

Zeitschrift:	Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber:	Schweiz Tourismus
Band:	- (1997)
Artikel:	Key Account Management : ein wichtiger Erfolgsbericht
Autor:	[s.n.]
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-630045

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](#)

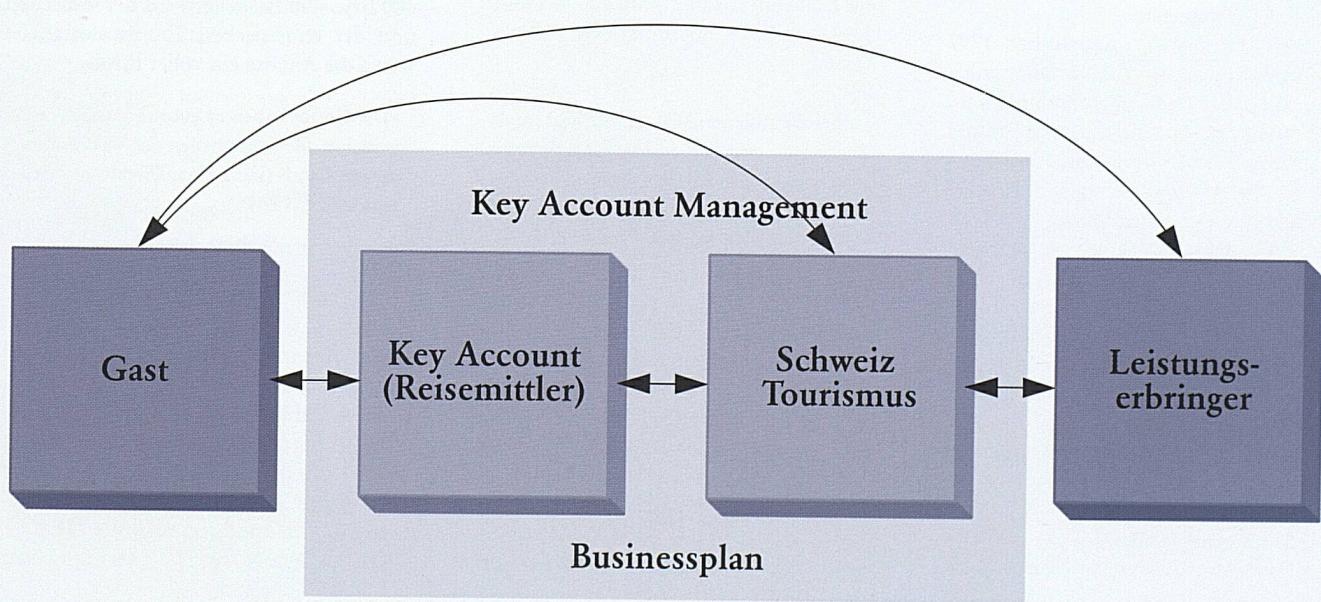
Terms of use

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: 13.01.2026

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

Key Account Management. Ein wichtiger Erfolgsfaktor.



In allen Geschäftsbereichen gilt es, den Einsatz von materiellen und personellen Mitteln auf das Wesentliche zu konzentrieren. Diese Erkenntnis führte bei Schweiz Tourismus zu einer Bündelung der Kräfte und dem Bekenntnis zum Key Account Management. Key Account Management bedeutet eine mittel- bis langfristige Geschäftsplanung und enge Zusammenarbeit mit wenigen, aber wichtigen Partnern auf der Basis eines schriftlichen Businessplans, mit dem Ziel, die Nachfrage nach Ferien in der Schweiz zu steigern. Der Businessplan definiert gemeinsame Massnahmen in den Bereichen Werbung, Verkaufsförderung und Medienarbeit.

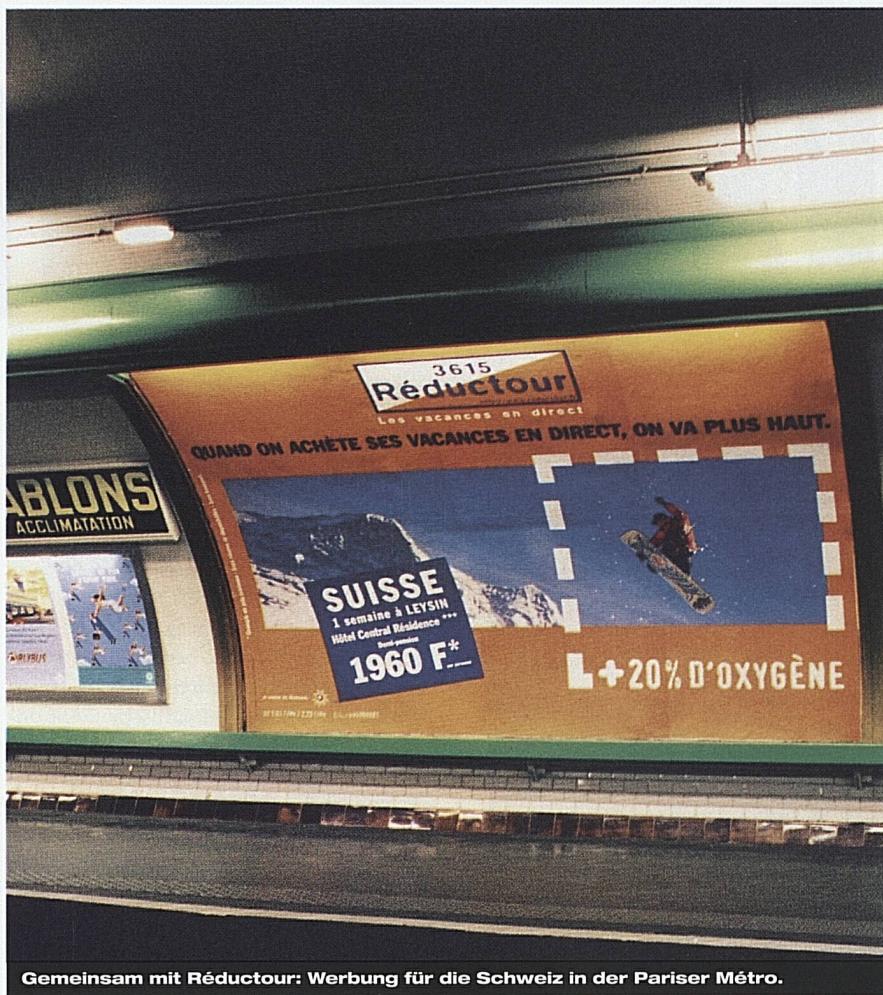
Key Account.

Ein Key Account ist ein bedeutender Vermittler von Reisen in die Schweiz. Reiseveranstalter, Fluggesellschaften, Hotelketten, Incentive Veranstalter, Eisenbahn- und Busgesellschaften, Automobilclubs, Seniorenvvereine, Berufsverbände, Handelsorganisationen sind beispielsweise als Schlüsselkunden wichtige Multiplikatoren für die Steigerung der Nachfrage nach Reisen in die Schweiz. Als zwingende Voraussetzung bei der Bestimmung von Key Accounts gelten eine bedeutende Anzahl Ankünfte/Übernachtungen, Potential zur Steigerung der Übernachtungen, Bedeutung in Bezug auf Ruf und Prestige, Bereitschaft zur Schulung von Schweiz-Spezialisten, gute Distribution, Bereitschaft zu langfristiger Partnerschaft.

Der Erfolg.

Schweiz Tourismus konnte 1997 mit insgesamt 48 Reiseveranstaltern in 13 Ländern Businesspläne abschliessen. Diese Vereinbarungen zielen auf eine Steigerung von 200 000 Übernachtungen für das Jahr 1998.

Schweiz Tourismus Deutschland konnte mit führenden Reiseveranstaltern unterschiedlichster Ausrichtung wie Ameropa, Kipferl's Reisen, Allrounder Reisen, IST Reisen oder Action Reisen Kooperationsvereinbarungen unterzeichnen. Allein in Grossbritannien/Irland konnten 15 Businesspläne abgeschlossen werden. Partner wie Swiss Travel Service, Crystal Holidays und Kuoni Travel verzeichneten gegenüber dem Vorjahr bei den Schweizer Logiernächten Zuwachsrate von über 20%. In Frankreich hatte Schweiz Tourismus Gelegenheit, in Zusammenarbeit mit Réductour eine öffentliche Kampagne in der Pariser Métro zu lancieren. 125 auffallend grosse Plakate präsentierten während 15 Tagen dem Pariser Publikum die Schweiz als attraktive Feriendestination. Auch in Spanien, Tschechien und Italien unterzeichnete Schweiz Tourismus Kooperationsvereinbarungen mit wichtigen



Gemeinsam mit Réductour: Werbung für die Schweiz in der Pariser Métro.

Exponenten des Reisefachs. Schweiz Tourismus Nordamerika verpflichtete sich ebenso zu enger Zusammenarbeit mit Key Accounts: Colette Tours konnte die Reiseangebote in die Schweiz 1997 um 179% steigern. In der Schweiz erreichte Railtour Suisse dank Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus eine Steigerung der Gästezahlen von 24%.

Switzerland Travel Mart STM löst 300 000 Logiernächte aus.

Über 370 Reisefachleute aus 39 Ländern sowie 35 Medienvertreter aus der ganzen Welt informierten sich am 9. Switzerland Travel Mart STM vom 6. bis 8. April 1997 in Crans-Montana über die neuesten Angebote und Leistungen des Schweizer Tourismus. Für die Vertreter der In-



007-Handshake mit Roger Moore anlässlich STM in Crans-Montana.

coming-Branche bietet die von Schweiz Tourismus im Zweijahresrhythmus durchgeführte Veranstaltung eine wichtige Plattform, um einem ausgewählten Fachpublikum die ganze Palette touristischer Dienstleistungen des Ferienlandes Schweiz bekanntzumachen. 400 Schweizer Anbieter – Vertreter von regionalen und lokalen Verkehrsvereinen, Reiseveranstaltern, Hotelgruppen und Transportunternehmungen – nahmen teil und konnten international wichtige Kontakte knüpfen. Im Anschluss an den Switzerland Travel Mart STM hatten die ausländischen Besucher Gelegenheit, auf Studienreisen die gewünschten Orte in der Schweiz kennenzulernen oder ihre Kenntnisse über unser Ferienland zu vertiefen.

Insgesamt prognostizieren die Reisefachleute aufgrund von STM eine Zunahme von 300 000 Übernachtungen in der Schweiz und von 12 000 Passagieren bei Swissair für die Saisons Winter 97/98, Sommer 98 und Winter 98/99.

Touroperator Toshiaki Murakami aus Japan zu STM: «Die Organisation des Anlasses ist ausgezeichnet und die Eröffnungszeremonie war besonders gut.»