

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2003)

Artikel: Die Kennzahlen 2003
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-629940>

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: 16.02.2026

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



Eine farbenfrohe Tradition: Chästeilete im Justistal im Berner Oberland.

Die Kennzahlen 2003.

Die Zielerreichung der Kennzahlen stand klar im Zeichen der unerwarteten tragischen Ereignisse dieses Reisejahres. Das Ausbrechen des Irak-Krieges sowie der Sars-Epidemie führten zu einem Rückgang der grössten indirekten Buchermärkte (Asien und USA), was sich in den durch das Key Account Management von Schweiz Tourismus beeinflussten Logiernächten widerspiegelt. Die Abnahme liegt erfreulicherweise unter dem effektiven Marktrückgang. Daraus lässt sich eine hohe Loyalität der direktbetreuten Reiseveranstalter ableiten. Der Fokus auf die weltweite Promotionsarbeit wurde weiter ausgebaut und mit rund 6.5 Mia. Marketing- und Medienkontakten wurde eine gewaltige Schweiz-Botschaft vermittelt. Schweiz Tourismus hat durch ihre weltweiten Medienverantwortlichen 5700 Artikel und Fernsehberichte generieren können.

Die Informationsgewinnung über das Internet befindet sich auf breitem Vormarsch und die Verlagerung vom Telefon zum Internet setzt sich akzentuiert fort. Das Internet ist mit 8.8 Millionen Ferieninformationssuchenden zur grössten Erstinformationsquelle für unser Land avanciert.

Mit einer Deckung von 40 Prozent der Gesamtausgaben durch Partner touristischer und privatwirtschaftlicher Art konnte Schweiz Tourismus den Vergleich mit anderen europäischen Tourismusorganisationen auf sehr hohem Wert halten.

Durch gezieltes Insourcing (Broschürenproduktion) konnten merkliche Einsparungen erzielt werden. Dies hat sich jedoch negativ auf die Kennzahlen «Marketinganteil an den Gesamtausgaben» sowie «Anteil Personalausgaben an den Gesamtausgaben» ausgewirkt.

Der Mitgliederbestand bei Schweiz Tourismus befindet sich auch in diesem Jahr im ungebrochenen Aufwärtstrend. Dies ist ein unmissverständlicher Indikator für eine gute und breite Branchenakzeptanz.

Kennzahlen Schweiz Tourismus	2002	2003
Kontakte weltweit (Marketing- und Medienkontakte)	5 458 000 000	6 500 000 000
Direkte beeinflusste Logiernächte (durch Key Account Management)	3 540 000	3 400 000
daraus resultierender touristischer Umsatz CHF	814 200 000	787 000 000
Web-Visitors	6.2 Mio.	8.8 Mio.
Marketinganteil an den Gesamtausgaben (inkl. Personalkosten)*	85.12%	83.67%
Selbstfinanzierungsgrad	41.0%	40.0%
Anteil Personalausgaben an den Gesamtausgaben*	27.93%	29.35%
Mitgliederbestand	549	601

*Durch gezieltes Insourcing (Broschürenproduktion) produzieren wir günstiger – dies hat sich jedoch negativ auf die Kennzahlen ausgewirkt.