

# Bewegung, Transparenz, Erfolg

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(1998)**

PDF erstellt am: **25.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630097>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



# Bewegung. Transparenz. Erfolg.

Erfolg bedeutet für Schweiz Tourismus: Partner, Stakeholders und Leistungsträger erfolgreich zu machen. Das heisst, Wirkung auf die Anzahl der gesamten Logiernächte in der Schweizer Hotellerie und Parahotellerie sowie auf den gesamten touristischen Umsatz zu erzielen. Andererseits gilt es, die Nachfrage direkt messbar zu fördern und den Markenwert der Destination Schweiz als ideales Ferien-, Reise- und Kongressland für Gäste mit individuellen Ansprüchen zu stärken.

Gemäss Bundesbeschluss vom 16. Dezember 1994 hat Schweiz Tourismus den Auftrag, die Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz zu fördern. Schweiz Tourismus erarbeitet dazu jährlich eine auf drei Jahre angelegte, rollende Mittelfristplanung sowie eine Jahresplanung mit

klar definierten Zielsetzungen. Die Planung 1999 bis 2001 sieht vor, bis ins Jahr 2001 sieben Millionen Logiernächte direkt zu beeinflussen und damit direkt einen touristischen Umsatz von 1,4 Milliarden Franken auszulösen. Jeder investierte Marketingfranken soll einen zwölfmal höheren Branchenumsatz schaffen. Im Geschäftsjahr 1998 ist es gelungen, 940 000 Logiernächte direkt zu beeinflussen. Damit wurde das Jahresziel um 40 Prozent übertroffen.

Schweiz Tourismus legt Wert auf Transparenz. Das 1998 neu entwickelte Geschäftsmodell zeigt die Erfolgsmechanik der Geschäftstätigkeit von Schweiz Tourismus sowie die entsprechenden Steuerungsgrössen, welche in Form von finanziellen und nichtfinanziellen Kennzahlen festgelegt sind. Damit kann die Effizienz und Effektivität der eingesetzten Mittel nachgewiesen werden.

klar definierten Zielsetzungen. Die Planung 1999 bis 2001 sieht vor, bis ins Jahr 2001 sieben Millionen Logiernächte direkt zu beeinflussen und damit direkt einen touristischen Umsatz von 1,4 Milliarden Franken auszulösen. Jeder investierte Marketingfranken soll einen zwölfmal höheren Branchenumsatz schaffen. Im Geschäftsjahr 1998 ist es gelungen, 940 000 Logiernächte direkt zu beeinflussen. Damit wurde das Jahresziel um 40 Prozent übertroffen.

Konzeption und Umsetzung von erfolgversprechenden Marketingprogrammen bedingen eine Sicherstellung der finanziellen Mittel. Ein gemeinsames, weltweites Tourismusmarketing erzielt die höchste Wirksamkeit. Schweiz Tourismus will die Kooperationen mit Tourismus- und Wirtschaftspartnern intensivieren und strebt eine Steigerung der Marketingmittel an. Das Verhältnis von fixen Betriebskosten zu Marketingkosten konnte während der letzten vier Jahre zugunsten des Marketings umgekehrt werden. Schweiz Tourismus weist heute eine Marketing-Mitteleinsatz-Quote von 60 Prozent aus – ein Benchmark für die Branche.

Das Geschäftsmodell.

