

Editorial

Autor(en): **Roth, Jean François / Schmid, Jürg**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2012)**

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.e-periodica.ch>

Editorial.



Jean-François Roth,
Präsident
Schweiz Tourismus.

«Ein wichtiger Impuls in Krisenzeiten.»

Welche Ergebnisse brachte das Impulsprogramm 2012?

Das Parlament sprach Investitionen in Höhe von 12 Millionen Schweizer Franken, hinzu kamen 0,8 Millionen Schweizer Franken von uns und unseren touristischen Partnern. Dies hat mehr als 1 Million zusätzliche Übernachtungen beeinflusst und unsere Expansion in den strategisch wichtigen Wachstumsmärkten beschleunigt.

Das Sonderprogramm 2013–2015 wurde vom Parlament abgelehnt.

Ja, um wenige Stimmen. Es hätte massgeblich die Märktediversifikation vorantreiben sollen. Ende März 2013 haben wir dem Seco einen ausführlichen Bericht über die Impulsprogramme vorgelegt, die ST seit 2009 unterstützt haben.

Lässt sich bereits etwas zur Wirkung dieser Impulsprogramme sagen?

Die Resultate zeugen klar von der Schlagkraft dieser Investitionen. Die einzelnen Impulsprogramme erlaubten eine nachhaltige Stärkung unserer Präsenz in China, Indien, den Golfstaaten und in Südostasien. Dadurch konnte die Destination Schweiz wichtige Marktanteile gewinnen.



Jürg Schmid,
Direktor
Schweiz Tourismus.

«Diese Dualstrategie ist unumgänglich.»

Welches war 2012 die grösste Herausforderung für ST?

Zweifellos der Spagat, zu dem uns der starke Schweizerfranken und die angespannte Konjunktur in Europa zwingen. Wir mussten die umfassenden Marketingaktivitäten in Europa und den USA aufrechterhalten und gleichzeitig unsere Präsenz auf den vielversprechenden Fernmärkten ausbauen. Diese Dualstrategie ist unumgänglich und zugleich eine grosse Herausforderung.

Welches ist Ihrer Ansicht nach der positivste Trend des Jahres?

Unsere geografische Diversifikation trägt Früchte. In der Schweiz liegt das Wachstum der Übernachtungen von Touristen aus China, Indien, Russland und den Golfstaaten deutlich über der Zunahme, die unsere europäischen Mitbewerber in den letzten fünf Jahren für Touristen aus diesen Ländern verzeichneten (S. 15).

Und der unerfreulichste Trend?

Dass wir in Deutschland über das gesamte Jahr ohne Anzeichen einer Erholung zurückgefallen sind. Zwischen 2009 und 2012 gingen die Übernachtungen unserer deutschen Gäste um 25 Prozent zurück. Es wird 2013 zu unseren wichtigsten Herausforderungen gehören, diesen Trend umzukehren.

