

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus

Herausgeber: Schweiz Tourismus

Band: - (2011)

Vorwort: Editorial

Autor: Roth, Jean François / Schmid, Jürg

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: 11.01.2026

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

Editorial.



Jean-François Roth,
Präsident
Schweiz Tourismus

«Die Marktdiversifizierung vorantreiben.»

Wie wirkt sich der starke Franken auf den Tourismus aus?

Es ist frustrierend. Kaum hat der Schweizer Tourismus punkto Qualität und Wettbewerbsfähigkeit in den letzten Jahren an Boden gutgemacht, wird diese Errungenschaft durch den starken Schweizer Franken wieder vernichtet. Jetzt heisst es umso mehr, unsere Präsenz in den Zukunftsmärkten zu verstärken, um so die Diversifizierung unserer Kundschaft voranzutreiben.

Sind Sie mit den Parlamentsbeschlüssen zur ST-Finanzierung zufrieden?

Ja, denn auch wenn der von uns geforderte Budgetbetrag für 2012 bis 2015 nicht gewährt wurde, zeigen die Erhöhung gegenüber der letzten Periode sowie die Impulsprogramm-Beiträge, dass das Parlament grosses Vertrauen in ST hat. Ich bin dafür sehr dankbar.

War das Impulsprogramm 2011 nötig?

Absolut. Die vom Bund investierten 12 Millionen Schweizer Franken sowie die 4,6 Millionen Schweizer Franken von Partnern und ST verhalfen der Schweiz international zu mehr Präsenz und beeinflussten über 981 000 zusätzliche Logiernächte – damit wurde der Rückgang bei den Übernachtungszahlen klar abgedämpft.



Jürg Schmid,
Direktor
Schweiz Tourismus

«Den Mut haben, sich zu hinterfragen.»

Welcher ST-Erfolg kam für Sie 2011 überraschend?

Die international so wuchtige Verbreitung unseres authentischen «Wetterpropheten», der auf den Tag genau sagen konnte, wann der Winter Einzug hält. Mit dem schrägen Spot zur Winterkampagne haben wir Mut bewiesen und die abgetretenen Pfade verlassen. Das soll uns weiter inspirieren.

Ausgefallenes Marketing birgt aber auch gewisse Risiken...

Natürlich, und es war nicht einfach, als Facebook unsere Social-Media-Sommerkampagne «Ferien ohne Internet» kommentarlos stoppte. Aber die Beliebtheit dieser Onlinekampagne zeigt, dass Originalität und Innovationswille in den sozialen Medien den Schlüssel zum Erfolg darstellen.

Welches Image hat die Schweiz bei den Touristen?

Die Schweiz ist für Touristen nach wie vor attraktiv, aber eine repräsentative Gästebefragung hat uns die Augen geöffnet. Wichtig ist, dass wir die Gastfreundlichkeit verbessern und die Bedürfnisse und Sitten anderer Kulturen besser erkennen und darauf eingehen. Damit wir in den kommenden Jahren im Tourismus Erfolg haben, müssen wir den Mut haben, uns ständig zu hinterfragen.

