

# Über uns = Notre entreprise

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2009)**

PDF erstellt am: **21.07.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://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 exkl. 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<sup>er</sup> 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	2009
			(inkl. EURO 2008)	(inkl. Impulsprogr.)
			(y.c. EURO 2008)	(y.c. prog. d'impulsion)
<b>«Vierrad-Antrieb»</b>				
<b>«4 roues motrices»</b>				
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 <sup>1</sup> 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.**
<b>Marketing- und Mitteleinsatz-Effizienz</b>				
<b>Efficacité en termes de marketing et d'emploi des ressources</b>				
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.
<b>Branchen-Zusammenarbeit</b>				
<b>Collaborations sectorielles</b>				
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

<sup>1</sup>LN = 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
<b>Aktivmärkte / Marchés actifs</b>				
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
<b>Strategische Wachstumsmärkte / Marchés stratégiques de croissance</b>				
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
<b>Aufbaumärkte / Marchés de développement</b>				
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 führen 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.

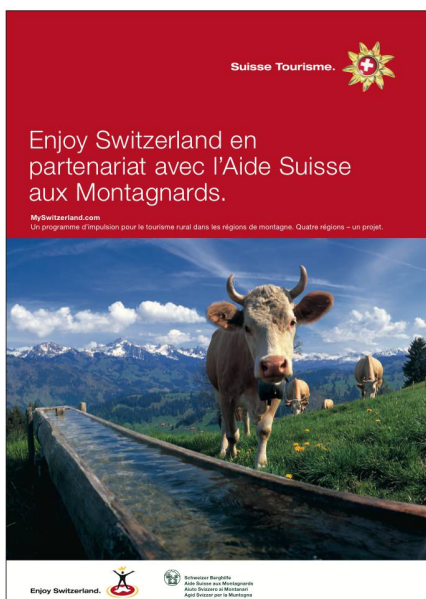
Malgré la situation économique mondiale difficile, le tourisme suisse a, globalement, montré des signaux positifs. Ainsi, la diminution des nuitées de l'hôtellerie a été nettement freinée, passant de -9,5% au premier trimestre à -1% au dernier trimestre de l'année. En particulier, le marché intérieur, 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

Our open-air  
cinema.  
MySwitzerland.com



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](http://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](http://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!