

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2014)

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: 03.04.2026

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



Jean-François Roth, Präsident Schweiz Tourismus

*«Sich trotz schwierigem Markt-
umfeld weiterentwickeln.»*

Passt die Dualstrategie von ST noch?

Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses Anfang 2015 hat tief greifende Auswirkungen auf den Tourismus. Der prozentuale Anteil der Gäste aus der Eurozone belief sich im Jahr 2014 auf 36,2 % der Übernachtungen aller ausländischen Gäste. Deshalb ist es unerlässlich, dass ST in diesen Märkten auch weiterhin aktiv bleibt. Parallel dazu muss ST die Präsenz der Destination Schweiz in Märkten ausbauen, die in geringerem Mass von der Frankenstärke betroffen sind. Entscheidend für das Ausmass der Krise wird auch der Markt Schweiz sein. Hier gilt es branchenweit geeint den geballt auftretenden Mitbewerbern zu begegnen.

Was erwarten Sie für das Jahr 2015?

Eine enorme Herausforderung: Die Branche muss in einem besonders ungünstigen wirtschaftlichen Umfeld ihre Marktanteile halten und gleichzeitig sowohl die Qualität des Angebots verbessern als auch die Innovationen vorantreiben. Aber ich bin nach wie vor zuversichtlich. Alle Akteure arbeiten Hand in Hand an der Suche nach Lösungen.

Haben Sie eine Botschaft für die Tourismusbranche, die Ihnen besonders am Herzen liegt?

Die Branche muss jetzt umso mehr kooperieren und Individualinteressen zurückstellen. Die Lage ist zu ernst und die Schweiz zu klein für Verzettelung.



Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus

*«Es braucht eine schlaue Koexistenz
von Tempo und Genuss.»*

Welches ST-Marketingprojekt hat Ihnen 2014 besonders gefallen?

Die Zusammenarbeit mit dem Fotografen Yann Arthus-Bertrand. Für unsere «Aussichten»-Kampagne hat er die Bildserie «Die Schweiz von oben» aufgenommen, die rund um die Welt grosse Beachtung fand – von Paris über Moskau und New York bis nach Rio de Janeiro. Das Projekt nahm ursprünglich in Frankreich Fahrt auf, um der Schweiz zu weltweiter Sichtbarkeit zu verhelfen.

Tourismusmarketing erlebt einen raschen Wandel. Wie nehmen Sie das wahr?

Über Social Media wird alles zunehmend vernetzter, wir müssen noch wachsamer sein und noch schneller reagieren. Das bedingt mehr Manpower. Vor allem aber sehe ich riesengrosse Chancen für smartes Marketing. Damit wir den Gast persönlich und individuell ansprechen, über jene Plattformen, die zu ihm passen. Und mit den Erlebnissen, nach denen er sucht. (vgl. «Ausblick» auf Seite 49 mit ähnlichem Inhalt)

150 Jahre Wintertourismus: Wie geht's weiter?

Die Schweiz muss auf ihren Skipisten eine schlaue Koexistenz zweier Gästebedürfnisse anstreben: Tempo einerseits, Entschleunigung und Genuss andererseits. Nur so werden wir den Golden Agers und auch Familien gerecht, die sich vermehrt nach Sicherheit auf der Piste sehnen.