

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 54 (1994)

Artikel: Touristischer Input von der Marktforschung
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-630083>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 03.05.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Touristischer Input von der Marktforschung

Die Marktforschung setzte 1994 mit «SVZ Input» ihre Dienstleistungsbestrebungen zuhanden der touristischen Basis und Leistungsträger intensiv fort.

Wir publizierten neun weitere Länderbulletins über die wichtigsten touristischen Quellmärkte der Schweiz.

Diese Dokumentationen liefern den Leistungsträgern praxisorientierte Informationen über USA, Kanada, Japan, Belgien/Luxemburg, Deutschland, Frankreich, Italien, Nordische Länder (Schweden, Dänemark, Finnland, Norwegen) und Spanien.

Neu: Länderseminare und Länderstudien

Vom 6. bis 8. Juni führten wir das allererste SVZ-Länderseminar durch; im Mittelpunkt dieses Anlasses in Chur, Luzern und Fribourg stand unser Stamm-Markt Deutschland. Die insgesamt 159 Teilnehmer beurteilten das Konzept eines Ganztages-Seminars mit Workshops durchwegs positiv.

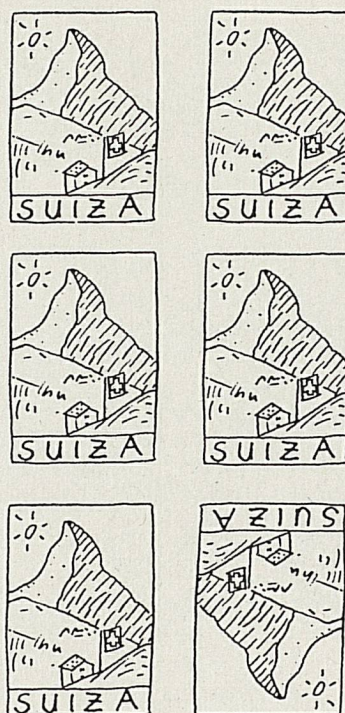
Deutschland und die Ausbaumärkte Frankreich und USA wurden näher analysiert. In Deutschland veranlassten wir eine extensive Kunden- und Interessentenbefragung bei unseren SVZ-Vertretungen und eine bevölkerungsrepräsentative Potentialstudie für das Reiseland Schweiz.

Diese Daten wurden in der zweiteiligen Länderstudie Deutschland publiziert, welche ausserdem als Basis für das erste Länderseminar diente.

In Frankreich gab die SVZ eine qualitative und quantitative Studie zum «Image de la Suisse auprès des Français en tant que destination touristique» in Auftrag. Die Resultate dieser Analyse, zusammen mit einer Kunden- und Interessentenbefragung, werden in eine Länderstudie Frankreich verarbeitet, welche im Juni 1995 anlässlich des SVZ Länderseminars Frankreich vorgestellt wird.

Mehr Licht in den Markt USA soll ebenfalls eine repräsentative Studie samt Kunden- und Interessenten-

Befragung durch unsere USA-Vertretungen bringen. Die zweiteilige Market Study United States of America ist Bestandteil des SVZ Länderseminars USA vom Januar 1995.



Pfuschi-Cartoon

Für die in der Marketing-Strategie definierten Ausbaumärkte Italien und Spanien begannen im Oktober ebenfalls Befragungen, die zusammen mit repräsentativen Potentialanalysen 1995 in entsprechende Länderstudien verarbeitet werden und als Grundlage für weitere Länderseminare dienen.