



Neuer Teilnehmendenrekord für slowUp: Die slowUp-Saison 2026 brachte schweizweit 542'000 Teilnehmende in Bewegung

Der slowUp Zürichsee bildete den sonnigen Schlusspunkt der slowUp-Saison 2026. Rund 542'000 Teilnehmende genossen einen der schweizweit 18 kostenlosen Erlebnistage. Damit schliesst die 25. slowUp-Saison mit einem neuen Teilnehmendenrekord. Dazu kamen zwei slowUp-Tage in Frankreich. Herrliches Sommerwetter lockte drei Generationen Bewegungsfreudige mit Velos, Inlineskates und anderen muskelbetriebenen Fahrzeugen auf die motorfreien, gut gesicherten Strassen.

Die Wettergötter, der grösste Einflussfaktor auf die Teilnehmendenzahlen, waren slowUp dieses Jahr sehr wohl gesinnt. Einzig der slowUp Ticino erlebte zum Saisonauftakt einen nachmittäglichen Regenguss. Im Übrigen herrschte viel Sonnenschein, angenehme Wärme oder gar grosse Hitze. An diese müssen sich die Veranstaltenden wie auch Teilnehmenden vermehrt gewöhnen. Das bescherte den schweizweit 18 slowUp-Sonntagen rund 542'000 Teilnehmende, was den bisherigen Rekord von 2018 mit gut 533'000 Personen übersteigt. Nebst den bewährten slowUp-Regionen der Schweiz lud der slowUp Alsace zum zwölften Mal auf die Elsässische Weinstrasse (45'000 Teilnehmende), und mit dem slowUp Sundgau kam es im südlichen Elsass zu einer erfolgreichen Premiere (17'000 Teilnehmende).

Die Saison 2026 war von Jubiläen geprägt. So feierte man am Murtensee die 25. Durchführung des Pioniers, des slowUp Murtensee. 20-Jahre-Jubiläen standen mit dem slowUp Schaffhausen-Hegau, dem Vallée de Joux und Mountain Albula im Event-Kalender, und zum 10. Mal wurde auch der zweijährlich stattfindende slowUp Seetal ausgetragen. Einmal mehr gingen sämtliche slowUp-Tage ohne gravierende Zwischenfälle über die Bühnen, respektive über die total 680 Kilometer autofreien Strassen.

Beliebte Strassen und belebte Festplätze

Die motorfahrzeugfreien Strassen sind denn auch seit jeher das Markenzeichen von slowUp und der Hauptgrund für eine Teilnahme. Jede Region präsentiert sich einen Sonntag lang von ihrer schönsten Seite, sorgt für gut gesicherte, signalisierte Strassen und stimmungsvolle Festplätze mit Verpflegung, Unterhaltung und Attraktionen. Ein slowUp-Tag kostet die Teilnehmenden einzig etwas Muskelkraft und belohnt sie mit viel Abwechslung und Spass. Die slowUp-Festwirtschaften in den Dörfern sind zudem beliebte und vielerorts fix im Kalender stehende Rendez-vous der Einheimischen. Man trifft sich und schätzt die zwanglose Volksfest-Stimmung.

Zunehmender Aufwand für die OKs, Unterstützung durch die Fans

Die Anforderungen für die Durchführung eines slowUp nehmen mit jedem Jahr zu. Zum einen steigen die Standards punkto Sicherheit, etwa wenn es darum geht, Strassensperrungen konsequent durchzusetzen, Notfallkonzepte zu erarbeiten, usw. Andererseits wird es für die regionalen OKs zunehmend schwieriger, genügend Helfende aufzubieten. Auch das Sponsoring gestaltet sich immer schwieriger und verzeichnet tendenziell kurzfristige und kleinere Engagements. Um den Erlebnistag weiterhin kostenlos anbieten zu können und gleichzeitig die

notwendigen Budgets zu sichern, verkaufen mittlerweile rund 2/3 der slowUp-Veranstalter freiwillige Vignetten à CHF 5.- oder teilweise symbolische Medaillen für Kinder. Die slowUp-Fangemeinde zeigt sich solidarisch und kauft diese kleinen Souvenirs auch als Zeichen der Wertschätzung und der Sympathie.

«Community» wird gefestigt

Dieser Rückhalt aus weiten Kreisen, also Organisatoren, Sponsoren, Partner und Teilnehmende, ist die tragende Säule von slowUp. Um diese Verbindungen weiter zu pflegen und die «Community» noch besser zu vernetzen, testet slowUp in Zusammenarbeit mit einer Kommunikationsagentur neue Medien und Partnerplattformen. Seit vier Jahren wird ein nationaler Wettbewerb durchgeführt, an dem 2026 über 15'000 Personen teilnahmen. Dieser bringt nebenbei auch Direktkontakte mit sich, die zu künftigen slowUp eingeladen werden. Die Preise, darunter Familienferien im Swiss Holiday Park Morschach, Migros-Geschenkkarten, ein Decathlon-Mountainbike, Kaffeemaschinen von CoffeeB und weitere tolle Gewinne bringen die Partner auf sympathische Art und Weise ins Spiel.

Bewährte Trägerschaft, geschätzte Sponsoring-Partner

Die nationale Trägerschaft, bestehend aus SchweizMobil, Gesundheitsförderung Schweiz und Schweiz Tourismus, sichern durch die Vergabe der slowUp-Marke unter bestimmten Auflagen einheitliche slowUp-Standards in allen Regionen.

Die nationalen Sponsoring-Partner garantieren eine finanzielle Konstante, aber auch ein beliebtes Unterhaltungsprogramm, ohne die slowUp als schweizweite Veranstaltungsserie nicht möglich wäre. So feierte die Migros als nationale Hauptsponsorin diese Saison ihr 20-jähriges Engagement am slowUp. Im ganzen Land wetteiferten Gross und Klein in den Famigros- und Migros-Markenzonen bei diversen Spielen oder posierten im grossformatigen Einkaufskorb für ein Erinnerungsfoto. Als ebenfalls langjährige nationale Sponsorin sensibilisierte die Suva für sicheres und aufmerksames Velofahren.

Viel zu bieten hatten die nationalen Co-Sponsoren: Die bunten Lachgummis von nimm2 waren begehrte 'Müsterli', und auch dem süssen Lilabelle-Säuli von Valiant begegnete man unterwegs gerne. Die Axa lockte mit Spielen und einem Wettbewerb an ihren Stand und sorgte unterwegs mit etwas Traubenzucker für frische Energie. Zur Letzteren trug auch die neue Co-Sponsorin Axpo bei. Lief bei Velos oder Inlineskates mal etwas nicht rund, reparierten die Profis von m-way die kleinen Schäden rasch und zuverlässig. Neu traten im 2026 die Schweizer Bäuerinnen & Bauern als Co-Sponsoren von slowUp auf, und mit CoffeeB, Schweizer Fleisch und der Käsemarke Le Maréchal verstärkte sich auch das Angebot der nationalen Gastropartner.

Neue Partnerschaftsmodelle, unverzichtbare Servicepartner, eingespielte regionale OKs

Als neues Partnerschaftsmodell wurden an drei slowUp-Sonntagen sogenannte Sampling-Zonen getestet, wo sich Unternehmen mit kleinen Gratis-Kostproben präsentieren und sich so an ein allfälliges grösseres Engagement herantasten konnten. An mehreren slowUp lud zudem Sports Partner Decathlon zum Ausprobieren verschiedener Sportarten und -geräte ein, was bei den bewegungsfreudigen slowUp-Teilnehmenden besonders gut ankam.

Unverzichtbar waren einmal mehr die langjährigen nationalen Servicepartner Rent a Bike mit der vielseitigen Mietveloflotte und die Stiftung Cerebral, die mit Spezialfahrzeugen und -Infrastruktur zahlreichen Menschen mit Behinderung eine Teilnahme am slowUp ermöglichten.

Viel Lob und Dank gehört den regionalen OKs, die zusammen mit Gemeinden, Vereinen, regionalen und lokalen Partnern sowie unzähligen Freiwilligen die slowUp-Serie als eine der grössten Breitensportveranstaltungen der Schweiz erst möglich machen.

Die slowUp-Erlebnistage 2027 (Änderungen vorbehalten)

18.04.2027	Ticino
25.04.2027	Murtensee
02.05.2027	Werdenberg-Liechtenstein
09.05.2027	Schaffhausen-Hegau
30.05.2027	Solothurn-Buechibärg
06.06.2027	Valais
20.06.2027	Hochrhein
27.06.2027	Jura
04.07.2027	Vallée de Joux
25.07.2027	la Broye
08.08.2027	Brugg Regio
22.08.2027	Sempachersee
29.08.2027	Bodensee Schweiz
05.09.2027	Mountain Albula
12.09.2027	Emmental-Oberaargau
19.09.2027	Basel-Dreiland
26.09.2027	Zürichsee

Und im nahen Ausland:

06.06.2027	Alsace F
29.08.2027	Sundgau F

Infos und Pressebilder: www.slowUp.ch (Media & Downloads)

Kontakte für Medienschaffende:

Susi Schildknecht, Medienbeauftragte slowUp Schweiz

Tel. 079 605 32 84, susi.schildknecht@bluewin.ch

Christian Friker, Geschäftsführer slowUp Schweiz

Tel. 031 313 02 80, Tel. 078 767 07 68, christian.friker@slowup.ch