

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

**Artikel:** Bewegung, Transparenz, Erfolg  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-630097>

#### 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:** 14.01.2026

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

# 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 Hotellei- und Parahotellerie sowie auf den gesamten touristischen Umsatz zu erzielen. Anderseits 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 zwölffachen höheren Branchenum- satz 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 Effekti-

vität der eingesetzten Mittel nachgewiesen werden.

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.

