

Indische Touristen in der Schweiz¹

URS KELLER

Indische Touristen in der Schweiz? Noch klingt das für viele etwas sonderbar. Länder des Südens treten in der Touristik in erster Linie als exotische Fernreiseziele in Erscheinung und nicht als Heimatländer von Touristen, die in die teuren Länder des Nordens reisen. Tatsächlich spielt sich der internationale oder grenzüberschreitende Tourismus größtenteils zwischen den Industrienationen ab. Nach wie vor ist der indische Tourismus – obwohl Indien an zweiter Stelle der bevölkerungsreichsten Länder der Welt steht – global betrachtet von marginaler Bedeutung. Vor diesem Hintergrund erscheint das Phänomen in Europa bzw. in der Schweiz tatsächlich als Kuriosum. Gleichzeitig ist es aber ein Beispiel dafür, wie der Globalisierungsprozess, der in Wechselwirkung mit dem Tourismus steht, in den aufstrebenden Ländern Asiens ein neues touristisches Nachfragepotenzial freigesetzt hat.

Boomender Auslandstourismus

Zwischen 1990 und 1999 stiegen die indischen Auslandsreisen um 70 Prozent auf vier Millionen an². Experten gehen davon aus, dass im letzten Jahr zehn Millionen Inder außer Landes gereist sind und diese Zahl mittelfristig auf 25 Millionen anwachsen wird³. Die Gründe für diese starke Zunahme sind vielfältiger Natur. Eine wichtige Rolle spielten die Liberalisierungsschübe in den 1990er Jahren. So wurden 1993 die Hürden für die Bewilligung von Auslandsreisen herabgesetzt. 1996 wurde der erlaubte Erwerb von ausländischen Devisen von 500 auf 3000 US-Dollar angehoben und vier Jahre später

¹ Aktualisierte und erweiterte Fassung von: „Da muss man gewesen sein“. Der indische Tourismus in der Schweiz. In: Schneider, A. (Hg.), *Bollywood. Das indische Kino und die Schweiz*. Zürich 2002

² Travel Research International, *Indian Travel to Europe*. Im Auftrag der European Travel Commission. Bucks/UK 2001, S. 11 (unveröffentlichte Studie)

³ *Hotel+Tourismus Revue*, 1.7.2004, S. 4

nochmals auf 5000 US-Dollar erhöht. Ein weiterer Grund für das Ansteigen der Auslandsreisen liegt im starken Wachstum der indischen Wirtschaft in den letzten Jahren⁴, das zum Anwachsen der aufstrebenden indischen Mittelschicht geführt hat. Des Weiteren haben gesellschaftliche Veränderungen mit einem neuen, sich am Westen orientierten Lebensstil – unterstützt durch die Verbreitung des Fernsehens in Indien – den Wunsch nach Ferien im Ausland geweckt. Und nicht zuletzt wurde das touristische Angebot, das die gewünschten Reisen überhaupt erst ermöglicht, in den letzten Jahren ständig erweitert und verbessert.

In der Popularität ausländischer Ferientziele liegt der asiatische Raum bei den indischen Reisenden klar an der Spitze – insbesondere die Region Südostasien mit Singapur (2003: 309 446 Ankünfte), Thailand (230 316) und Malaysia (145 153). Neben dem mittleren Osten und Nordamerika, wo viele Inder leben und von ihren Verwandten aus Indien besucht werden, erfreut sich auch Europa hoher Beliebtheit. Die meisten Ankünfte in Europa verzeichnet die ehemalige Kolonialmacht Großbritannien (2003: 199 000). Die Schweiz belegt mit 84 685 Ankünften den zweiten Rang, gefolgt von Italien (48 807) und Belgien (17 453)⁵. Nicht gesondert ausgewiesen werden die Ankünfte indischer Gäste in den Tourismusstatistiken der Länder Deutschland, Österreich und Frankreich. Gerade Frankreich dürfte jedoch weit vorne rangieren, da namentlich Paris eine beliebte Reisestadt⁶ für indische Touristen ist.

Die Schweiz spielt mithin eine bedeutende Rolle im indischen Auslandstourismus. Dies erstaunt umso mehr, als die meisten Länder mit einem höheren Anteil an indischen Touristen entweder in Süd- und Südostasien liegen oder eine historische Verbindung mit Indien bzw. eine große indische Diaspora aufweisen.

Die Entwicklung des indischen Tourismus in der Schweiz reicht weit zurück. Schon kurz nach der Gründung der indischen Union verbuchten Inder jährlich etwa 50 000 Logiernächte, mit einem ersten Höhepunkt im Jahre 1971 (84 000). Infolge der Weltwirtschaftskrise von 1973 kam es zu einem starken Rückgang der Übernachtungen. Die Kurve stieg jedoch bis Mitte der Achtzigerjahre wieder steil an und nach einem Zwischentief Anfang der 1990er Jahre nahmen die Logiernächte erneut zu, bis sie schließlich 1997 den Rekordwert von 1985 übertrafen. Die Jahre 1998/99 können als die eigentlichen Boomjahre des indischen Tourismus in der Schweiz angesehen werden – mit jährlichen Zuwachsraten von über 25 Prozent. Im touristischen Krisenjahr

⁴ Zwischen 1990 und 2002 um durchschnittlich 5.8 Prozent pro Jahr. Baratta, Mario von (Hg.), *Der Fischer Weltalmanach 2005*. Frankfurt a.M. 2004

⁵ World Tourism Organization, *Tourism Factbook*. 2005. Download von www.world-tourism.org, Zugriff am 7.6.2005

⁶ Auch durch die indische Filmindustrie bekannt gemacht.

2003 (SARS, Irak-Krieg) waren die Logiernächte zum ersten Mal seit 1992 leicht rückläufig⁷, was sich aber schnell wieder ändern dürfte, da Experten dem indischen Tourismus in der Schweiz bereits für das Jahr 2004 wieder eine positive Entwicklung voraussagen⁸.

Es bleibt zweierlei festzuhalten: Der indische Tourismus in der Schweiz ist nur im Ausmaß, nicht aber grundsätzlich ein Novum – schon seit der Unabhängigkeit reisen indische Touristen in die Schweiz. Und: Die Inder werden zu einem immer wichtigeren Markt für den Schweizer Tourismus. Mit 200 000 Logiernächten steht Indien bereits auf Rang zwölf in der Logiernächtestatistik der Herkunftsländer (Tab. 1). Indien ist nach den USA und Japan der dritt wichtigste Überseemarkt in der Schweiz und repräsentiert mit stetig steigenden Zuwachsraten (ganz im Gegensatz zu den traditionellen Herkunftsmärkten) einen lukrativen Wachstumsmarkt. Es ist nur eine Frage der Zeit, wann die Inder die Japaner als wichtigstes asiatisches Gästesegment in der Schweiz ablösen werden.

Tabelle 1: Logiernächte ausländischer Touristen, 1992/2003
(ausgewählte Länder)

Rang	Herkunftsland	1992	2003	
1	Deutschland	6.838.980	5.301.798	-22,5
2	Großbritannien	1.847.948	1.813.076	-1,9
3	USA	1.889.289	1.397.982	-26,0
4	Frankreich	1.442.258	1.149.441	-20,3
5	Italien	1.397.301	958.484	-31,4
6	Niederlande	881.383	787.239	-10,7
8	Belgien	970.615	699.452	-27,9
7	Japan	815.392	558.222	-31,5
9	Österreich	364.379	326.341	-10,4
10	Spanien	410.304	292.185	-28,8
11	Russland	n. a.	239.511	
12	Indien	67.067	196.869	193,5

Quelle: Bundesamt für Statistik: Schweizerische Tourismusstatistik. Bern 2003

⁷ Bundesamt für Statistik, Schweizerische Tourismusstatistik: Logiernächte der Gäste aus Indien, 1939–2003. Bern 2003

⁸ Für das Jahr 2004 sind keine Zahlen erhältlich, da die herkömmliche Tourismusstatistik in der Schweiz aus Spargründen vorübergehend eingestellt worden war. Seit dem 1.1.2005 werden die Übernachtungen in den Hotels (unter einer neuen Trägerschaft) wieder erhoben.

Populäre Schweiz

Woher aber rührt die Beliebtheit der Schweiz für indische Touristen, sodass sie neben Großbritannien die meisten Ankünfte in Europa verzeichnet? Ein wichtiger Grund liegt darin, dass die Schweiz seit jeher ein gutes Image in Indien genießt. Die Ursachen dafür reichen von der wohlbekannten Schweizer Uhrenindustrie, die für Qualität und Präzision steht, über indische Persönlichkeiten, die die Schweiz bereisten (Nehru, JRD Tata) und in ihrem Heimatland darüber berichteten⁹, bis hin zu Sympathie für die schweizerische Neutralität, die vielleicht umso stärker ins indische Bewusstsein drang, als sich Indien während des Kalten Krieges zu den blockfreien Staaten zählte. Es ist auch denkbar, dass die Engländer, die eine wichtige Rolle bei der Entwicklung des Alpinismus spielten, in Britisch-Indien Positives über die Schweizer Berglandschaften zu berichten wussten und die Begeisterung an ihre Untergebenen weitergaben. Vor allem steht die Schweiz in Indien für eine einzigartige Bergwelt mit klaren Gewässern, blumenreichen Alpenwiesen sowie viel Schnee und Eis. Obwohl die Alpen auch andere europäische Länder durchziehen oder streifen, scheint allein die Schweiz in Indien das Ideal der vollkommenen Bergwelt in Europa zu repräsentieren. Europa und Gebirge – das ist eben die Schweiz, und es werden Reminiszenzen an das „himmlische“ Kaschmir geweckt. Die indische Leidenschaft für verschneite Berglandschaften wurzelt hauptsächlich im einsichtigen touristischen Prinzip, dass man eben diejenigen Landschaften sehen und erleben möchte, die man zu Hause nicht vorfindet. Dazu kommen die von indischen Touristen immer wieder genannten Vorzüge, welche die Schweiz zu bieten hat, wie Sicherheit, Sauberkeit, Ruhe, reine Luft und kühles Klima¹⁰.

Das Interesse für die alpine Schweiz wurde in den 1990er Jahren durch die Medien im Allgemeinen und die indische Filmindustrie im Besonderen ungemein gestärkt. Die zahlreichen in den Berner Alpen gedrehten Kinofilme haben die Bergschweiz einem indischen Massenpublikum zugänglich gemacht und damit das Bewusstsein potenzieller Reisender für die Attraktionen der Schweiz gesteigert. Viele Inder kennen die Schweiz nur oder zu einem großen Teil aus den Filmen. Die Schweiz ist demnach eines der wenigen Reiseziele Europas, von dem immer wieder Bilder in Indien zu sehen sind.

⁹ Dies mag nach westlichem Verständnis von geringer Bedeutung sein. In Indien sind Wertschätzungen oder Aktivitäten von hohen Persönlichkeiten jedoch von außergewöhnlicher Relevanz.

¹⁰ Auf dem falschen Fuß werden diejenigen Reisegruppen erwischt, die im Sommer in Mitteleuropa zu ihrer Überraschung auf schwülheiße Temperaturen von über 30 Grad Celsius treffen.

Mit der Zunahme des Bekanntheitsgrades direkt verbunden ist eine zusätzliche Stärkung des oben beschriebenen guten Images der Schweiz, zumal die Alpenlandschaft meist als Kulisse für die romantischen Szenen des Filmes dient¹¹ und die in Indien vergötterten Filmstars in die Schweiz reisen – sei es realiter für den Dreh oder in der Filmhandlung als virtuelle Touristen. Eine Reise in die Schweiz ist *trendy*, dementsprechend hoch ist der damit verbundene Prestigegegewinn.

Allein, das gute Image eines Landes und dessen Wahrnehmung als Traumziel reicht noch nicht aus, um einen Touristenstrom auszulösen. Zuerst muss ein touristisches Angebot überhaupt vorliegen. Die eben beschriebene Ausgangslage, gekoppelt mit einem riesigen Marktpotenzial, hat die Reiseveranstalter dazu bewogen, in den Schweizer Markt zu investieren. Das touristische Programm wurde in den letzten Jahren ausgebaut, vereinfacht und verbilligt, was es vielen Indern überhaupt erst ermöglichte, in die Schweiz zu reisen. Die Schweiz wird heute nicht nur in fast alle Europareisen eingebaut, vielfach werden hier auch die meisten Übernachtungen gebucht. Bei dem allgemeinen Boom des indischen Tourismus in Europa profitiert(e) die Schweiz demnach immer überdurchschnittlich. Im Jahr 2001 wurden zudem erstmals Rundreisen arrangiert, die nur die Schweiz zum Ziel hatten. All dies führte schließlich zu der erwähnten starken Zunahme der Übernachtungen Ende der 1990er Jahre. Die Gründe dafür lassen sich dem guten touristischen Angebot und den Faktoren Prestige und Landschaft zuschreiben. Werbemaßnahmen sind mit einem vergleichsweise geringen Aufwand verbunden: Die Mundpropaganda („Das ist der Himmel auf Erden“) funktioniert, und die Medien rühren erfolgreich die Werbetrommel¹².

Indische Reisende kommen in die Schweiz, um Berge zu sehen und Schnee zu erleben – und dies wird ihnen auch ermöglicht. Eine Durchschnittsrundreise durch die Schweiz für einen indischen Pauschaltouristen oder besser eine „Pauschalfamilie“ (drei Generationen sind keine Seltenheit) besteht aus den Etappen Zürich und Rheinfall, Luzern mit Shopping, Titlis und Jungfrau (gekoppelt mit einer Kurzvisite in Interlaken) sowie der Region Genfersee. Es geht darum, in gegebener kurzer Zeit möglichst viel zu sehen – das vermittelt das Gefühl einer guten Investition. Jedoch gibt es auch Reiseveranstalter, die bereits längere Aufenthalte in der Schweiz anbieten, mit entsprechend mehr Besichtigungserlebnissen. Das Programm der immer zahlreicher werdenden Individualreisenden sieht ähnlich aus. Durch die durchschnittlich längere Auf-

¹¹ Die Schweiz ist denn auch eine äußerst beliebte Flitterwochen-Destination für indische Hochzeitspaare.

¹² Neben Kinofilmen werden auch Produktwerbung und Musikvideoclips in der Schweiz gedreht.

enthaltendauer werden aber noch weitere Orte besucht (z. B. Zermatt, St. Moritz, Schilthorn, Pilatus). Die Zunahme des Individualtourismus kann als normale touristische Entwicklung betrachtet werden: Nach der Schnuppertour mit der Sicherheit und Geborgenheit der geführten Rundreise folgt als Zweitreise der selbst organisierte Ferienaufenthalt. Bei Gästen anderer (asiatischer) Provenienz ist Ähnliches zu beobachten.

Ökonomische Bedeutung

Wie ist nun die ökonomische Bedeutung des indischen Tourismus in der Schweiz einzuschätzen? Diese ist höher, als der geringe Anteil von 1,2 Prozent (2003) am Gesamtvolumen der ausländischen Logiernächte vermuten lässt. Es ist vor allem das scheinbar unermessliche Potenzial, das den indischen Tourismus für die Schweiz attraktiv macht. Neben diesem gängigen Argument gibt es aber noch weitere Punkte, die bei der Betrachtung dessen wirtschaftlicher Relevanz zu beachten sind. Wünscht die Stammkundschaft in der Schweiz immer mehr Abwechslung und einen stärkeren Erlebnisgehalt, so zieht der sich aus den Komponenten Landschaft, Prestige und Sicherheit konstituierende „Mythos Schweiz“ die indischen Touristen noch immer in seinen Bann. Derart lässt sich das Reiseprogramm relativ bequem gestalten und es kann auf die vorhandene touristische Infrastruktur zurückgegriffen werden. Nicht zu vergessen ist der erwähnte Beitrag der indischen Filmindustrie beim Marketing der Schweiz¹³. Ein anderer vorteilhafter Aspekt ergibt sich aus der Reisezeit der indischen Touristen: Die überwiegende Mehrzahl reist zwischen April und Juni in die Schweiz, also während der heißesten Zeit in Indien, in der die Schulferien liegen und man den stickigen Großstädten zu entfliehen sucht. Damit füllen die indischen Reisenden die Schweizer Hotels in einer Zeit, in der zwischen Winter- und Sommersaison häufig eine Flaute herrscht. *Last but not least* zählen die Inder zu den kaufkräftigsten Gästen in der Schweiz. Ihre Ausgaben liegen beispielsweise weit über denjenigen der Deutschen, dem größten ausländischen Gästesegment. Gekauft werden mit Vorliebe Uhren, Taschenmesser und Schokolade, mithin die Verkaufsartikel, für die die Schweiz berühmt ist, die einzukaufen schon vor der Reise beschlossen wird und die endlich den Aufenthalt in der Schweiz bestmöglich in Erinnerung zu halten vermögen. Der hohe Durchschnittswert der Ausgaben darf aber nicht über die großen Unterschiede in-

¹³ Dieser Effekt war natürlich nicht intendiert. Mittlerweile lassen sich aber indische Regisseure, der lukrativen Interdependenz von Film und Tourismus gewahr, gerne in die Promotion des Reiselandes Schweiz einspannen.

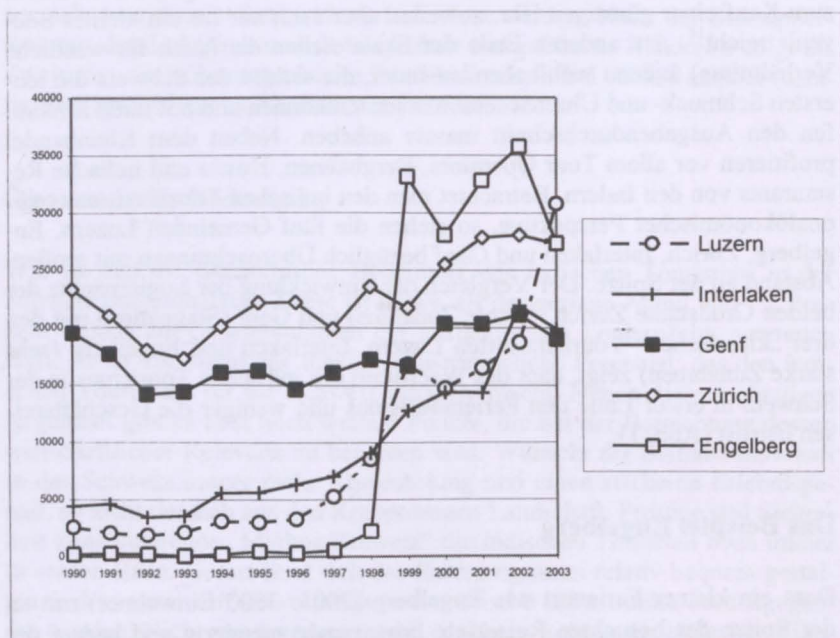
nerhalb der indischen Kundschaft hinwegtäuschen. Ein ansehnlicher Teil der indischen Touristen verfügt nur über ein kleines Ferienbudget, das vielleicht zum Kauf einer günstigen Uhr, zuweilen aber auch nur für ein kleines Souvenir reicht¹⁴. Am anderen Ende der Skala stehen die (auch für westliche Verhältnisse) äußerst wohlhabenden Inder, die sich in der Schweiz die teuersten Schmuck- und Uhrenaccessoires leisten können und mit ihren Einkäufen den Ausgabendurchschnitt massiv anheben. Neben dem Kleinhandel profitieren vor allem Tour Operators, Bergbahnen, Hotels und indische Restaurants von den Indern. Betrachtet man den indischen Tourismus aus regionalökonomischer Perspektive, so stehen die fünf Gemeinden Luzern, Engelberg, Zürich, Interlaken und Genf bezüglich Übernachtungen mit großem Abstand an der Spitze. Der Vergleich der Entwicklung der Logiernächte der beiden Großstädte Zürich (leichte Zunahme) und Genf (Stagnation) mit den drei „klassischen“ Tourismusorten Luzern, Interlaken und Engelberg (sehr starke Zunahmen) zeigt, dass das Wachstum des indischen Tourismus in der Schweiz in erster Linie den Ferientourismus und weniger die Geschäftsreisen betrifft (Abb. 1).

Das Beispiel Engelberg

Dass ein kleiner Ferienort wie Engelberg (2003: 3500 Einwohner) mit an der Spitze der besuchten Reiseziele liegt, macht neugierig und bedarf der näheren Betrachtung. Entscheidendes geschah in den Jahren 1997–1999: Die Logiernächtezahlen explodierten von 541 auf über 30 000. Dieses Wachstum ist auf den Einstieg des Schweizer Reiseveranstalters Kuoni in den Indienmarkt zurückzuführen. 1997 wurde der indische Pauschalreiseanbieter SOTC von Kuoni übernommen und in der Folge das Schweizprogramm stark ausgebaut. Auf der Suche nach einem geeigneten Übernachtungsort für die indischen Gäste in der Region Luzern-Titlis (als obligater Programmpunkt der Rundreisen) wurde man mit dem Hotel Terrace in Engelberg fündig. Dieses Jugendstilhotel wurde Mitte der 1990er Jahre stillgelegt, dann renoviert und 1999 neu eröffnet. In den ersten Jahren der Betriebsaufnahme wurde es in den Frühjahrs- und Sommermonaten von Kuoni exklusiv für indische Pauschaltouristen angeboten. Mittlerweile bestehen auch mit anderen asiatischen Reiseanbietern Verträge. Wer mit SOTC in die

¹⁴ Dass die Reisen oft auch hart verdient sein wollen, zeigt das Angebot einiger Reiseveranstalter, die ohnehin schon günstigen Pauschalarrangements auf Kredit zu buchen und nach der Reise in Raten abzuzahlen. („Holiday Abroad Now & Pay Later“).

Abb. 1: Logiernächte indischer Touristen, 1990-2003



Quelle: Bundesamt für Statistik: Schweizerische Tourismusstatistik. Bern 2003

Schweiz reist, gastiert in diesem Hotel – was ihm den Zweitnamen „Indian village“ eintrug. Die starke Konzentration der indischen Gäste bedeutet für die Organisatoren handfeste Vorteile. Die Hotelangestellten werden einerseits in theoretischen Seminaren über die indische Kultur und in der Praxis im Umgang mit den unbekanntem, exotischen Gästen vertraut und zu touristischen Experten gemacht¹⁵. Zudem kann der Wunsch der Gäste nach indischem Essen effizient und kostengünstig erfüllt werden, indem zur Hauptsaison indische Köche eingestellt werden. Im Übrigen findet der im Zusammenhang mit dem Tourismus oft zitierte Kulturaustausch kaum statt. Der Kontakt zwischen Indern und Einheimischen beschränkt sich in erster Linie auf das Hotelpersonal. Neben dem Verständigungsproblem – viele Einheimische und doch auch erstaunlich viele indische Touristen sind des Englischen kaum

¹⁵ Es gibt Hotels, die auf das Geschäft mit den Indern verzichten, nicht zuletzt wohl aufgrund von Unbehagen gegenüber dem Fremden.

mächtig – und der mangelnden Zeit ist es vor allem die *environmental bubble* der Gruppenreise¹⁶, die einem Austausch im Wege steht. Die indischen Reisenden bleiben unter sich, sei es im Reisebus quer durch Europa, beim inszenierten Shopping oder auch – bewusst vom Hotel arrangiert – beim Essen im getrennten Speisesaal.

Engelberg verwandelt sich in den Monaten April bis Juni zu einer Heimstätte indischer Europareisender. Auch wenn das Hotel Terrace den Löwenanteil der Logiernächte auf sich vereinigt, gibt es mittlerweile viele andere Hotels, die ebenfalls ins Geschäft mit den indischen Gruppen eingestiegen sind – aktiv gefördert vom Verkaufs-Repräsentanten von Engelberg und Luzern Tourismus in Indien.

Ausblick

Wie sieht ein Blick in die Zukunft aus? Das Wachstum der indischen Auslandsreisen wird auf etwas mehr als sechs Prozent geschätzt¹⁷, eine etwas höhere Rate attestiert man dem reinen Ferienmarkt. Ob diese recht optimistische Zahl erreicht werden kann, hängt davon ab, wie sich das allgemeine Wirtschaftswachstum und die indische Währung entwickeln werden. Gerade Letztere spielt insbesondere für den Europamarkt eine wichtige Rolle, da ein Teil der Reisekosten in der jeweiligen Fremdwährung bezahlt werden muss. Trotz unterschiedlicher Prognosen ist man sich einig, dass die Auslandsreisen in den nächsten Jahren zunehmen werden. Wie stark der Europamarkt davon profitieren wird, ist indes schwer zu beurteilen. Tourismusexperten gehen eher von einem moderat konstanten Wachstum des indischen Tourismus in Europa aus. Da der Preis für indische Touristen sehr wichtig ist, spielt sowohl der Wechselkurs der Rupie als auch die weitere Liberalisierung der indischen Devisenvorschriften und des Flugmarktes eine wichtige Rolle. Reiseveranstalter warten auf die Einwilligung der indischen Regierung zur Lancierung von Charterflügen, die den Preis für ein Pauschalangebot nach Europa weiter reduzieren könnten¹⁸.

Grundsätzlich wird die Schweiz ihren Status als Pflichtbestandteil einer Europareise mittelfristig wohl halten können. Ob sie relativ zu anderen europäischen Ländern weiter zulegen wird, hängt nicht zuletzt auch von den Reiseveranstaltern ab und ob diese das Schweizprogramm ausbauen und damit die Logier-

¹⁶ Mundt, Jörn W., Einführung in den Tourismus. München, Wien 2001, S. 191ff.

¹⁷ Travel Research International, Indian Travel to Europe. Im Auftrag der European Travel Commission. Bucks/UK 2001, S. 39ff. (unveröffentlichte Studie)

¹⁸ Mit der Einstellung des täglichen Direktfluges Zürich-Delhi der schweizerischen Fluggesellschaft Swiss wurde das touristische Angebot etwas geschwächt.

nächte in der Schweiz erhöhen. Zuversichtlich stimmt sicher auch der wachsende Individualtourismus-Markt. Die vergangenen Jahre haben einmal mehr gezeigt, wie sensibel der Tourismus auf exogene Faktoren wie Umweltereignisse (Erdbeben in Gujarat 2001), Terrorakte (New York 2001) und Seuchen (SARS 2003) reagiert. Dennoch dürften die Einschätzungen mancher Experten, die dem indischen Tourismus weitere, starke Zunahmen in der Schweiz voraussagen, zutreffen. Zu tief verankert ist das positive Image der Schweiz in Indien, weiter ungebrochen ihr Prestige als Trendreiseziel („Da muss man gewesen sein“), was nach wie vor stark durch die Medien reproduziert wird. Wie lange dies allerdings noch so bleiben wird, ist offen. Will die Schweiz diese Vorzüge aktiv fördern – was wünschenswert wäre, da keine Ferienregion vor der wachsenden Sättigungsgefahr gefeit ist –, sollte sie versuchen, die Trend setzenden indischen Film- und Musikindustrien in der Schweiz zu halten, die Promotionsarbeit auszubauen und neue Ausflugsregionen einzuführen, um Anreize für eine zweite Schweizreise zu liefern.