

# Chinesische Gäste in der Schweiz



## Impressum

### Herausgeber

HotellerieSuisse, Bern, und  
Schweiz Tourismus, Zürich

### Layout

xamt franziska liechti, Wabern  
[www.bloomidentity.ch](http://www.bloomidentity.ch), Bern

### Druck

Stämpfli AG, Bern

### Fotos

Schweiz Tourismus:  
Nicholas Iliano, Cover, S. 19; Beat  
Brechtbühl S. 20; Andre Meier S. 27  
Shutterstock.com: S. 10  
unsplash.com: S. 4  
iStockphoto.com: S. 1, 6, 9, 12, 16,  
29, 30

### Sprachen

Deutsch, Französisch, Englisch

Bern, November 2019



- 4 Vorwort**
- 6 Allgemeine Informationen zur Volksrepublik China**  
Geschichtlicher Abriss, Wirtschaft
- 10 Merkmale der chinesischen Kultur**  
Philosophie, Konfuzianismus, Taoismus, Beziehungen, Harmonie
- 12 Eine Sprache, die Zeichen setzt**  
Eigennamen, Sich der Sprache anpassen
- 14 Gepflogenheiten des Geschäftslebens**  
Langfristiges Denken, Die persönliche Haltung ist ausschlaggebend, China im Wandel, Fazit, Tipps
- 18 Fragen an Simon Bosshart**  
Schweiz Tourismus, Direktor China/Asien Pazifik/Global Accounts
- 20 Chinesen auf Reisen**  
Starker Anstieg der Auslandsreisen, Gruppenreisen vs. Individualreisen, Die Schweiz als Urlaubsziel, Tipps, Profil der chinesischen Touristen in der Schweiz

## **24 Schweizer Gastfreundschaft für chinesische Gäste**

Ein Kernelement chinesischer Kultur, Was erwarten die chinesischen Gäste?, Tipps

## **24 Freizeitaktivitäten**

Ein weitgehend unbekanntes Konzept, Tipps, Geselliges Beisammensein und Shopping führen die Hitliste an, Rund um die Welt einkaufen, Mobile Payment

## **28 Fragen an Susu**

Chinesische Reise-Influencerin

## **30 Chinesische Ess- und Trinkgewohnheiten**

Eine lange Tradition, Kulinarische Erlebnisse sind Ferienhöhepunkte, Trinkgewohnheiten, Tipps

## **33 Kontaktadressen**



# Vorwort

## Ist es nicht eine Freude, von weither kommende Freunde zu empfangen?



1 Claude Meier  
2 Martin Nydegger

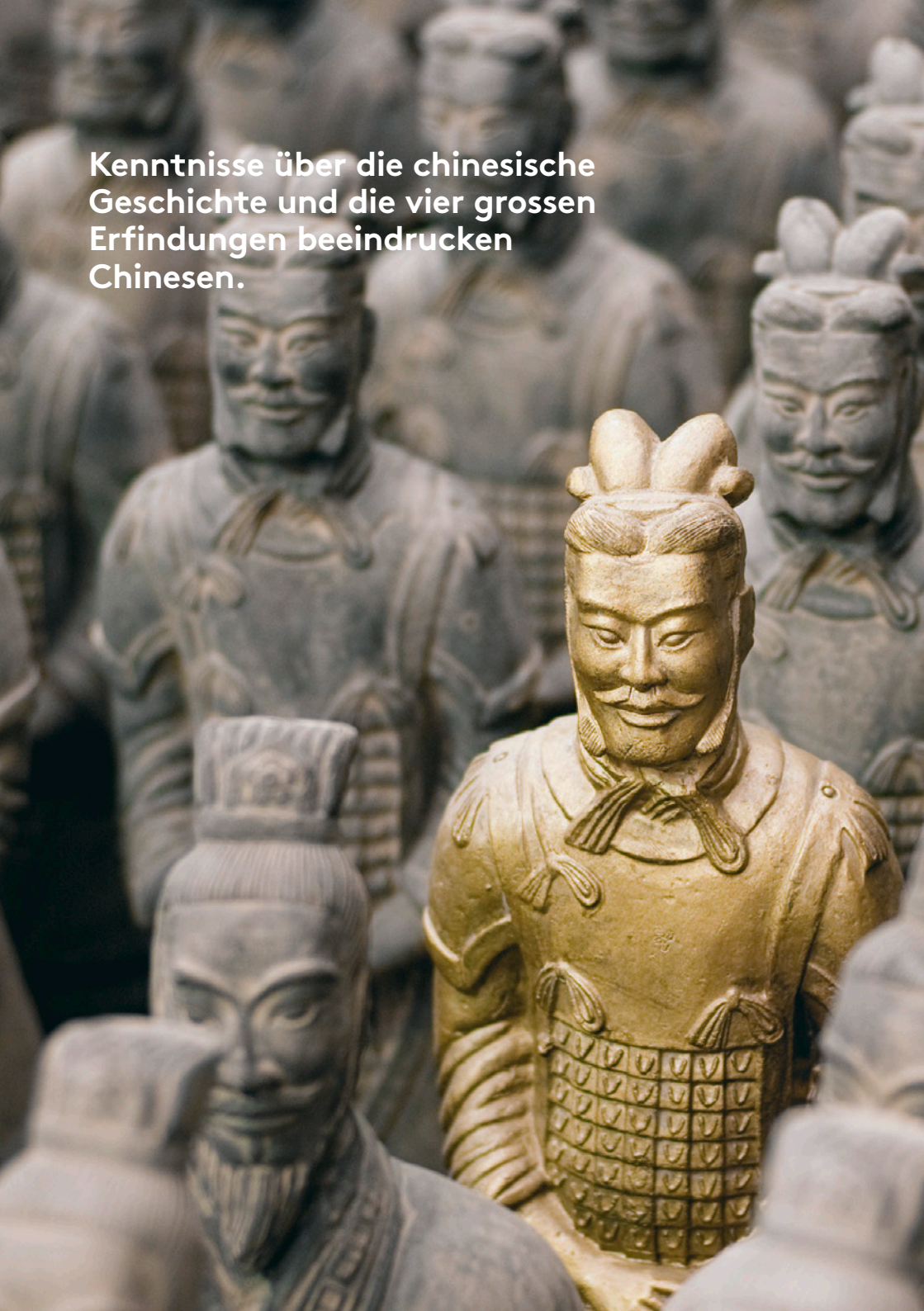
Als Hotelier und Hotelière ist für Sie Gastfreundschaft gegenüber Gästen aus nah und fern selbstverständlich. Kommen die Gäste aus weniger bekannten Kulturen, hilft Wissen über die jeweilige Kultur, Missverständnisse zu vermeiden und den Aufenthalt für den Gast und für Sie reibungslos zu gestalten. Die Broschüre «Chinesische Gäste in der Schweiz» setzt hier an. Zwischen 2012 und 2018 haben die Logiernächte von chinesischen Gästen<sup>1</sup> in der Schweiz um 83 Prozent zugenommen (ohne Hongkong). Auch in Zukunft wird mit einer hohen Anzahl chinesischer Touristen zu rechnen sein. Die reisefreudige chinesische Mittelklasse wächst, staatliche Beschränkungen sind viel lockerer geworden und erlauben es den chinesischen Staatsbürgern, einen Reisepass zu erlangen und Devisen auszuführen. Darüber hinaus werden seit 2013 zunehmend flexible Ferienzeiten eingeführt, um zu vermeiden, dass das ganze Land zur selben Zeit in Urlaub fährt. Diese sollten sich bis 2020 in ganz China durchgesetzt haben. Dem Auslandstourismus werden dadurch zusätzliche Impulse gegeben. Die Chinesen reisen zwar nach wie vor auch in grossen Gruppen und bewegen sich oft schnell von einem Ort zum anderen. Der Individualtourismus gewinnt jedoch klar und schnell an Gewicht. Der tiefere und längere Einblick in ein Reiseland ergänzt oder ersetzt bei gewissen Zielgruppen und in einigen Herkunftsregionen zunehmend gar die klassische Schnell-Europareise. Eine jüngere, weltoffenere Generation hat das Reisen zudem ebenfalls für sich entdeckt. Diese Reisenden zeigen mehr Interesse an lokaler Eigenheit und Kultur des bereisten Landes. Die von HotellerieSuisse und Schweiz Tourismus gemeinsam überarbeitete Broschüre «Chinesische Gäste in der Schweiz» (1. Auflage 2004) gibt Ihnen wichtige Hintergrundinformationen zu China und bereitet Sie optimal auf die chinesischen Gäste und deren Bedürfnisse vor. Neben Wissenswertem über Kultur und Mentalität Ihrer Kunden aus Fernost enthält sie Expertentipps und praktische Ratschläge, wie Sie Ihre chinesischen Gäste am besten willkommen heissen. Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre und spannende Begegnungen mit Gästen aus nah und fern.

<sup>1</sup> In der touristischen Vermarktung wird meist vom Markt «Greater China» oder «Festland-China mit Hongkong und Taiwan» gesprochen.

Claude Meier  
Direktor HotellerieSuisse

Martin Nydegger  
Direktor Schweiz Tourismus

Kenntnisse über die chinesische Geschichte und die vier grossen Erfindungen beeindrucken Chinesen.







# Allgemeine Informationen zur Volksrepublik China

## Geschichtlicher Abriss

China besitzt die am längsten ununterbrochen und bis heute bestehenden Kulturen auf der Welt, die sich bis auf etwa 2000 Jahre v. Chr. nachweisen lassen. Die Chinesen sind besonders stolz auf ihre langjährige Geschichte und die vier grossen Erfindungen im alten China: den Kompass, das Papier, das Schiesspulver und die Buchdrucktechnik. Nach vielen wirtschaftlichen und kulturellen Höhepunkten in der alten Geschichte hat China seit dem Opiumkrieg Mitte des 19. Jahrhunderts einen grossen Niedergang erlitten. Die Volksrepublik China (VRC) wurde am 1. Oktober 1949 durch die Leitung der Kommunistischen Partei gegründet. Deng Xiaoping leitete 1978 tief greifende wirtschaftliche Reformen ein, die China zu einer der wichtigsten Volkswirtschaften der Welt avancieren liessen und die eine bisher nicht da gewesene Dynamik im Land auslösten.

## Schlüsseldaten

### Bevölkerung und Fläche

Mit einer Bevölkerung von knapp 1,4 Milliarden Menschen ist die Volksrepublik China der bevölkerungsreichste Staat der Welt. Flächenmässig ist China mit mehr als 9,5 Mio. km<sup>2</sup> nach Russland und Kanada das drittgrösste Land (Schweiz: 41290 km<sup>2</sup>).

### Sprachen

Die offizielle Sprache Chinas ist Mandarin; daneben existieren zahlreiche chinesische Dialekte sowie rund 50 Sprachen nationaler Minderheiten.

### Städte

Die grössten Städte sind die Hauptstadt Peking mit 21,5 Millionen Einwohnern, Chongqing mit 30,5 Millionen, Shanghai mit 26 Millionen und Tianjin (Tientsin) mit rund 14 Millionen. In rund 140 weiteren Städten leben jeweils mehr als 1 Million Menschen.

Kenntnisse über das schnelle chinesische Wirtschaftswachstum und dessen Bedeutung für die Welt beeindrucken Chinesen.

### Wirtschaft

Mit der graduellen Einführung notwendiger struktureller Reformen hat sich China in der vergangenen Dekade wirtschaftlich gewandelt. Das Land verzeichnet seit über 30 Jahren ein nachhaltig hohes Wirtschaftswachstum, das sich zwar in den letzten Jahren etwas abgeschwächt hat, aber immer noch höher ist als in den westlichen Staaten. China hat 2010 Japan überholt und ist zur zweitgrößten Wirtschaft weltweit geworden. Die Volksrepublik steht heute im Mittelpunkt weltwirtschaftlicher Interessen.





## Wirtschaftliche Schlüsselzahlen

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
BIP (USD Mia.)	8570	9635	10535	11226	11222	12062	13407
BIP/Einwohner (USD)	6329	7081	7702	8167	8116	8677	9608
Wachstumsrate (in % des BIP)	7,8	7,9	7,3	6,9	6,7	6,8	6,6
Inflationsrate (in %)	2,6	2,6	2	1,4	2	1,6	2,1

Quelle: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database (April 2019)

# Merkmale der chinesischen Kultur

**Glück suchen, Unglück abwenden**  
Was wäre China ohne seine Fülle an Praktiken und Volksglauben, die die Chinesen auf ihrer Suche nach der Harmonie des Universums und einem glücklichen Leben unterstützen? Die Vielfalt der guten Zeichen und Omen ist grenzenlos:

**Tiere** Der Drache als glanzvolles kaiserliches Symbol; ferner gelten als Glücksbringer der Phoenix, die Schildkröte, der Kranich und der Fisch.

**Glücksbringende Motive** Neujahrswünsche auf Papier sowie Zeichen für Glück und ein langes Leben auf verschiedensten Gegenständen.

**Farben** Rot bedeutet Glück; Gelb bedeutet kaiserlich, Weiss und Schwarz bedeuten Trauer (heute ist eine weisse Hochzeit jedoch nicht mehr tabu).

**Zahlen** Beliebt ist die 8, deren Aussprache wie das Wort «Glück» klingt, im Gegensatz zur 4, die an das Wort «Tod» erinnert.

## Philosophie

Unter anderem sind Konfuzianismus und Taoismus die zwei wichtigsten Lehren, die die chinesische Kultur stark beeinflusst haben.

## Konfuzianismus

Die Lehre des Konfuzius stammt aus dem Jahr 500 v. Chr. und wurde später zur Staatsideologie aufgebaut. Sie ist eher eine moralische Philosophie als eine Religion und besagt, dass es in jeder Gesellschaft fünf grundlegende Beziehungen gibt: der Kaiser gegenüber dem Untertan, der Ehemann gegenüber der Ehefrau, Eltern gegenüber den Kindern, ältere Geschwister gegenüber jüngeren Geschwistern und ältere Freunde gegenüber jüngeren Freunden. Senioren haben Pflichten des Wohlwollens und der Besorgnis gegenüber Jugendlichen, und Jugendliche verdanken ihnen dies mit Ehrfurcht. Alle Arten von Gleichberechtigung werden abgelehnt, denn die gegenseitigen Pflichten haben Vorrang. Durch den Einfluss des Konfuzianismus ist die chinesische Gesellschaft heute sehr hierarchisch.



## Taoismus

Als Begründer dieser Lehre wird Laozi angesehen. Sie besagt, dass das ganzheitliche Leben durch Losgelöstheit – in der Ruhe und Indifferenz im Vordergrund stehen – erreicht werden kann. Zwei polarisierende Kräfte geben laut chinesischer Tradition den Rhyth-

mus des Universums vor und sind ein zentrales Element des Taoismus: «Yin» und «Yang». Die Wahrheit als Frucht antagonistischer, aber fortschreitender Elemente ist nicht absolut, sondern

# 千里之行始于足下 Eine Reise von tausend Meilen fängt mit dem ersten Schritt an.

(Berühmtes Zitat)

Kenntnisse über die beiden Philosophen und deren Zitate beeindrucken Chinesen.

immer relativ und abhängig von den Umständen des Einzelfalls. Den Einfluss dieser ganzheitlichen Gedanken findet man in vielen Bereichen der chinesischen Kultur, zum Beispiel in der Ernährung, der Kampfkunst oder der traditionellen chinesischen Medizin.

## Beziehungen

Das Vermeiden von Konflikten sowie das Knüpfen von Beziehungen und deren Pflege sind von absoluter Notwendigkeit, sei es im Kreise der Familie oder der Umgebung. Tut eine Person jemandem einen Gefallen, hat diese Anspruch auf gleichwertige Behandlung, denn Gegenseitigkeit ist Pflicht. Diese zwischenmenschlichen Beziehungen können nur hergestellt werden, wenn die soziale Hierarchie und der damit verbundene Respekt streng beachtet werden. Achtung wird sowohl den Eltern entgegengebracht, indem die Riten der kindlichen Verehrung vollzogen werden, als auch dem Meister, den Vorgesetzten und den Älteren.

Direkte Konfrontationen unbedingt vermeiden!

## Harmonie

Die Chinesen sind darauf bedacht, Konfrontationen zu vermeiden, indem sie sich mit Zurückhaltung und Bescheidenheit ausdrücken. Skandale und Wutausbrüche werden als äusserst negativ gewertet. In der chinesischen Kultur überwiegt der indirekte Stil. Er steht im Gegensatz zur westlichen direkten und zielstrebigem Art, die vielfach nicht verstanden wird. Es handelt sich um eine vorsichtige Vorgehensweise, die dem gegenseitigen Kennenlernen und der Festlegung des Gesprächsrahmens gewidmet ist. Eine Ablehnung wird nie direkt ausgesprochen, genauso wenig wie das Eingeständnis von Unkenntnis, denn die Chinesen sind stets darauf bedacht, ihren Nächsten nicht zu verletzen und die Möglichkeit eines ehrenvollen Abganges unter allen Umständen zu wahren. Dasselbe gilt für Vorwürfe und Kritik. Was in unseren Augen als «Lüge» erscheinen mag, wird in China als Höflichkeit gewertet. Niemand darf verletzt werden oder das Gesicht verlieren, und niemand erwartet, brutal mit der Wahrheit konfrontiert zu werden.



## Eine Sprache, die Zeichen setzt

Chinesen mögen es, anderen Leuten ihre Sprache beizubringen.

Bei Unsicherheit nachfragen, welches der Vor- und welches der Nachname ist.

Die chinesische Sprache ist eine der ältesten Sprachen, die bis heute gesprochen wird. Die offizielle gesprochene Form des Chinesischen ist Mandarin (Hochchinesisch). Hinzu kommen zahlreiche Varianten, zum Beispiel Kantonesisch. Die chinesische Schrift ist ein einzigartiges Beispiel einer grafischen Sprache, bestehend aus vielen tausend Zeichen.

### Eigennamen

Der Familienname steht in China vor dem Vornamen. Falls Name und Vorname aus «technischen» Gründen in umgekehrter Reihenfolge stehen, empfiehlt es sich, den Familiennamen in Grossbuchstaben zu schreiben, damit er später wiedererkannt und nicht mit dem Vornamen verwechselt wird. Eine Person wird mit ihrem Familiennamen und Titel angesprochen. Der Vorname wird nur im engen Freundeskreis benutzt. Chinesen, die viel Kontakt zum Ausland haben oder dort ihre Schulbildung genossen haben, tragen manchmal deutsche, englische oder französische Vornamen, was in der Regel auch auf ihrer Visitenkarte ersichtlich ist.

## Sich der Sprache anpassen

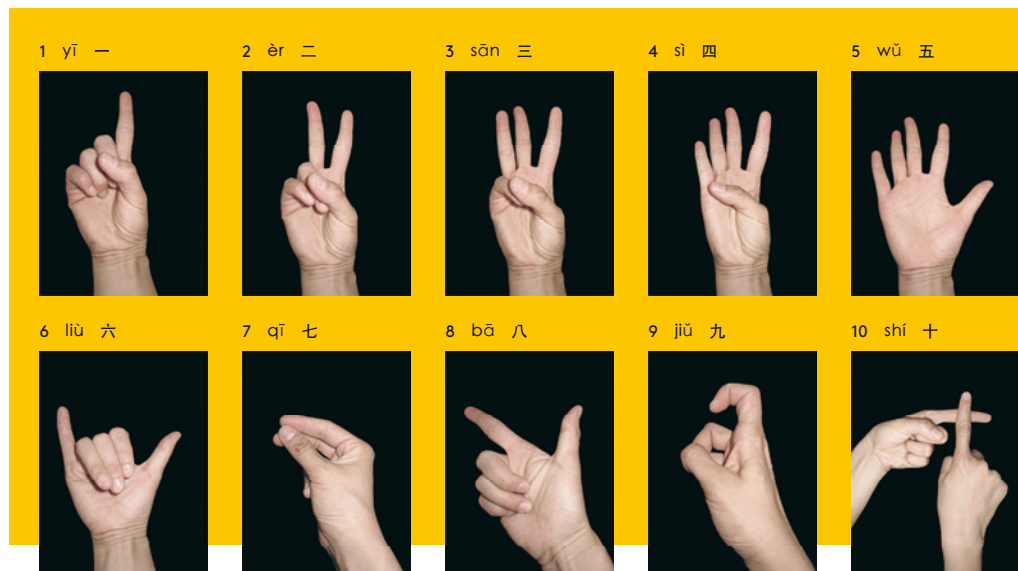
Wenn man mit Chinesen in Kontakt ist, wird empfohlen, Unterlagen in chinesischer Sprache zur Verfügung zu stellen. Für die Erarbeitung solcher Unterlagen müssen Übersetzer von höchstem Niveau beigezogen werden. Die Endversion der Texte sollte in jedem Fall von einer Person chinesischer Muttersprache gegengelesen werden. Es wird ebenfalls empfohlen, jeder Person und jeder Firma, die mit China in Kontakt treten möchte, einen chinesischen Namen zu verleihen.

Die Chinesen benennen nämlich alle Eigennamen systematisch in Mandarin um. Die Wahl eines solchen Namens erfordert den Beizug eines Spezialisten. Schliesslich ist es unerlässlich, Firmen- oder Ortsnamen richtig aussprechen zu können, um zu erkennen, wovon die Rede ist: Tielishishan (Titlis), Caiermate (Zermatt), Yintelaken (Interlaken), Lusaian (Luzern), Shaonüfeng (Jungfrauoch), Boerni (Bern), Dawosi (Davos).

Verwenden Sie einfache Begrüssungswörter auf Chinesisch. Dies wird von chinesischen Gästen sehr geschätzt.

Guten Tag	Nǐ hǎo	你好
Willkommen	Huān yíng	欢迎
Danke	Xiè xie	谢谢
Gute Reise	Lǚ tú yú kuài	旅途愉快
Auf Wiedersehen	Zài jiàn	再见

## Fingerzeichen Zahlensystem



# Gepflogenheiten des Geschäftslebens

Zuerst das Vertrauen,  
dann das Geschäft!

## Langfristiges Denken

Aus westlicher Sicht gilt eine Vertragsunterschrift als Geschäftsabschluss. Für die Chinesen ist sie der Ausgangspunkt. Dabei ist Folgendes zu berücksichtigen:

- Der Verhandlungsprozess setzt viel persönliches Engagement und eine vorsichtige, schrittweise Vorgehensweise voraus.
- Eine langfristige Partnerschaft wird kurzfristigen Zielsetzungen vorgezogen.
- Das gegenseitige Verständnis erfordert eine freundliche, friedliche Atmosphäre.
- Ohne gegenseitiges Vertrauen, ohne ein gutes Verhältnis und ohne Kompromisse sind keine Geschäfte möglich.

Zurückhaltung, Aufmerksamkeit und Bescheidenheit sind zentrale Elemente in Geschäftsbeziehungen.

## Die persönliche Haltung ist ausschlaggebend

Für die Chinesen ist der Eindruck, den eine Person hinterlässt, wichtiger als das Renommee einer Firma oder das Ansehen einer Institution, denn die Persönlichkeit bürgt gewissermassen für den erfolgreichen Geschäftsverlauf. Die ersten Gespräche beziehen sich kaum auf das Geschäft. Sie dienen dem gegenseitigen Kennenlernen und der Einstimmung aufeinander. Fragen zum Privatleben (Familie, Beziehung zu den Eltern) und über Lebensbedingungen (Preisniveau, Löhne) sind üblich. Der Zuhörer steht stets im Mittelpunkt. Daher sind Zurückhaltung, Aufmerksamkeit und Bescheidenheit geboten. Ausgefallene Garderobe sollte vermieden werden: Einfache, gepflegte dunkelfarbige Kleidung sowie dunkle Schuhe gelten als angemessen.

## China im Wandel

China befindet sich seit der schrittweisen wirtschaftlichen Öffnung Ende der Achtzigerjahre in einem fortlaufenden Wandel. Dabei spielt auch die wirtschaftliche Expansion im Ausland eine wichtige Rolle. So baute das Land in den letzten Jahren ebenfalls seinen Einfluss in Europa aus und investierte in zahlreiche Unternehmen, darunter auch Firmen aus der Schweiz. Internationale Gepflogenheiten halten zusehends Einzug in den chinesischen Alltag. Chinesen sind sehr bemüht, westliche Kodizes zu erlernen. Begegnen Sie Ihrem chinesischen Gegenüber deshalb mit Offenheit, und seien Sie nicht erstaunt, wenn die Chinesen weit westlicher auftreten, als Sie es vielleicht erwarten würden.



# Tipps – Verhandlungen

In China verlaufen Verhandlungen formeller ab als im Westen. Es wird deshalb empfohlen, sich an folgende Regeln zu halten:

Beachten Sie die Sitzordnung: Personen, die den höchsten Rang bekleiden, sitzen sich gegenüber in der Mitte eines langen Tisches und befinden sich am weitesten von der Eingangstür entfernt.

An einem Bankett befindet sich der beste Platz zur Rechten des Gastgebers und der nächstbeste zu seiner Linken. Die Ehrenplätze befinden sich gegenüber, aber weit entfernt von der Eingangstür, möglichst nach Süden gerichtet.

Die rangniedrigste Person sitzt mit dem Rücken zur Tür.

Respektieren Sie die Sprechordnung. Sprechen Sie langsam und deutlich, ohne den Gesprächspartner zu unterbrechen.

Planen Sie genügend Zeit ein; Eile ist ein schlechter Ratgeber.

Die Chinesen erwarten die wichtigen Elemente nicht zu Beginn, sondern eher am Ende eines Gesprächs.

Setzen Sie die Verhandlungen nicht während der anschließenden Mahlzeit fort. Letztere ist ein geselliger, aber wichtiger Anlass für den erfolgreichen Gesamtverlauf.

## Hierarchie hat einen hohen Stellenwert.

Organisieren Sie einen Dolmetscher, der über ein ausgezeichnetes Sprachniveau und Kenntnisse in Ihrem Fachgebiet verfügt. Übermitteln Sie ihm alle Informationen über das Gesprächsthema, und stellen Sie sicher, dass den Parteien in den Übersetzungen nichts verloren geht.

### Fazit

Es wird allgemein empfohlen, sich gut auf die interkulturelle Arbeit, gegebenenfalls unter Beiziehung von Fachleuten, vorzubereiten. Die Chinesen schätzen es und fühlen sich geehrt, wenn Leute aus dem Westen versuchen, die chinesische Kultur zu verstehen und ihre Sprache zu sprechen. Sie dürfen auch Fehler machen, denn die Chinesen erwarten nicht, dass Sie alle Feinheiten der chinesischen Kultur kennen.



# Tipps – Geschenke

Geschenke sind ein sehr wichtiges Zeichen von Respekt und Freundschaft. Sie gelten als unumgängliche Gepflogenheit:

Typische Geschenke aus der Schweiz sind äusserst beliebt: Uhren (keine Wanduhren, da diese in China bedeuten, dass jemand bald stirbt), Musikdosen, Schreibzeug, Kalender, Ethnoartikel usw. Denken Sie daran, dass Schweizer Messer im Koffer verstaut und im Gepäckraum des Flugzeugs transportiert werden müssen. Mit Ausnahme von Schokolade und Süssigkeiten keine Nahrungsmittel schenken!

Vorsicht auch bei diesen Geschenken: Messer zerschneiden die Freundschaft und können als schlechtes Omen für Verhandlungen gewertet werden. Ein rotes, original Schweizer Taschenmesser ist dagegen erlaubt. Auch Messer von anderen, international bekannten Marken können verschenkt werden. Grundsätzlich sind Messer als Geschenk jedoch nicht die erste Wahl. Regenschirme haben in China die Bedeutung, den anderen nie wieder sehen zu wollen. Den hierzulande oft beliebten Regenschirm mit Firmenlogo sollten westliche Firmenvertreter also vermeiden.

Übergeben Sie Geschenke verpackt und vermeiden Sie weisses und schwarzes Geschenkpapier. Beachten Sie, dass Geschenke in der Regel nicht vor Ihnen ausgepackt werden.

Überreichen Sie Geschenke mit beiden Händen, ebenso wie Visitenkarten, Reisepass, Kreditkarte, Hotelrechnung und andere wichtige persönliche Dokumente.

Der Wert des Geschenkes sollte angemessen sein und richtet sich nach der Hierarchie. Die ranghöchste Person erhält das wertvollste Geschenk. Dieses darf ohne Verpackung überreicht werden, um seinen Wert zu zeigen oder seine Funktionsweise beziehungsweise Bedeutung zu erklären.

## **Geschenke stärken die Beziehung zu Chinesen.**

# «Mit den zunehmenden Individualreisen ändern die Bedürfnisse der chinesischen Gäste.»



Simon Bosshart,  
Schweiz Tourismus,  
Direktor China/Asien  
Pazifik/Global  
Accounts

**Was macht die Schweiz für chinesische Gäste aus Ihrer Sicht besonders interessant?**

**Simon Bosshart:** «Unsere chinesischen Gäste sind begeistert vom Schweizer Naturerlebnis, und das insbesondere in Verbindung mit der guten touristischen Infrastruktur, die das Schweizer Naturspektakel so bequem erlebbar machen.»

**Bleibt die Schweiz ein attraktives Land für Reisende aus China?**

**SB:** «Auch wenn der Markt nicht mehr so stark wächst wie noch vor wenigen Jahren, so nimmt die Zahl chinesischer Gäste doch weiterhin zu. Viel wichtiger aber ist die Tatsache, dass wir immer mehr Individualreisende – inzwischen schätzungsweise bereits 30–40 % aller Reisenden aus dem Reich der Mitte – bei uns begrüßen dürfen. Und diese Gäste haben andere Bedürfnisse, bleiben länger, interessieren sich für lokale Traditionen wie moderne Kunst und erleben unsere Natur auch immer öfter wandernd oder auf Ski.»

**Was sollten Schweizer Gastgeber beim Marketing beachten, um Gäste aus China anzusprechen?**

**SB:** «Das wichtigste Marketinginstrument, insbesondere auch bei kleineren Betrieben, bleibt wohl ein aufmerksamer Service – der spricht sich herum. Die chinesische Sprache hilft dabei. Vielleicht sind es einige freundliche Worte in Chinesisch, die sich die Mitarbeitenden einprägen. Falls chinesische Mitarbeitende im Betrieb sind, werden diese sich sicher auch gerne auf den chinesischen sozialen Medien um den Betrieb bemühen. Ausserdem lohnt es sich, sich den Marketingbemühungen der lokalen oder regionalen Tourismusorganisationen anzuschliessen oder allenfalls auch nach Kooperationen mit anderen Betrieben zu suchen. Bei Einzelinvestitionen in digitales Marketing ist Vorsicht geboten, das sind nur verschwindend kleine «Bits» im chinesischen Internetzean.»

**Gibt es etwas, worauf die Schweizer Gastgeber während der Beherbergung der Reisenden aus China besonders achten sollten?**

**SB:** «Chinesische Gäste sind von zu Hause ein rasch zunehmendes Serviceniveau gewohnt und begegnen deshalb auch unserer Tourismuslandschaft mit steigenden Ansprüchen. Aus China gewohnt sind sie insbesondere unmittelbare Reaktion und Flexibilität, was sich vermutlich oft nicht mit unserer Gründlichkeit vereinbaren lässt. Wenn ein chinesischer Gast einmal sehr anspruchsvoll ist, werden – ganz wie in China – ein entwaffnendes Lächeln und die höfliche Bitte um etwas Geduld helfen, die Situation zu entspannen.»



**Gibt es einen Faux-pas, der unbedingt vermieden werden sollte?**

**SB:** «Vermeiden Sie politische Diskussionen zu China; hier unterscheidet sich unser westliches Verständnis vermutlich deutlich von demjenigen unserer Gäste. Unterlassen Sie ausserdem ein abruptes «Nein», und signalisieren Sie Gesprächsbereitschaft. Im Kompromisse finden sind wir in der Schweiz ja sehr erfahren.»

**Kann der Hotelier einen Service oder eine kleine Aufmerksamkeit anbieten, damit die chinesischen Gäste ihren Aufenthalt in der Schweiz in besonders guter Erinnerung behalten?**

**SB:** «Auch wenn chinesische Gäste wohl zusehends offen sind, die hiesigen Spezialitäten zu entdecken, werden sie zwischendurch kulinarische Aufmerksamkeiten mit China-Bezug bestimmt zu schätzen wissen: zum Beispiel eine Reis-Nudel-Suppe mit Gemüse-einlage zum Frühstück, eine chinesische Chilisauce als Angebot zur Hauptmahlzeit oder einen Wasserkocher und eine Packung Instantnudeln im Zimmer für den kleinen Hunger vor dem Zu-Bett-Gehen.»

**«Das wichtigste Marketinginstrument bleibt ein aufmerksamer Service.»**

# Chinesen auf Reisen



## **Starker Anstieg der Auslandsreisen**

Wie die Statistik zeigt, sind die Logiernächte der chinesischen Touristen 2018 im Vergleich zum Vorjahr um rund 6 Prozent gestiegen. Dieser Trend wird in den kommenden zwei Jahrzehnten mit dem zunehmenden Wachstum der chinesischen Mittelklasse weiter anhalten. Die Lockerung der staatlichen Beschränkungen erleichtert die Erlangung eines Reisepasses sowie die Devisenausfuhr für die chinesischen Bürger. Darüber hinaus werden seit 2013 flexible Ferienzeiten eingeführt, um zu vermeiden, dass das ganze Land zur selben Zeit in Urlaub fährt. Dies dürfte dem Auslandstourismus zusätzliche Impulse geben.

## **Gruppenreisen vs. Individualreisen**

In den «neuen» Herkunftsregionen der Touristen aus China ist die Reise in einer Grossgruppe (40 Personen) nach wie vor vorherrschend. In den traditionellen Herkunftsgebieten (z. B. den grossen Städten) ist jedoch klar eine Tendenz hin zu kleineren Gruppen (15 bis 25 Personen) und zum Individualtourismus erkennbar. Aktuell wird geschätzt, dass der Anteil der Individualreisenden aus China

35 bis 40% aller chinesischen Touristen in der Schweiz beträgt. Bis im Jahr 2020 sollte dieser Anteil um 10% ansteigen. Ein Indikator dafür sind die Verkäufe des Swiss-Travel-Passes (ÖV-Tickets für ausländische Gäste). Der Umsatz des Swiss-Travel-Passes stieg dabei für China von 2017 bis 2018 um 14,9% auf 20,3 Mio. CHF (total Umsatz 2018: über 130 Mio. CHF). Im Bereich des Geschäftstourismus nehmen die Incentive-Reisen (sog. «Belohnungsreisen» für zwischen 20 und 500 Personen) weiterhin zu. Der Frauenanteil im Freizeittourismus beträgt bereits heute ca. 50%. Im Individualtourismus dürfte der Frauenanteil noch zunehmen, da oft nicht unbedingt nur im Familien-, sondern auch vermehrt im Freundeskreis verreist wird.

### Die Schweiz als Urlaubsziel

Anlässlich eines offiziellen Treffens zwischen Schweizer und chinesischen Regierungsvertretern im November 2003 wurde der Schweiz der sogenannte Approved-Destination-Status (ADS) zugesprochen. Ein Abkommen legt nun seit 2004 fest, wie chinesische Touristen in die Schweiz reisen dürfen. Es ist ausschliesslich für Gruppen (minimum fünf Personen) unter chinesischer Reiseleitung (ab Abreise von bis Rückkehr nach China) bestimmt und beinhaltet Ausfuhrbeschränkungen für harte Währung sowie Massnahmen für Fälle von illegalem Aufenthalt chinesischer Touristen. Schweizer Reisebüros sowie Reiseveranstalter haben unter dem ADS-Abkommen dafür zu sorgen, dass eine Reisegruppe China gemeinsam verlässt und gemeinsam dorthin zurückkehrt. Ausserdem müssen Hotlines mit chinesischesprachigem Personal für Notfälle eingerichtet sein sowie ausgebildete Reiseführer und Fahrpersonal für die Reise gebucht werden. Vom ADS-Abkommen nicht betroffen ist die Visumpflicht für den Schengenraum und somit auch für die Schweiz. Das ADS-Abkommen erfasst nicht die überproportional wachsende Gruppe von Individualtouristen, die zusehends über die finanziellen Mittel sowie die für das Schengenvisum erforderlichen Voraussetzungen für eine Europa- respektive Schweizreise verfügen. Begünstigt wird das Individualreisegeschäft insbesondere durch die wachsende Zahl von internationalen sowie chinesischen Online-Reiseveranstaltern, die über ein zunehmend umfassendes Produkteportfolio verfügen.

Quelle: Bundesamt für Statistik (HESTA 2018)

### Übernachtungen von chinesischen Touristen in der Schweiz (ohne Hongkong)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Ankünfte</b>	575 326	704 945	823 713	1 122 852	879 605	974 756	1 026 160
<b>Logiernächte</b>	743 656	894 316	1 034 275	1 378 434	1 130 925	1 279 216	1 359 519

## Tipps – Reisen und Sprachen

Heikle politische Themen wie Menschenrechte oder regionale Unabhängigkeitsbewegungen sollten mit grösster Sorgfalt und Diplomatie angegangen werden, denn Ihr chinesischer Gesprächspartner fühlt sich beim Austausch zu strittigen Angelegenheiten oft befangen.

Obwohl immer mehr junge Chinesen viel besser Englisch sprechen als die ältere Generation, verstehen die meisten Chinesen nur wenig Englisch, Deutsch oder Französisch: Hinweistafeln an den meistbesuchten Touristenattraktionen sowie allgemein wichtige Informationen (Menükarte, Flughafen, Bahnhof, Seilbahn, Museum, Eingang, Ausgang, Toilette usw.) in chinesischer Schrift oder mittels Bildtafeln sind unerlässlich.

**Die Chinesen sind stolz auf ihre Staatsangehörigkeit sowie auf den wirtschaftlichen und politischen Erfolg der Volksrepublik China.**

Reisegruppen aus China müssen während ihres Aufenthalts in der Schweiz von einem gut ausgebildeten, chinesischsprachigen Fremdenführer begleitet werden.

Stellen Sie vollständige und präzise Informationen in chinesischer Sprache über die Sehenswürdigkeiten der Schweiz und/oder der Destination zur Verfügung, zum Beispiel eine Broschüre oder einen Prospekt einschliesslich Ortsplan in chinesischer Sprache.

Die Chinesen sind Last-Minute-Touristen: Reisen werden nicht weit im Voraus geplant, und man wartet nicht gerne. Reagieren Sie rasch und flexibel auf Vorschläge Ihrer chinesischen Gäste, und bieten Sie schnellen Service.

Machen Sie dem Tour Operator genaue Angaben über Ihre Kapazitäten für die Aufnahme von Reisegruppen in Ihrem Hotel oder Restaurant.

Hissen Sie die richtige Fahne der Volksrepublik China!



### **Profil der chinesischen Touristen in der Schweiz**

Die chinesischen Touristen buchen in der Regel eine 10- bis 14-tägige Reise, die den Besuch mehrerer Länder vorsieht. Ziel ist es, die wichtigsten Sehenswürdigkeiten kennenzulernen, wobei der Aufenthalt in den einzelnen Destinationen kurz ausfällt.

- Die Schweiz zählt zu den drei beliebtesten europäischen Reisezielen der Chinesen. 40 % der Besucher aus China buchen eine Reise im Winter und 60 % eine im Sommer.
- Nur wenige Chinesen haben Europa oder die Schweiz bereits vorher besucht, und die chinesischen Gäste setzen daher hohe Erwartungen in den «fernen» Westen.
- Bei den nach Europa reisenden Chinesen handelt es sich überwiegend um junge Kaderleute in den Dreissigern oder Vierzigern, die aus den grossen Städten an der Ostküste stammen und der schnell wachsenden Mittelklasse angehören. Zu den anderen wichtigen Gruppen zählen wohlhabende Privatpersonen jeden Alters, die bereits viel in Asien gereist sind, sowie Regierungsvertreter und Unternehmer, die an internationalen Verhandlungen teilnehmen.
- Waren noch vor wenigen Jahren Multidestinationsreisen mit sechs bis zehn Ländern Europas die Regel, so weist der Trend ganz klar zu «tieferen Reisen»: Das derzeit führende Produkt sind Dreiländertouren nach Italien, Frankreich und in die Schweiz. Gleichzeitig sind aber auch Monoreisen keine Seltenheit mehr. Es findet sich in den Kernmärkten Peking, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Taipei und Hongkong kaum mehr ein Tour Operator, der nicht zumindest eine Monodestinationsreise in die Schweiz anbietet.
- Auch bezüglich der Art des Reisens befindet sich China im Aufbruch: Neben dem klassischen «passiven Sightseeing» ist ein Trend zu aktiveren Ferien nicht mehr zu verkennen. Golfreisen, Arktisexpeditionen sowie Outdoorsportarten – vom Wandern über das Bergsteigen bis hin zum Skifahren – erfreuen sich einer zunehmenden Beliebtheit in China. Es ist absehbar, dass diese Betätigungen auch ihren Platz im Fernreiseprodukt finden werden.
- Der Sicherheitsgedanke im Zusammenhang mit den Terroranschlägen der letzten Jahre in Europa ist wichtig für Chinesen. Bei denjenigen chinesischen Gästen, die nach Europa reisen möchten, gilt die Schweiz im Vergleich zu anderen europäischen Ländern aber nach wie vor als sicher.

# Schweizer Gastfreundschaft für chinesische Gäste

Gastfreundschaft hat in China eine noch grössere Bedeutung als in der Schweiz.

## Ein Kernelement chinesischer Kultur

In der chinesischen Kultur verkörpert der Empfang eines Besuchers die chinesische Gastlichkeit par excellence. Die chinesische Kunst, Gäste zu empfangen, beruht auf zwei übergeordneten Zielsetzungen: den Besucher während seines ganzen Aufenthalts zu betreuen und seine angenommenen Vorlieben in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit des Gastgebers zu stellen. Letzterer scheut keine Mühe, damit sich der Gast zu Hause fühlt. Der chinesische Gastgeber wird sich einerseits bemühen, sein Heimatland und seine Umgebung im besten Licht erscheinen zu lassen, und andererseits Harmonie und Einvernehmen herzustellen. Dem Besucher wird stets vor Augen gehalten, dass das Bestmögliche getan wurde, um seine Erwartungen zu erfüllen. Dem Gast werden alle Ehren zuteil, der Gastgeber «gibt ihm Gesicht» und wahrt indes das seine. Er lässt ihn ausserdem spüren, dass er sein Bestmögliches getan hat, ihn zu verwöhnen, entschuldigt sich aber gleichzeitig dafür, nur unvollkommene Leistungen bieten zu können. Er wird das Ansehen des Gastes stets betonen, während er sein eigenes abschwächt.

Chinesische Gäste erwarten, dass alles unternommen wird, um ihre Wünsche zu erfüllen.

## Was erwarten die chinesischen Gäste?

Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass die chinesischen Gäste sehr hohe Erwartungen an ihre Schweizer Gastgeber haben. Der chinesische Besucher geht grundsätzlich davon aus, dass seine Vorlieben und Gewohnheiten dem Schweizer Gastgeber bekannt sind und dass dieser entsprechend darauf vorbereitet ist.

## Freizeitaktivitäten

### Ein weitgehend unbekanntes Konzept

Der Begriff Freizeit ist eine neue Erscheinung in der chinesischen Gesellschaft. Es besteht kein klarer Unterschied zwischen Arbeitszeit und der Zeit, die der Familie, den Freunden oder einem Hobby gewidmet wird. Arbeits- und Privatleben gelten nicht als zwei getrennte Sphären. Ausserdem verfügen chinesische Angestellte und Unternehmer über wesentlich weniger Freizeit als ihre europäischen Kollegen.

# Tipps – Ankunft und Umgangsformen

Chinesische Besucher haben hohe Erwartungen: Zeigen Sie grösstmögliche Flexibilität und berücksichtigen Sie die Wünsche der Gäste.

Bleiben Sie im Umgang mit chinesischen Gästen und Partnern stets ruhig, freundlich und geduldig, und zeigen Sie insbesondere keine negativen Gefühle (Unmut, Ungeduld, Ärger). Dies führt zu unnötigen peinlichen Situationen und kann auch in einen ausweglosen Streit ausufeln, in dem beide Seiten verlieren.

Geben Sie Ihren chinesischen Gästen nach Möglichkeit kein Zimmer im 4. Stock und keine Zimmer mit Nummern, die eine 4 enthalten (4, 14, 24, 34 usw.), denn diese Zahl wird mit Unglück oder gar dem Tod in Verbindung gebracht. Zimmernummern mit einer 6, 8 oder 9 sowie Zimmer auf dem 6., 8. oder 9. Stock gelten hingegen als glücksbringend.

Ein Prospekt in Chinesisch oder ein elektronischer Concierge (mit chinesischer Sprachwahl) mit Informationen zu Ihrem Hotel und Ihren Dienstleistungen sollte in jedem Zimmer aufliegen.

Weisen Sie auf Chinesisch klar darauf hin, wie das Pay-TV funktioniert und dass die Gebühr nicht im Zimmerpreis oder in der Pauschale inbegriffen ist.

Geben Sie Ihren chinesischen Gästen ein Zimmer mit zwei Einzelbetten: Die Mitglieder einer Reisegruppe kennen sich normalerweise vor dem Reiseantritt nicht.

## **Bieten Sie einen raschen Check-in- und Check-out-Service: Chinesen sind eher ungeduldig und warten nicht gerne.**

Die Zimmer sollten mit einem Adapter für chinesische Elektrogeräte ausgestattet sein.

Chinesen trinken heissen Tee oder heisses Wasser zu jeder Tages- und Nachtzeit: Stellen Sie den Gästen einen elektrischen Wasserkocher oder eine Thermosflasche mit heissem Wasser zur Verfügung sowie Gratistee und -kaffee. Heisses Wasser und Tee werden üblicherweise und kostenfrei auch zum Mittag- und Abendessen gereicht.

Chinesen reisen mit wenig Gepäck: Stellen Sie Toilettenartikel für den täglichen Gebrauch, z. B. Shampoo, Zahnbürste und Zahnpaste, im Badezimmer zur Verfügung.

## Tipps – Aufenthalt und Freizeit

Chinesen verbringen ihre Freizeit gerne in einer Gruppe: Berücksichtigen Sie dies bei der Freizeitgestaltung während der Reise.

Chinesen essen früh zu Abend (etwa um 18.30 Uhr) und gehen spät zu Bett: Informieren Sie Ihre Gäste über das lokale Angebot an Unterhaltungen (Shows, Kino, Bars usw.).

Wenn Sie mit chinesischen Touristen ins Geschäft kommen wollen, ist Chinesisch sprechendes Personal unerlässlich.

Achten Sie darauf, dass die Preise Ihrer Produkte klar angeschrieben sind.

Shopping ist ebenfalls ein gesellschaftliches Ereignis: Stellen Sie sich darauf ein, eine ganze Gruppe chinesischer Kunden gemeinsam zu bedienen.

Machen Sie Ihre chinesischen Kunden auf die Mehrwertsteuer-Rückerstattung für Artikel aufmerksam, die in der Schweiz eingekauft und in die Volksrepublik China ausgeführt werden.

### Chinesen kaufen vorzugsweise abends und am Wochenende ein.

Chinesen lieben es, gemeinsam laut zu plaudern – auch in der Öffentlichkeit.

#### **Geselliges Beisammensein und Shopping führen die Hitliste an**

Die Chinesen mögen Orte, die «renao» sind, was so viel bedeutet wie heisse («re») und lärmige («nao») Atmosphäre. «Renao» gehört zum chinesischen Lebensgefühl, so wie die Gemütlichkeit zum schweizerischen, deutschen oder österreichischen gehört.

Das Plaudern im Kreis der Familie zählt zu den Lieblingsbeschäftigungen der Chinesen. Grosser Beliebtheit erfreut sich auch das mehr oder weniger ziellose Schlendern durch die abends äusserst belebten Innenstädte. Ausserdem ist Einkaufen ein beliebter Zeitvertreib.

Sport als Freizeitbeschäftigung ist in China weniger verbreitet als in Europa oder Nordamerika.

Geben Sie Chinesen die Möglichkeit, etwas einzukaufen – das kann auch im Hotel sein.

Durchschnittliche Tagesausgaben von Übernachtungstouristen in der Schweiz (ohne An- und Abreise)

Land	CHF
Golfstaaten	420
China	380
Indien	310
Japan	300
USA	280
Russland	250
Korea	210
Schweiz	140
Deutschland	130

Quelle: Tourismus Monitor Schweiz, 2017

## Rund um die Welt einkaufen

Chinesische Touristen mögen Freizeitaktivitäten im Kreis der Reisegruppe. Beliebt sind Unterhaltungen wie Shows und Konzerte. «Zu Hause sparen, im Ausland ausgeben», so lautet eine weit verbreitete chinesische Devise. Das Einkaufen auf Reisen ist bei den Chinesen äusserst beliebt. Geschenke und Mitbringsel werden im Allgemeinen für die ganze Familie und für Freunde gekauft, wobei typische Markenprodukte, wie Schweizer Uhren, Schweizer Sackmesser, Schmuck und Kleidung, besonders beliebt sind. Mit Pro-Kopf-Ausgaben von durchschnittlich 380 CHF pro Tag gehören die Chinesen zu den ausgabefreudigsten Touristen.

## Mobile Payment – Chinesen reisen zunehmend ohne Bargeld und Kreditkarten

Die mobile Bezahlung ist im chinesischen Alltag vorherrschend und löst das Bargeld und zum Teil sogar Kreditkarten nach und nach ab. Demzufolge reisen Chinesen mit der Erwartung, auch im Ausland selbstverständlich mobil bezahlen zu können, ganz wie zu Hause gewohnt. Dies trifft auf jüngere Reisende noch mehr zu. So nehmen mobile Zahlungen weltweit rasant zu, und es ist unabdingbar, chinesischen Gästen in der Schweiz diese Zahlungsoption anzubieten (Alipay und WeChat Pay). Weisen Sie auch Ihr Team auf die Wichtigkeit dieser Zahlungsmethode für chinesische Gäste hin, und schulen Sie Ihre Mitarbeitenden auf diesem Gebiet. Informieren Sie zudem aktiv Ihre chinesischen Gäste, falls Sie mobile Zahlungen akzeptieren.



# «Die Schweiz ist eine Pionierin des modernen Tourismus.»



Susu,  
chinesische Reise-  
Influencerin

## Welche Werte zeichnen die chinesische Kultur besonders aus?

**Susu:** «Die Besonderheit der chinesischen Kultur kann mit «DAO» und «XIA» zusammengefasst werden. «DAO» bedeutet Prinzip, Idee, Weg. Geht man den richtigen Weg, sind andere Menschen flexibel und tolerant. «XIA» bedeutet Brüderlichkeit. Wenn es um Beziehungen geht, sind gemeinsame Interessen manchmal wichtiger als gemeinsame Vorteile. Die lange Tradition sowie Menschen aus verschiedenen Regionen und Kulturen haben die verständnisvolle Haltung, den starken Charakter und die anpassungsfähige Denkweise der Chinesinnen und Chinesen geprägt. Das chinesische Volk hat zudem einen engen Bezug zur Kultur und zur Natur sowie einen ausgeprägten Sinn für Tradition und Gastfreundschaft.»

## Was wollen die chinesischen Gäste erleben, wenn sie in die Schweiz reisen?

**Susu:** «Die wunderschöne Natur des Landes geniessen und den Schweizer Lebensstil entdecken, was den Bezug zu Natur und Kultur stärkt.»

## Haben Sie schon einmal Urlaub in der Schweiz gemacht?

**Susu:** «Ja, ich war schon mehrmals in der Schweiz in den Ferien.»

## Gibt es etwas, was Ihnen in diesem Zusammenhang in besonderer Erinnerung geblieben ist?

**Susu:** «Ich habe sehr viele schöne Erinnerungen, aber besonders beeindruckt haben mich das in der Schweiz vorhandene Know-how, das strategische Denken und das Bestreben zur Erhaltung des kulturellen Erbes. Gleichzeitig ist die Schweiz innovationsorientiert. Ein Hotel, ein Unternehmen, eine Marke oder ein Handwerk kann über mehrere Generationen hinweg bestehen und dabei stets auf dem neusten Stand bleiben. Auch die Leidenschaft der Schweizerinnen und Schweizer für ihr Land hat mich sehr beeindruckt. Sie verstehen es, die Schweiz von ihrer besten Seite zu zeigen und zahlreiche Möglichkeiten zu bieten, ihr schönes Land zu entdecken.»

## Wie haben Sie die Schweizer Gastfreundschaft erlebt?

**Susu:** «Einmal war ich in einem Hotel in Sils-Maria, das sich seit fünf Generationen in Familienbesitz befindet. Als wir am Bahnhof in St. Moritz ankamen, war es bereits zu spät, um ein Taxi zu finden. Also riefen wir im Hotel an, das uns abholen liess. Als wir dort ankamen, begrüßte uns der Hoteldirektor persönlich und sagte: «Schön, dass Sie da sind. Nun kann ich beruhigt nach Hause gehen.» Er stellte uns auch seinen Bruder vor, der fürs Restaurant verantwortlich war. Diesen sahen wir täglich, wie er an jedem Tisch

persönlich vorbei ging und sich mit den Gästen unterhielt. Beide, der Direktor und sein Bruder, behandelten jeden Gast wie ein Familienmitglied oder einen Freund. Die Schweiz ist ein Land der Gastfreundschaft und eine Pionierin des modernen Tourismus. In über 100 Jahren hat die Schweiz Touristen und deren Bedürfnisse aus den unterschiedlichsten Kulturen kennengelernt und den Gästen stets umfassende Dienstleistungen angeboten. Deshalb kann die Schweizer Tourismusbranche weltweit als Vorbild betrachtet werden: Egal welche Hotelkategorie man betrachtet, die Schweiz hat in jedem Segment Hotels, die weltweit zu den besten zählen. Dies ist eines der Elemente, die Gastfreundschaft ausmachen.»

**Haben Sie einen Tipp, was die Schweizer Hoteliers bei der Beherbergung von chinesischen Gästen noch verbessern könnten?**

**Susu:** «Wichtig ist es, sich bewusst zu sein, dass einzelreisende chinesische Touristen ganz andere Anforderungen stellen als Reisegruppen oder Geschäftsreisende. Letztere wählen ihr Hotel in der Regel nicht selbst aus, Einzelreisende hingegen schon. Der Anteil an Individualtouristen aus China dürfte in der Schweiz zweifelsohne noch zunehmen. Die Kriterien Ort und Preis verlieren damit zunehmend an Bedeutung, während die spezifischen Urlaubs- und Erlebnisangebote der Hotels immer wichtiger werden. Einzelreisende aus China wollen in der Schweiz mit öffentlichen Verkehrsmitteln reisen. Wer mehr chinesische Individualtouristen ansprechen möchte, muss ihnen eine möglichst gute Lösung für die «letzte Meile» – d. h. für den Weg vom Bahnhof oder von der Busstation bis zum Hotel – anbieten können. In den Schweizer Bergregionen gibt es viele sehr gute Hotels. Diese müssen problemlos erreichbar sein, sonst sind sie für chinesische Individualtouristen weniger attraktiv. Hotels, die ihren Gästen eine angenehme «letzte Meile» bieten, werden von diesen Reisenden häufiger ausgewählt – und nicht selten auch mehrmals.»



**«Die Leidenschaft der Schweizerinnen und Schweizer für ihr Land hat mich sehr beeindruckt.»**

# Chinesische Ess- und Trinkgewohnheiten

## Eine lange Tradition

Im Alltag der Chinesen dreht sich viel ums Essen, und es gibt kaum jemanden, der sich nicht Fachkenntnisse auf diesem Gebiet zuschreibt. Sowohl der weit gereiste Kosmopolit als auch die kleine Angestellte sprechen viel und gerne übers Essen. Die Bedeutung der kulinarischen Köstlichkeiten lässt sich über Jahrhunderte zurückverfolgen. Lange Zeit wurde von Poeten, Kaisern und anderen wichtigen Persönlichkeiten erwartet, dass sie Kenner der feinen Küche sind und eine gehobene Unterhaltung über Gerichte, deren Geschichte und Zubereitung führen können.

**(Chinesisches) Essen ist etwas vom Wichtigsten für Chinesen.**

Für Chinesen ist das Essen ein wichtiges soziales Ereignis: Sie lieben Mahlzeiten an grossen und runden Tischen im Kreise der Familie oder mit Freunden – alleine an einem Tisch essen zu müssen, wird als schlimmer Schicksalsschlag empfunden.





Essen ist für Chinesen nicht nur ein sinnliches Vergnügen. Aspekte der Gesundheit und der Balance, basierend auf den Prinzipien der traditionellen chinesischen Medizin, werden beim Speisezettel stets mitberücksichtigt.

### **Kulinarische Erlebnisse sind Ferienhöhepunkte**

Es ist also nicht überraschend, dass das Essen einen bedeutenden Teil des Urlaubs der Chinesen darstellt. Die meisten werden ihren Verwandten und Bekannten nicht etwa den Besuch bestimmter Sehenswürdigkeiten empfehlen, sondern die besten Frühlingsrollen der Stadt in diesem Restaurant oder jene exklusive Pekingente. In der Tat ist es für die meisten Chinesen undenkbar, auf einer Auslandsreise etwas anderes als die chinesische Küche zu genießen.

Grüntee ist die Teesorte, welche Chinesen am besten schmeckt.

### **Trinkgewohnheiten**

Das bei uns übliche Getränkeangebot, Mineralwasser, Softdrinks, Bier, Tee oder heisses Wasser, ist ebenfalls für chinesische Gäste passend. In jüngsten Jahren hat auch das Interesse an Wein und Kaffee stark zugenommen.

## **Tipps – Essen und Getränke**

Chinesen lieben die Vielfalt: Servieren Sie Ihren chinesischen Gästen das Essen lieber auf mehreren kleinen Platten denn als eine grosse Speise auf nur einem Teller. Legen Sie auch Wert auf die Verwendung verschiedener Nahrungsmittelarten (Fleisch, Gemüse, Eier usw.)

Chinesen sind Schnellesser: Versuchen Sie, die Speisen gleichzeitig aufzutragen, und verstehen Sie es nicht als mangelnden Respekt, wenn sich Chinesen vom Tisch erheben, kaum dass sie die Gabel (respektive die Stäbchen) hingelegt haben.

Verzichten Sie auf zu viele Milchzutaten (Rahm, Käse, Butter), und seien Sie moderat bei der Verwendung von Salz.

**Orientieren Sie sich bei der Bestimmung Ihres Menüplans an den Grundzügen der chinesischen Tafel.**

## Tipps – Essen und Getränke

Chinesen mögen flüssige und weiche Speisen, Backwaren hingegen sind in China noch nicht sehr verbreitet.

Die Schweizer Küche hat durchaus auch für Chinesen kulinarische Evergreens zu bieten: Würste, Pasta, Röstli oder Sauerkraut haben alle ihre chinesischen Pendanten, und auch ein Fondue oder ein Raclette, serviert als Miniportion, dürfte auf das exotische Interesse des chinesischen Touristen stossen.

### Halten Sie für Ihre Gäste eine Speisekarte in chinesischer Sprache bereit.

Zum Frühstück sind als Ergänzung des klassischen europäischen Frühstücks Porridge und gebratenes Gemüse beliebt. Dreiminuteneier sind weniger beliebt, kochen Sie die Eier deshalb lieber überlang.

Heisse Getränke (und oft schlicht heisses Wasser) werden kalten Getränken mehrheitlich vorgezogen. Chinesen sind es gewohnt, dass sie das heisse Wasser gratis nachfüllen können, wenn sie einen Tee bestellen.

Eine Reisegruppe speist gerne gemeinsam. Reservieren Sie für Ihre chinesischen Gäste daher einen grossen wenn möglich runden Tisch.

Chinesen kombinieren gerne verschiedene Speisen und Geschmacksrichtungen. Alle Gänge sollten daher gleichzeitig serviert werden, mit Ausnahme der Suppe, die in der Regel zum Schluss auf den Tisch kommt.

Legen Sie für jede Person, zusätzlich zum klassischen europäischen Essbesteck, Essstäbchen auf die rechte Seite einer Schale oder eines Tellers. Essstäbchen werden nie ins Essen gesteckt – dies gilt als Zeichen für Unglück oder sogar Tod.

Ansonsten schätzen Ihre chinesischen Gäste das übliche europäische Tafelgeschirr und die Tischdekoration.

Chinesen essen gerne früh: Frühstück zwischen 7 und 8 Uhr, Mittagessen um 12 Uhr, Abendessen zwischen 18 und 19 Uhr.

Chinesische Gäste schätzen eine effiziente Bedienung, denn sie essen die Mahlzeiten schnell und verlassen den Tisch unmittelbar nach dem letzten Gang.

# Kontaktadressen

Für weitere Informationen, Ratschläge oder Schulungen zum Empfang der Gäste aus China oder zur Bearbeitung des chinesischen Marktes wenden Sie sich bitte an eine der folgenden Adressen:

## **HotellerieSuisse**

Kommunikation  
Monbijoustrasse 130  
3001 Bern  
T +41 31 370 41 40  
kommunikation@hotelleriesuisse.ch  
www.hotelleriesuisse.ch

## **Switzerland Tourism – Shanghai**

Room 1208, West Gate Tower  
1038 Nanjing Xi Lu  
200 041 Shanghai  
PR China  
info.sha@switzerland.com

## **Switzerland Tourism – Hongkong**

Suite 1116, 11/F, Ocean Centre  
Harbour City, 5 Canton Rd.  
Tsim Sha Tsui, Kowloon  
Hong Kong  
info.hk@switzerland.com  
T +852 2865 6505

## **Schweiz Tourismus**

Morgartenstrasse 5a  
8004 Zürich  
T +41 44 288 12 76  
info@myswitzerland.com  
www.myswitzerland.com

## **Schweiz Tourismus – China**

T +86 10 6512 0974  
F +86 10 6512 0973  
www.myswitzerland.com.cn  
info.cn@switzerland.com

## **Switzerland Tourism – Peking**

Prosper Center, Tower 1,  
Office 609  
Guanghua Road 5,  
Chaoyang District  
100020 Beijing  
PR China  
info.cn@switzerland.com

## **Nützliche Websites**

[www.myswitzerland.com/zh](http://www.myswitzerland.com/zh) (Schweiz Tourismus, in Chinesisch)

[www.sinoptic.ch](http://www.sinoptic.ch) (Information über China, in Französisch und Chinesisch)

[www.chinadaily.com.cn](http://www.chinadaily.com.cn) (Chinesische Tageszeitung, in Englisch)

[www.sccc.ch](http://www.sccc.ch) (Schweizerisch-chinesische Handelskammer, in Englisch)

[ch.china-embassy.org](http://ch.china-embassy.org) (Chinesische Botschaft)

[www.swissinfo.ch/chi](http://www.swissinfo.ch/chi) (Schweizer Informationsplattform, in Chinesisch)

[www.globalblue.com](http://www.globalblue.com) (Englisch)

[www.globalblue.cn](http://www.globalblue.cn) (Chinesisch, Informationen zur Mehrwertsteuer-Rückerstattung)

