

Editorial

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

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2013)**

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>



Jean-François Roth, Präsident Schweiz Tourismus

«Positive Perspektiven für die Branche.»

Welche Bilanz ziehen Sie für 2013?

2013 markiert einen Wendepunkt. Nach zwei Jahren, die von der Frankenstärke geprägt waren, zeichnet sich aus den Nahmärkten tendenziell eine Rückkehr zum Wachstum ab. Parallel dazu war die Steigerung der Hotellogiernächte aus den strategischen Wachstumsmärkten ausgezeichnet. Die Perspektiven der Branche haben sich global verbessert.

In welchen Bereichen war der Tourismussektor besonders leistungsstark?

Trotz der anspruchsvollen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hat sich das Investitionsvolumen gehalten. Im Bereich Infrastrukturen wurden dieses Jahr bedeutende innovative Meilensteine gesetzt. Darüber hinaus haben die Leistungsträger als Antwort auf den starken Schweizer Franken neue Preismodelle entwickelt und die Zusammenarbeit untereinander verstärkt.

Eine Chance, die die Tourismusbranche nutzen sollte?

Nähe, Sicherheit, ideale Umweltbedingungen für leichte körperliche Betätigungen, eine breite Palette an Wellnessangeboten: Die Schweiz bietet alles, was erforderlich ist, um eine immer grösser werdende Zielgruppe im westeuropäischen Raum zu begeistern – die aktiven Best Agers.



Jürg Schmid, Direktor Schweiz Tourismus

«Die Frankenstärke beschäftigt uns weiterhin.»

Braucht jede Sommerkampagne ihr Thema, wie die «Lebendigen Traditionen»?

Unbedingt! Ein Schwerpunktthema erregt nicht nur international mediale Aufmerksamkeit, sondern gibt auch Gelegenheit, die Stärken der Anbieter gezielt hervorzuheben. Die originellen Erlebnisangebote des Jahres 2013 haben dazu beigetragen, dem Publikum unsere Traditionen näherzubringen und die Nachfrage für solche Produkte nachhaltig zu steigern.

Welcher Markt hat dieses Jahr für Überraschung gesorgt?

Das Vereinigte Königreich. Mit einem Anstieg der Hotelübernachtungen von sechs Prozent schaffte dieser Markt sehr schnell den Turnaround. Trotzdem wird es sehr lange dauern, bis wir das Niveau von 2008 wieder erreicht haben werden.

Beschäftigt Sie die Frankenstärke weiterhin?

Ja, obwohl der Schweizer Tourismus in Europa die Talsohle erreicht hat und in die Erholungsphase eintritt. Dabei ist die Dualstrategie von ST, die sich sowohl auf Investitionen in traditionelle Märkte als auch auf die verstärkte Erschliessung neuer Märkte stützt, von entscheidender Bedeutung.