

# Der Aufschwung beginnt im Kopf



**VON** STEFAN VOGLER\*

**S**trahlend verkündete Bundespräsidentin Sommaruga am 27. Mai die Lockerungen der zur Bekämpfung der COVID-19-Pandemie verfügbaren Massnahmen. Die Schweiz ist unter Einhaltung der andauernden Schutzmassnahmen, «new normal» mental am Auferstehen.

Auch für den arg gebeutelten Tourismus ist das Ende des Lockdowns ein historischer Moment. Die für unser Land imagemässig äusserst wichtige Branche mit einer Wertschöpfung von achtzehnkommasechs Milliarden Franken erzielte bisher lediglich 40 Prozent mit Schweizer Kundschaft. Im Coronajahr besteht die einmalige Chance, mehr Schweizer für Ferien im eigenen Land zu gewinnen. Die wohl anhaltende Unsicherheit über die Hygiene-Zustände und die Angst vor einer Coronansteckung an ausländischen Stränden, ist ein starkes Verkaufsargument. Auch wenn unser Land die Pandemie vergleichsweise gut überstanden hat, bleibt auch hiesigen Tourismusbetrieben gegenüber eine gewisse Skepsis der Gäste. Das von Schweiz Tourismus mit den Branchenverbänden lancierte Quality Label «Clean & Safe» soll das Vertrauen stärken und signalisieren: Hier wird der Schutz der Mitarbeitenden und Kunden ernst genommen und die Einhaltung der Schutzmassnahmen garantiert.

Nach der letzten grossen Rezension wurde eine landesweite Kampagne mit der treffenden Botschaft «Der Aufschwung beginnt im Kopf» lanciert. Dies ist hoffentlich wieder der Fall. Geniessen wir schöne und «sichere» Ferien in der Schweiz!

\* Stefan Vogler berichtet an dieser Stelle regelmässig über Markenführung.