

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2009)

Rubrik: Über uns = Notre entreprise

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: 13.01.2026

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

Über uns. Notre entreprise.



Schweiz Tourismus ist in 20 Ländern vertreten. Am Hauptsitz an der Tödistrasse in Zürich laufen die Fäden zusammen.
Suisse Tourisme est représenté dans 20 pays. C'est au siège de la Tödistrasse, à Zurich, que sont coordonnées toutes les activités.

Fakten. Faits.

Das Unternehmen ST

| | |
|-------------------------------|----------------|
| Landesvertretungen | 20 |
| Regionalvertretungen | 9 |
| Sitz in der Schweiz | 1 |
| Vertretungen in Aufbaumärkten | 7 |
| Mitarbeitende im Ausland | 108 |
| davon Trainees | 12 |
| Mitarbeitende in der Schweiz | 115 |
| davon Trainees | 11 |
| Mitglieder | 688 |
| Budget exkl. Impulsprogramm | |
| CHF 82,13 Mio. | |
| davon Bundesmittel | CHF 46,85 Mio. |

A propos de ST

| | |
|---------------------------------------|----------------|
| Représentations nationales | 20 |
| Représentations régionales | 9 |
| Siège en Suisse | 1 |
| Représentations marchés de croissance | 7 |
| Employés à l'étranger | 108 |
| dont stagiaires | 12 |
| Employés en Suisse | 115 |
| dont stagiaires | 11 |
| Membres | 688 |
| Budget excl. programme d'impulsion | |
| CHF 82,13 mio. | |
| dont ressources fédérales | CHF 46,85 mio. |

Weltweit werben für die Schweiz.

Gemäss Bundesauftrag fördert Schweiz Tourismus seit über 90 Jahren die touristische Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz im In- und Ausland. Im Zentrum dieser Tätigkeit stehen die Entwicklung und Umsetzung wirksamer Marketing-Programme sowie die Profilierung der touristischen Schweiz als starke Marke, die für Echtheit, Nachhaltigkeit und Modernität steht.

ST ist eine öffentlich-rechtliche Körperschaft und wird nach betriebswirtschaftlichen Kriterien geführt. Der Vorstand umfasst 13 Vertreter aus Tourismus, Wirtschaft, Verbänden und Politik und wird seit dem 1. Dezember 2007 von Jean-François Roth präsiert. Die operative Führung lag bis zum 3. März 2010 bei Jürg Schmid und wurde im Anschluss von Vizedirektor Urs Eberhard interimistisch wahrgenommen. Weltweit ist ST in 27 Ländern präsent.

Promouvoir la Suisse dans le monde.

Conformément au mandat que lui a confié la Confédération, il y a plus de 90 ans que ST promeut la demande nationale et internationale pour la Suisse, pays de vacances, de voyages et de congrès. L'élaboration et la mise en œuvre de programmes de marketing efficaces est au centre de cette mission, ainsi que l'amélioration de la visibilité de la Suisse comme marque touristique forte, symbole d'authenticité, de pérennité et de modernité.

ST est une corporation de droit public gérée selon les règles de l'économie privée. Son Comité compte 13 représentants des milieux touristiques, économiques, associatifs et politiques. ST est présidée depuis le 1^{er} décembre 2007 par Jean-François Roth. Sa direction opérationnelle, assurée par Jürg Schmid jusqu'au 3 mars 2010, a été reprise ensuite, par intérim, par Urs Eberhard, directeur-adjoint. Dans le monde, Au niveau international, ST est présente dans 27 pays.

Resultate Marketing-Massnahmen. Résultats des mesures de marketing.

| | | | 2008 (inkl. EURO 2008) (y.c. EURO 2008) | 2009 (inkl. Impulsprogr.) (y.c. prog. d'impulsion) |
|---|--|---|---|--|
| «Vierrad-Antrieb» | | | | |
| «4 roues motrices» | | | | |
| 1 eMarketing | Webbesucher | Visiteurs sur Internet | 17,60 Mio. | 23,36 Mio. |
| 2 Promotion | Werbe- & Marketing-Kontakte | Contacts marketing et publicité | 3,21 Mia. | 3,23 Mia. |
| | Distribuierte Broschüren | Brochures distribuées | 43,42 Mio.* | 44,94 Mio.* |
| | Hochwertige Kundenkontakte | Contacts clients de grande qualité | 1,21 Mio. | 2,48 Mio. |
| 3 Key Media Management (KMM) | Medienkontakte | Contacts médias | 10,56 Mia. | 9,55 Mia. |
| | Beeinflusste Medienartikel | Articles générés par ST | 9979 | 9596 |
| | Teilnehmer an ST-Medienreisen | Participants aux voyages de presse ST | 1875 | 2021 |
| | TV-Teams | Equipes de télévision | 143 | 117 |
| 4 Tour Operators (KAM) | Beeinflusste LN ¹ durch KAM | Nuitées générées (KAM) | 4,29 Mio. | 4,22 Mio. |
| | Touristischer Umsatz | Chiffre d'affaires touristique | CHF 1,08 Mia.** | CHF 1,06 Mia.** |
| Marketing- und Mitteleinsatz-Effizienz | | | | |
| Efficacité en termes de marketing et d'emploi des ressources | | | | |
| Marketing-Budget/Marketing-Mitarbeiter | | Budget marketing/collaborateur marketing | CHF 305 100 | CHF 317 300 |
| Eigenfinanzierungsgrad | | Degré d'autofinancement | 40,7% | 41,4% |
| Einnahmen strategische/offizielle Partner | | Recettes issues de partenaires stratégiques/officiels | CHF 9,40 Mio. | CHF 9,85 Mio. |
| Branchen-Zusammenarbeit | | | | |
| Collaborations sectorielles | | | | |
| Partizipierende Partner | | Partenaires actifs | 483 | 780*** |
| Web-Kooperationen | | Coopérations Internet | 54 | 63 |
| Marketing-Ertrag Partner | | Participations de partenaires au marketing | CHF 23,30 Mio. | CHF 23,55 Mio. |

* Proaktive Distribution von Werbemitteln (Beilagen, Flyer etc.)

** Beeinflusste LN durch KAM, multipliziert mit Tagesausgaben pro Land

*** Inkl. Hotelkooperationen

¹LN = Logiernächte

* Distribution proactive de documents publicitaires (suppléments, flyers, etc.)

** Nuitées influencées par KAM multipliées par les dépenses journalières par pays

*** Y.c. coopérations hôtelières

MySwitzerland.com: bei Gästen so beliebt wie noch nie.

Die Effizienz- und Wirkungsmessung von ST dient als Entscheidungsgrundlage für die Gewichtung der Marketing-Instrumente eMarketing, Promotion (klassische Werbung), KMM (Medienarbeit) und KAM (Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern). Die Zahlen für 2009 verdeutlichen die Strategie: ST investierte etwas weniger ins Key Account Management, um dafür das eMarketing und die Medienarbeit zu intensivieren.

Die Bedeutung des Internets nimmt weiter zu. 2009 verzeichnete die ST-Webseite MySwitzerland.com über 23 Millionen Besuche – knapp ein Drittel mehr als im Vorjahr.

MySwitzerland.com plébiscité par nos hôtes.

La mesure de la performance et de l'efficacité de ST est déterminante pour pondérer l'utilisation des instruments de marketing: e-marketing, promotion (publicité classique), activités avec les médias (KMM) et les tour-opérateurs (KAM). Les chiffres de 2009 soulignent la stratégie de ST: diminution des investissements dans le domaine des coopérations avec les voyagistes, afin de pouvoir intensifier l'e-marketing et le travail avec les médias.

Internet continue de gagner en importance. En 2009, le site Internet de ST, MySwitzerland.com, a enregistré plus de 23 millions de visites, soit près d'un tiers de plus que l'année précédente.

Resultate Logiernächte. Résultats des nuitées.

| Land / Pays | Logiernächte 2008 | Logiernächte 2009 | Veränderung absolut | Veränderung in % |
|--|-------------------|-------------------|----------------------------|------------------|
| Prioritätsmärkte / Marchés prioritaires | Nuitées 2008 | Nuitées 2009 | Variation chiffres absolus | Variation en % |
| Schweiz / Suisse | 15 825 473 | 15 424 468 | -401 005 | -2,5 |
| Deutschland / Allemagne | 6 313 240 | 6 031 325 | -281 915 | -4,5 |
| Vereinigtes Königreich & Irland / Royaume-Uni & Irlande | 2 378 972 | 1 938 516 | -440 456 | -18,5 |
| Frankreich / France | 1 439 158 | 1 433 452 | -5 706 | -0,4 |
| USA / Etats-Unis | 1 518 376 | 1 382 856 | -135 520 | -8,9 |
| Italien / Italie | 1 157 902 | 1 137 588 | -20 314 | -1,8 |
| Niederlande / Pays-Bas | 1 080 840 | 1 026 308 | -54 532 | -5,0 |
| Japan / Japon | 493 901 | 474 720 | -19 181 | -3,9 |
| Aktivmärkte / Marchés actifs | | | | |
| Belgien / Belgique | 829 194 | 775 090 | -54 104 | -6,5 |
| Nord. Länder (Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark) / Pays nordiques (Suède, Norvège, Finlande, Danemark) | 562 907 | 529 939 | -32 968 | -5,9 |
| Österreich / Autriche | 412 777 | 403 871 | -8 906 | -2,2 |
| Kanada / Canada | 213 403 | 207 353 | -6 050 | -2,8 |
| Polen / Pologne | 134 238 | 134 546 | 308 | 0,2 |
| Korea (Rep.) / Corée (Rép.) | 137 376 | 106 700 | -30 676 | -22,3 |
| Tschechische Republik / République tchèque | 102 449 | 101 882 | -567 | -0,6 |
| Strategische Wachstumsmärkte / Marchés stratégiques de croissance | | | | |
| Russland / Russie | 456 995 | 454 525 | -2 470 | -0,5 |
| Spanien / Espagne | 462 132 | 447 181 | -14 951 | -3,2 |
| Golfstaaten / Pays du Golfe | 403 590 | 374 737 | -28 853 | -7,1 |
| China, inkl. Hongkong / Chine, incl. Hong Kong | 265 426 | 333 223 | 67 797 | 25,5 |
| Indien / Inde | 327 300 | 324 280 | -3 020 | -0,9 |
| Aufbaumärkte / Marchés de développement | | | | |
| Australien, Neuseeland & Ozeanien / Australie, Nouvelle-Zélande & Océanie | 255 666 | 217 320 | -38 346 | -15,0 |
| Israel / Israël | 170 456 | 161 799 | -8 657 | -5,1 |
| Brasilien / Brésil | 159 058 | 144 977 | -14 081 | -8,9 |
| Singapur / Singapour | 88 382 | 106 260 | 17 878 | 20,2 |
| Thailand / Thaïlande | 76 200 | 73 278 | -2 922 | -3,8 |
| Südafrika / Afrique du Sud | 80 286 | 60 549 | -19 737 | -24,6 |
| Taiwan / Taïwan | 48 138 | 43 577 | -4 561 | -9,5 |
| Malaysia / Malaisie | 40 708 | 35 348 | -5 360 | -13,2 |

Logiernächte in Schweizer Hotels und Kurbetrieben (nach ausgesuchten Herkunftsländern, teilweise kumuliert)

Nuitées dans les hôtels et établissements de cure suisses (par pays d'origine sélectionnés, en partie cumulées)

Quelle: BFS 2008 und 2009

Source: OFS 2008 et 2009



Die Schweizer Ausflugsschiffe fuhren 2009 einen Passagierrekord ein: Im Gegensatz zu den Hotellogiernächten entwickelte sich der Tagestourismus überaus erfreulich. Les bateaux sillonnant les lacs et cours d'eau suisses ont enregistré un record de passagers en 2009. A l'inverse des nuitées de l'hôtellerie, le tourisme à la journée a progressé.

Ermutigende Entwicklungen trotz rückläufiger Hotellogiernächte.

Im Jahr 2009 registrierten die Schweizer Hotel- und Kurbetriebe 35,6 Millionen Logiernächte (LN)*. Gegenüber 2008 bedeutet dies einen Rückgang um 1,7 Millionen LN (-4,7%).

Insgesamt gab es für den Schweizer Tourismus trotz der schwierigen Weltwirtschaftslage positive Signale. So verlangsamte sich der Rückgang der LN in der Hotellerie im Jahresverlauf von -9,5% im ersten Quartal hin zu -1% in den letzten drei Monaten. Vor allem der Heimatmarkt und die Nahmärkte wirkten stabilisierend: Die inländische Nachfrage ging mit -2,5% weniger stark zurück als die der ausländischen Gäste (-6,2%). Zeitgleich konnten die Anbieter im Bereich der Parahotellerie und des Tagestourismus von Verlagerungseffekten profitieren. Nicht zuletzt durch die stimulierende Wirkung des Impulsprogrammes schnitt der Schweizer Tourismus im europäischen Umfeld überdurchschnittlich gut ab.

* Quelle Logiernächtezahlen: BFS, Beherbergungsstatistik

Développements encourageants malgré la diminution des nuitées en hôtels.

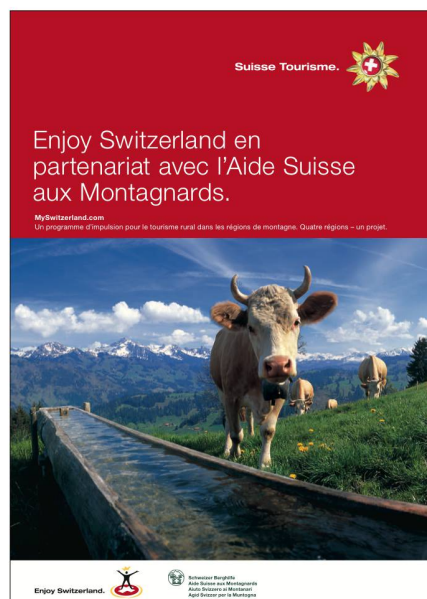
En 2009, 35,6 millions de nuitées* ont été enregistrées dans les hôtels et établissements de cure suisses, soit un recul de 1,7 million de nuitées (-4,7%) par rapport à 2008.

Malgré la situation économique mondiale difficile, le tourisme suisse a, globalement, montré des signaux positifs. Ainsi, la diminution des nuitées de l'hôtellerie a été nettement freinée, passant de -9,5% au premier trimestre à -1% au dernier trimestre de l'année. En particulier, le marché intérieur, ainsi que les marchés de proximité, ont eu un effet stabilisateur. La demande indigène a connu un recul plus faible (-2,5%) que la demande étrangère (-6,2%). Parallèlement, les prestataires de la para-hôtellerie et du tourisme à la journée ont profité d'un effet de transfert. En comparaison européenne, le tourisme suisse a réalisé un résultat supérieur à la moyenne, grâce entre autres à l'effet stimulateur du programme d'impulsion.

* Source chiffres des nuitées: OFS, statistique de l'hébergement



Yvonne Vogel, Projektleiterin «Enjoy Switzerland», engagiert sich auch für Qualitätstourismus in Bergregionen.
Yvonne Vogel, cheffe du projet «Enjoy Switzerland», s'engage également pour la qualité du tourisme dans les régions de montagne.



Vier Regionen – ein Förderprogramm.
Quatre régions de montagne à l'honneur.

«Enjoy Switzerland» in Berggebieten.

Im Rahmen von «Enjoy Switzerland» starteten ST und die Schweizer Berghilfe (SBH) ein dreijähriges Förderprogramm für den ländlichen Tourismus in Berggebieten. Aus 26 Bewerbungen erhielten Saint-Ursanne/Clos du Doubs (JU), das Safiental (GR), Moosalp/Augstbordregion (VS) und das Obere Emmental/Entlebuch (BE/LU) den Zuschlag. Seit Frühling durchlaufen sie das Entwicklungsprogramm für natur- und kulturnahen Tourismus, wobei die regionalen Projektleiter durch ST-Fachleute begleitet werden.

Das Förderungsprojekt für Bergregionen ist Bestandteil des erfolgreichen Qualitätsmanagement-Projekts «Enjoy Switzerland». Dieses richtet sich an Tourismusregionen und wird aufgrund der grossen Nachfrage weiterentwickelt und ausgebaut. Bei den Partnern hat sich die Beratungstätigkeit von ST sowohl als Qualitäts- als auch Erfolgsgarant etabliert.

«Enjoy Switzerland» pour les régions de montagne.

Dans le cadre du projet «Enjoy Switzerland», ST et l'Aide Suisse aux Montagnards (ASM) ont lancé un programme de trois ans pour la promotion du tourisme rural en montagne. Sur 26 candidatures, celles de Saint-Ursanne/Clos du Doubs (JU), du Safiental (GR), de Moosalp/Augstbord (VS) et de l'Emmental/Entlebuch (BE/LU) ont été retenues. Depuis le printemps, tous ces sites mettent en œuvre le programme de développement pour un tourisme orienté nature et culture. Les chefs de projet régionaux reçoivent le soutien de professionnels de ST.

Cette initiative de promotion du tourisme en montagne s'inscrit dans le projet de gestion de la qualité «Enjoy Switzerland». Destiné aux régions touristiques, celui-ci a rencontré une forte demande, raison de son développement actuel au-delà du cadre initial. L'activité de conseil de ST s'est établie auprès des partenaires comme gage de qualité et de réussite.



Vollgepackt mit «Schweizereien»: der Promotionskoffer.
La mallette de promotion: un petit concentré de Suisse.



ST-Projektleiter Federico Sommaruga motiviert die Auslandschweizer.
Federico Sommaruga, chef du projet pour ST, motive les Suisses de l'étranger.

Auslandschweizer werden Werber.

700 000 Schweizer leben im Ausland. 400 000 von ihnen lesen das Magazin «Schweizer Revue», interessieren sich also aktiv für ihre Heimat. Zusammen mit der Auslandschweizer-Organisation (ASO) möchte ST möglichst viele von ihnen zu «Tourismus-Botschaftern» machen, ihren Kontakt zur Schweiz fördern und sie animieren, in ihrem Umfeld mit Vorträgen, Empfehlungen und starken Botschaften für die Attraktivität ihres Heimatlandes zu werben.

Über MySwitzerland.com/aso und die «Schweizer Revue» ruft ST zum Netzwerk Schweiz auf. Bereits sind über 1000 Anmeldungen eingegangen. Die Interessierten erhalten einen Promotionskoffer mit Hintergrundinformationen samt DVD und Informationsmaterial. Auf der Registrationsseite können online Spezialangebote gebucht werden. Das spricht sich herum: Wöchentlich melden sich rund 25 neue «Botschafter» an.

Des milliers d'ambassadeurs à l'étranger.

700 000 Suisses vivent à l'étranger. 400 000 d'entre eux lisent la «Revue Suisse», témoignant ainsi d'un vif intérêt pour leurs racines. En collaboration avec l'Organisation des Suisses de l'étranger (OSE), ST souhaite faire d'eux des «ambassadeurs du tourisme», développer leurs liens avec la Suisse et les inciter à promouvoir autour d'eux l'attractivité de leur pays d'origine par le biais de conférences, de conseils et de messages forts.

ST est en contact avec le réseau des Suisses de l'étranger à travers MySwitzerland.com/aso et la «Revue Suisse». Plus de 1000 personnes ont déjà manifesté leur intérêt: elles recevront un coffret de promotion incluant DVD, brochures, posters, etc. Les pages Internet leur permettent aussi de réserver des offres spéciales. L'idée fait son chemin, car près de 25 nouveaux «ambassadeurs» s'annoncent en ligne chaque semaine!