

Wie geht es eigentlich «Stopover»??

Um den Erfolg des im vergangenen Herbst lancierten Programms «Stopover Switzerland» kann nur spekuliert werden.

Internationale Flugpassagiere, die mit Swiss reisen und in Zürich umsteigen, sollten zu Kurzferien in der Schweiz animiert werden. Zu diesem Zweck hat Schweiz Tourismus (ST) gemeinsam mit der Airline Swiss und dem Switzerland Travel Centre Ende November 2018 touristische Stopover-Pakete für alle Schweizer Regionen, inklusive freier Fahrt mit dem öffentlichen Verkehr, lanciert. Die Projektpartner gingen damals von einem geschätzten Marktpotenzial von rund 100'000 Hotelübernachtungen pro Jahr aus.

Doch wo steht das Programm ein halbes Jahr später? Auf Nachfragen hin vertröstet ST auf später. Für eine Zwischenbilanz sei es noch früh. Die gleiche Antwort wie bereits vor zwei Monaten. Damals wurde nachgeschoben, dass das Programm auf grosses Interesse stosse und jeden Monat mehr Buchungen eintreffen würden. Gemeinsam mit Swiss erwarte ST auf den Sommer hin eine weitere Zunahme der Buchungen, die Sommermonate seien bei Swiss traditionell die stärksten Reisemonate. Und nun im Juni: Das Programm stösst laut ST nach wie vor auf grosses Interesse in den Märkten. Gemeinsam mit Swiss möchte man die reisestarken Sommermonate abwarten, bevor evaluiert werde. Konkrete Zahlen will oder kann ST also nicht liefern.

Obwohl die Initianten von einem grossen Interesse sprechen, spricht einiges dafür, dass der bei der Lancierung erhoffte Erfolg zumindest teilweise ausbleibt. Denn von einem Schnäppchenangebot kann nicht die Rede sein. Wer zum Beispiel eine Nacht in Luzern in einem 3-Sterne-Hotel übernachtet, bezahlt für das Doppelzimmer 585 Franken. Da bleibt aber keine Zeit, mit dem Swiss Travel Pass die Schweiz zu erkunden. Bucht man zwei Nächte, muss man dafür 1005 Franken aufwerfen. Einerseits sind dies für einen kleinen Stopover nicht geringe Mehrkosten, andererseits wollen weit Reisende, etwa von São Paulo via Zürich nach Bangkok, möglichst rasch ihre Zieldestination erreichen. Das von ST zitierte grosse Interesse aus den Märkten ist als Aussage einer Marketing-Organisation zu relativieren.



Daniel Stampfli
Publiziert am Montag, 17. Juni 2019