

**Zeitschrift:** Jahresbericht / Schweiz Tourismus  
**Herausgeber:** Schweiz Tourismus  
**Band:** - (1999)  
  
**Artikel:** Zielorientiert bauen  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-629962>

### **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:** 12.01.2026

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



# Zielorientiert bauen.

Das Ziel ist klar definiert. Gemäss Bundesbeschluss vom 16. Dezember 1994 hat Schweiz Tourismus den Auftrag, die Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz zu fördern. Schweiz Tourismus agiert auf Grund einer jeweils auf drei Jahre ausgerichteten, rollenden Planung. Für die Zeitspanne 2001 bis 2003 sieht Schweiz Tourismus vor, mit eigenen Aktivitäten weltweit über 4,8 Milliarden Kontakte zu schaffen, direkt messbar 5,7 Millionen zusätzliche Logiernächte auszulösen und einen touristischen Umsatz von

1,1 Milliarden Franken zu erzielen. Schweiz Tourismus setzt alles daran, die Gesamtübernachtungszahlen im Schweizer Tourismus wieder auf den hohen Stand der frühen Neunzigerjahre zu bringen. Damals konnten in Hotellerie und Parahotellerie 78 Millionen Logiernächte gezählt werden. Die Schweiz soll auch in Zukunft trotz international härteren Konkurrenzbedingungen zu den führenden, innovativen Reisedestinationen gehören.

Bekanntlich führen verschiedene Wege nach Rom – oder besser ins Ferienland

Schweiz. Die ehrgeizigen Ziele können jedoch nur in enger Zusammenarbeit mit den Branchenpartnern erreicht werden. Den touristischen Partnern und Leistungsträgern stehen unterschiedliche Kooperationsmöglichkeiten offen. Die Beteiligung am gesamten Schweiz Tourismus-Marketingprogramm kann je nach Bedürfnis des Anbieters in einfachem Baukastensystem – bestehend aus Basisprogramm, Zusatz-Marktauftritten, produktspezifischen und individuellen Programmen – stufenweise erfolgen.





Schweiz Tourismus sichert für alle Interessierten ein integriertes Basismarketingprogramm. Leistungen wie Messeinfrastruktur, Workshops, Broschüren oder Verlagsarbeiten können zusätzlich gewählt werden. Darauf lassen sich Produktprogramme aufbauen, die Schweiz Tourismus-Marktspezialisten zusammen mit den Branchenexperten erstellen. Ausgewählten und grossen Partnern wie Destinationen oder Wirtschaftspartnern, die sich für eigene Auftritte und Konzepte in den verschiedenen Märkten interessieren, stehen Individualprogramme zur Verfügung: Wissen, Erfahrung und Mittel von Schweiz Tourismus und Partnern werden gebündelt, Ziele und Konzepte gemeinsam für eine erfolgreiche Marktbearbeitung entwickelt.

### Das Marketing-Kooperationsmodell.

Individualprogramme, z.B.	Destinationen	Regionen	Bahnen/Wirtschaftspartner	Hotelketten
Produktspezifische Programme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swisscities</li> <li>• Expo.02</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffentlicher Verkehr</li> <li>• SCIB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Swisscom</li> <li>• Swiss Dairy Food</li> </ul>	
Zusatzmarktauftritte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Messen</li> <li>• Medienanlässe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• STE Switzerland Travel Experience/Road Shows</li> <li>• Direct-Mailings</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spezialangebote in Broschüren</li> <li>• Spezialangebote im Internet</li> </ul>	
Basis-Marketingprogramm (Grundauftrag)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zugang zum internationalen Markt</li> <li>• Markt-/Trendforschung</li> <li>• Internationale Medienpräsenz</li> <li>• Absatzkanäle</li> <li>• Web-Auftritt</li> <li>• Kundeninformation</li> <li>• Qualitätsförderung</li> <li>• Marke Schweiz</li> </ul>			

