Käufe werden heute in China nur noch über die Mobile-Apps abgewickelt –, spielt die persönliche Beratung auch beim Switzerland Travel Centre in China eine grosse Rolle: Bis zu zwanzig Chat-Nachrichten werden pro Kauf zwischen den Reisenden und dem Beratungsteam verschickt, über die Hälfte der häufig allgemeinen touristischen Anfragen gehen zwischen sechs Uhr abends und Mitternacht ein. Gekauft werden die Produkte rund um die Uhr, und zwar von Schweiz- und Reisebegeisterten aus ganz China: «Die meisten Produkte verkaufen wir in Shanghai, Peking und Guangzhou, die kaufstärkste Gruppe bilden zurzeit Frauen zwischen 18 und 25 Jahren», so David Yang, Fliggy Shop Operations Manager für das Switzerland Travel Centre in Peking.

Gute Prognosen: Das digitale Tor zum chinesischen Markt steht weit offen

Der chinesische Individualtourismus in der Schweiz boomt, und ein Ende dieser Entwicklung ist gemäss aktueller Prognosen nicht in Sicht. Aufgrund der steigenden Nachfrage, unter anderem auch im «Fliggy Shop», hinsichtlich touristischer Angebote und Produkte aus der Schweiz wird 2019 in Hongkong das erste Büro von Switzerland Travel Centre im asiatischen Raum eröffnet. Eine neue Niederlassung mit zusätzlichen Beratungs- und Verkaufsmitarbeitenden vor Ort wird es dem Switzerland Travel Centre und seinen Partnern aus der Schweizer Tourismusbranche künftig noch leichter machen, via lokale Reiseveranstalter und über das Online-Reiseportal «Fliggy Shop» Zugang zum wachsenden chinesischen Markt zu erhalten. Denn das Personal in Hongkong spricht nicht nur die lokale Sprache, sondern kennt sich auch im asiatischen Kulturraum bestens aus.

Aber auch in der Schweiz ist vorgesorgt: Das gegenwärtige Team von drei Chinesisch sprechenden Mitarbeitern am Hauptsitz in Zürich bleibt bestehen, womit das Switzerland Travel Centre einen globalen Rundumservice für den chinesischen Wachstumsmarkt ermöglicht. Die Gäste aus China darf es freuen: Ob zu Hause vor und nach der Reise oder während ihres Aufenthalts in der Schweiz, das Switzerland Travel Centre ist stets erreichbar und in ihrer Sprache für sie da. Chinesische Individualtouristen buchen ihre Reise in die Schweiz vermehrt über die Power-Plattform «Fliggy-Shop».

Switzerland Travel Centre (STC)

Das Switzerland Travel Centre ist für den Verkauf der Schweiz – und «nur» der Schweiz – im Einsatz. Mit über 100 Mitarbeitern bietet das Switzerland Travel Centre das grösste buchbare Angebot zum Ferienland Schweiz an und sorgt damit für einen einfachen Zugang zu über 2000 Schweizer Hotels, zu erlebnisreichen Bahnprodukten und individuellen Rundreisen. Das Contact Center unterstützt die Reiseinteressenten bei der Planung und Buchung ihrer Schweiz-Ferien – in den Landessprachen Deutsch, Italienisch, Französisch (und Rätoromanisch) sowie auf Englisch, Spanisch und Niederländisch. Switzerland Travel Centre wurde 1998 gegründet und ist zu gleichen Teilen eine Tochtergesellschaft von hotelleriesuisse, Schweiz Tourismus und den Schweizerischen Bundesbahnen SBB. Das Unternehmen ist an den Standorten Zürich, London und Stuttgart, sowie mit Mitarbeitern in den USA und in Asien präsent. Der Hauptsitz ist in Zürich. CEO ist Michael Maeder.

htr/og

Publiziert am Dienstag, 03. Juli 2018