



Interlaken Tourismus – 19. November 2021 / chl

## Medienmitteilung

# Noch ein Übergangsjahr

Europa wird sich erholen im kommenden Jahr, davon gehen zahlreiche Prognosen und Experten aus. Einzelne Märkte können sogar das Niveau vor Corona übertreffen. So weit so gut für Interlaken Tourismus. Doch auch 2022 wird ein Übergangsjahr, denn zahlreiche Fernmärkte, insbesondere aus dem Osten, kommen wohl frühestens im kommenden Sommer wieder zurück nach Interlaken.

Mit dem umfassenden Prozess «Interlaken 2030» hat Interlaken Tourismus gemeinsam mit 15 ausgewiesenen, lokalen Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Gewerbe, Politik und natürlich allen touristischen Bereichen die Zukunft Interlakens bis in ebendieses Jahr 2030 skizziert. Die Ergebnisse wurden am vergangenen Freitag ausführlich vorgestellt. Während die Gemeinde Interlaken und andere Partner sich um Infrastruktur-Verbesserungen und Standortthemen kümmern, fokussiert sich Interlaken Tourismus auf drei touristische Kernthemen, die aus «Interlaken 2030» hervorgingen.

### Holen, halten, entwickeln bleiben zentral

Interlaken hält dabei an den strategischen Grundsätzen Gäste holen, halten und den Tourismus entwickeln fest. Holen gilt es vor allem im Winter. Die Stärkung der schwächeren Saison in Interlaken ist der Schlüssel zur erfolgreichen Ganzjahresdestination. Eine moderne Gästelenkung wird schon bald den Gästen wesentlich einfacher und effizienter zusätzliche Erlebnisse und Angebote in und um Interlaken schmackhaft machen. Und zur Entwicklung passt der Fokus auf das MICE-Geschäft. Der Geschäftstourismus hat in Interlaken Tradition, in den letzten Jahren jedoch zunehmend an Bedeutung verloren. Hier gilt es geeignete Lösungen mit den beteiligten Partnern zu prüfen.

### Budget noch immer stark reduziert

Während im Jahr 2019 beinahe 10 Millionen Franken Umsatz erreicht wurden, rechnet das Budget 2022 mit weniger als 6,4 Millionen Franken Einnahmen. Das Budget für das Destinations-Marketing beläuft sich im kommenden Jahr auf weniger als 1,5 Millionen Franken, 2019 konnte Interlaken Tourismus fast 3,4 Millionen Franken für das Marketing und damit insbesondere für die Werbung für Interlaken ausgeben.

### Aussichten einigermaßen zuversichtlich

Trotz den nach wie vor grossen Einschränkungen durch die Corona-Pandemie, ist Interlaken Tourismus zuversichtlich. Nicht zuletzt der Switzerland Travel Mart im Oktober hat eindrücklich offengelegt, dass Interlaken nach wie vor für viele Gäste aus der ganzen Welt ein äusserst beehrtes Reiseziel ist. Daraus kann geschlossen werden, dass Gäste zurückkommen werden, sobald sie wieder dürfen und einfacher reisen können.

Kurzfristig bleibt der Fokus auf der Schweiz und Europa. Gleichzeitig ist Interlaken Tourismus weltweit mit starken Partnern im Kontakt, um zur richtigen Zeit, die richtigen Segmente anzusprechen. Das Ziel ist, dass Interlaken in Übersee im Osten und Westen die Wunschdestination Nummer 1 nach Corona ist.

