

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (1998)

Vorwort: Die Richtung stimmt
Autor: Marty, Dick F. / Hartmann, Marco

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: 23.12.2025

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

Die Richtung stimmt.

Das Jahr 1998 war das Schweizer Ferienjahr. Ereignisreich und erfreulich: Mit der Trendwende im vorangegangenen Jahr hat sich die positive Entwicklung im Schweizer Tourismus fortgesetzt. Die Schweiz hat als Ferien-, Reise- und Kongressland an Attraktivität gewonnen. Das gezielte, weltweite Marketing von Schweiz Tourismus zeigt Wirkung. In den Hotel- und Kurbetrieben wurden 1998 rund 33 Millionen Übernachtungen registriert: drei Prozent mehr als im Vorjahr – dies schlägt auch auf der Einnahmenseite zu Buche. Allein unsere Gäste aus dem Ausland haben bei ihren Aufenthalten in der Schweiz zwölf Milliarden Franken ausgegeben.

Das gute Resultat der Tourismusbranche ist keine Selbstverständlichkeit, denn die Rahmenbedingungen sind alles andere als einfacher geworden. Wirtschaftliche Krisensituationen gingen nicht spurlos am Schweizer Tourismus vorbei. Einige Destinationen mussten einen empfindlichen Rückgang von Gästen aus Südostasien in Kauf nehmen. Die Globalisierung erhöht den Konkurrenzdruck, das Wettbewerbsumfeld wird aggressiver.

Nur diejenigen Destinationen werden in Zukunft wahrgenommen, die sich von den Mitbewerbern differenzieren können. Wer austauschbar ist, hat verloren. Und wer sich nicht nach den sich ändernden Bedürfnissen der Gäste richtet, wird nie gewinnen. Unsere Ziele sind hoch gesteckt: Im nächsten Jahrtausend soll das Ferienland Schweiz trotz verstärktem Wettbewerb weiterhin weltweit zu den gefragtesten Reisedestinationen gehören.

Der Entscheid für oder gegen eine Destination fällt bereits bei der Reisevorbereitung. Angebotspräsentation und Kundenfreundlichkeit der Buchungs- und Reservationsmodalitäten stehen im Vordergrund: deshalb die Gründung von Switzerland Destination Management SDM. Weltweit, während 365 Tagen, können die Produkte und Dienstleistungen des Ferien- und Reiselandes Schweiz per Telefon, Internet oder Reisefach-Plattform abgerufen und gebucht werden. Switzerland Destination Management startete am 1. Oktober 1998 in den Schlüsselmärkten Schweiz und Deutschland. 1999 wird der Betrieb in ganz Europa aufgenommen.



Marco Hartmann und Dick F. Marty.

Die Schweiz ist Ferien- und Reiseland für anspruchsvolle Individualgäste. Darüber lässt seit 1998 auch unser neuer Werbeauftritt keine Zweifel aufkommen. Um das Versprechen «Ferien gleich Schweiz» einzuhalten, sind wir alle gefordert. Die Ferienmarke Schweiz soll für preiswerte und erlebnisreiche Qualitätsferien stehen. Dass das Bekenntnis ernst genommen wird, zeigt das grosse Interesse für das «Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus». Rund 250 Betriebe sind mit dem Qualitäts-Gütesiegel ausgezeichnet und über 1300 Qualitätsverantwortliche zu Qualitäts-Coaches ausgebildet worden.

Mit der Einführung von SDM kann Schweiz Tourismus die Kräfte auf das



Marketing für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz konzentrieren. Zum erfolgreichen Marketing gehören erfolgreiche Produkte und Marketingaktivitäten. Gemeinsam mit den touristischen Partnern hat Schweiz Tourismus 1998 ein leicht buchbares, qualitativ hochstehendes und den Bedürfnissen der Kunden entsprechendes Produktesortiment zu marktgerechten Preisen angeboten. Ein besonderer Höhepunkt war das am 30. Mai mit einem grossen Happening eröffnete Veloland Schweiz. Familienferien, Wellness-, Best of Switzerland- und Kongress-Angebote, Winterferien, Städtereisen sowie Festival-Arrangements wurden international gezielt beworben.

Dass sich die Tourismusbranche als eine tragende Säule unserer Volkswirtschaft profiliert und als solche wahrgenommen wird, dafür setzen wir uns täglich ein. Bei einschneidenden Veränderungen wie der Einführung des Euro kann der Schweizer Tourismus eine Vorreiterrolle spielen. Wollen wir wettbewerbsfähig bleiben, so müssen wir Brücken zu den Nachbarn schlagen.

Effizient, transparent, in unternehmerischem Geist und mit Blick auf den Markt und auf unsere Kunden, so stellen wir uns der Aufgabe, nachweislich mehr Gäste in die Schweiz zu bringen und den touristischen Umsatz zu erhöhen – nicht im Alleingang, sondern in Zusammenarbeit und im

Dialog mit unseren Partnern. Wir setzen auf globale Kooperationen auch mit Wirtschaftspartnern wie Swissair, SBB, Swisscom oder Bucherer.

Unsere 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der ganzen Welt sind ein starkes Team. Mut ist bei uns kein Fremdwort; neue Wege zu beschreiten eine Herausforderung. Dass die gewählte Richtung stimmt, zeigt das erfolgreich bestandene Geschäftsjahr.

Dick F. Marty *Marco Hartmann*

Dick F. Marty

Präsident

Schweiz Tourismus

Marco Hartmann

Direktor

Schweiz Tourismus