

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (1996)

Artikel: Schweiz Tourismus : Ausrichtung auf die Zukunft
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-630051>

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

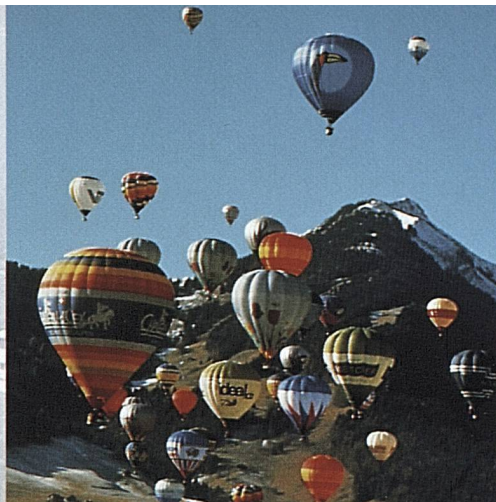
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media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

Download PDF: 25.04.2026

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

Am 7. November 1996 hat der Vorstand von Schweiz Tourismus den Vorschlag der Geschäftsleitung genehmigt, die Struktur des Unternehmens auf die Mittelfristplanung auszurichten, eine integrierte Arbeitsweise sicherzustellen, die Effizienz des Unternehmens zu erhöhen und Schnittstellen abzubauen. Schweiz Tourismus orientiert sich neu auf folgende Kernkompetenzen aus: intensive Kooperation mit touristischen und nicht-touristischen Partnern (Partnermarketing), Fokussierung aller Marketingprogramme auf die Gästewerwartungen und die Stärkung der Marke Schweiz (Gästemarketing) sowie Anbieten eines erstklassigen internationalen Markt-Netzwerkes für professionelle Geschäftspartner (Märkte).

Innerhalb des Bereichs Gästemarketing stellen Produktmanagement-Teams die Entwicklung und Koordination des Marketingprogramms für das Schweiz Tourismus-Produktensortiment sicher. Marktforschung, Werbung und Werbemittel sowie Dekor, Events, Messen gehören mit in den Bereich. Brandmanagement zielt auf die Stärkung der Marke Schweiz. Key Account Management garantiert die wirksame Bearbeitung des Reisefachs.



Der Bereich Partnermarketing optimiert die Zusammenarbeit mit touristischen und nicht-touristischen Partnern. Er pflegt bestehende und baut neue Partnerschaften auf mit Mitgliedschaften, Tourismusrat, Tourismustag und sichert die Branchenkommunikation. Zudem koordiniert er Marketingkooperationen und unterstützt Initiativen zur Förderung der Angebotsqualität.

Der Bereich Märkte hat zum Ziel, ein erstklassiges Netzwerk und eine wirkungsvolle Marktbearbeitung für professionelle Geschäftspartner zur Verfügung zu stellen. Dies geschieht einerseits über das bestehende Schweiz Tourismus-Aussenstellennetz in 17 Ländern, andererseits über elektronische Systeme. Hier sind auch Gästeinformation und Billetverkauf angesiedelt.

Diese drei Bereiche werden durch die zwei weiteren Geschäftsleitungsbereiche Human Resources Management und Planung/Finanzen/Controlling unterstützt. Sie

stellen sicher, dass die Neuorientierung durch adäquaten Support, moderne Strukturen und Instrumente sowie durch motivierte und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Erfolg getragen wird. Die neu geschaffene zentrale Stelle Corporate Communications und Medien vervollständigt den Supportbereich.



**SCHWEIZ TOURISMUS.
AUSRICHTUNG AUF DIE
ZUKUNFT.**