Gemeinsam mehr bewirken

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): **- (1999)**

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-630042

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

Gemeinsam mehr bewirken.

1999 sind politisch wichtige Entscheide gefallen. Im Juli wurde neu das Staatssekretariat für Wirtschaft seco gegründet. Die Tourismusbranche, die in den Bereich Standortförderung, unter der Leitung von Botschafterin Dr. Barbara Rigassi, fällt, kann auf eine konstruktive Zusammenarbeit im Sinne der bewährten partnerschaftlichen Tradition zählen. Schweiz Tourismus konnte Bundesrat und Parlament überzeugen, dass nur eine bedeutende Finanzhilfe des Bundes gewinnbringendes Marketing für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz ermöglicht. Sie sprachen im Dezember einen Fünfjahresbeitrag von 190 Millionen Franken für die Finanzperiode 2000 bis 2004. Schweiz Tourismus wird die Mittel gezielt einzusetzen wissen, zum Nutzen der gesamten Schweizer Tourismusbranche und Volkswirtschaft sowie natürlich zum Wohl der Gäste aus aller Welt.

Der Schweizer Ferientag: Gemeinsam Mittel bündeln und agieren.

Einmal pro Jahr findet der von Schweiz Tourismus organisierte Schweizer Ferientag statt. Er stellt eine unerlässliche Dialog-Plattform für alle am Tourismus beteiligten Entscheidungsträger dar. Gemeinsam wird die strategische Stossrichtung für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz festgelegt. 500 Teilnehmer aus Tourismus und Wirtschaft verfolgten am Schweizer Ferientag am 9. und 10. April 1999 in Freiburg die Präsentationen von Schweiz Tourismus zur Ausrichtung des Marketings. Der US-Star-Referent Philip Wolf, PhoCusWright, Inc., überzeugte mit seinen Thesen zu «Destination Marketing in a Wired World».

Neu fanden Länderworkshops statt: Schweiz Tourismus stellte Marktbearbeitungskonzepte vor, die im Voraus mit Branchenpartnern definiert wurden. Es folgte der Dialog mit den Workshop-Teilnehmern über Produktprioritäten, Gewichtung der Marketinginstrumente und den Mitteleinsatz. Die Erkenntnisse aus den Gesprächen dienen als Grundlage für die gemeinsamen Aktivitäten.

Die Kooperationsfreudigkeit der Partner hat zugenommen. Schweiz Tourismus konnte 1999 die Marketingeinnahmen im Vergleich zum Vorjahr um 2 400 000 Franken auf 12 863 152 Franken steigern.

Touristisches Gipfeltreffen.

Der Schweizer Tourismusrat, dem zurzeit 36 Entscheidungsträger aus Tourismusbranche und Wirtschaft angehören, tagte am 17. November 1999 in Bern. Der jährlich durchgeführte Anlass schafft Gelegenheit, mit dem Vorstand und der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus über die Zukunft des Tourismus in der Schweiz zu diskutieren. Das Thema der Tagung lautete «Den Kunden im Visier – vom Kundeninteresse zur Buchung». Die Ergebnisse der Diskussionen fliessen in die rollende Planung 2001–2003 ein.

www.STnet.ch

Die neue, interaktive Kommunikations- und Informationsdaten-Plattform www.STnet.ch wird innerhalb der Branche rege genutzt. Die touristischen Leistungsträger finden hier unter anderem die Marketingaktivitäten aller Märkte, die Planung, Statistiken und Marktstudien, News, Medien-Mitteilungen oder Neuigkeiten der Destinationen. Der Teil DataNetwork umfasst die Eingaben von Seiten der Partner für Wintersportbericht, Infrastrukturverzeichnis und Veranstaltungkalender, die wiederum von Kunden weltweit via verschiedene Kanäle abgerufen werden können.

Qualitätsbewusste Branche.

«Qualität ist wie Demokratie: Es gibt sie nur, wenn alle mitmachen!»

Schweiz Tourismus macht mit. Vor fünf Jahren initiierte Schweiz Tourismus ein umfassendes Programm zur Steigerung der Qualität im Schweizer Tourismus. Das vor rund zweieinhalb Jahren gemeinsam mit den wichtigsten touristischen Dachverbänden lancierte Projekt «Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus» stösst auf grosses Interesse. Über 2000 ausgebildete Qualitäts-Coaches und rund 500 verliehene Gütesiegel kann die Tourismusbranche zurzeit vorweisen.

Schweiz Tourismus geht mit gutem Beispiel voran: Für die Bereiche im eigenen Hauptsitz konnte das Gütesiegel der Stufe 1 entgegengenommen werden. Im Frühjahr 2000 steht die Auszeichnung des internationalen Gesamtunternehmens auf dem Programm.

Bei der Stufe 1 des Qualitäts-Gütesiegels liegt das Schwergewicht bei der Servicequalität. Für die Umsetzung sind ausgebildete betriebsinterne Qualitäts-Coaches verantwortlich.

Die Stufe 2 konzentriert sich auf die Führungsqualität. Die Vergabe des Gütesiegels beruht hier, im Gegensatz zu Stufe 1, zusätzlich auf externer Kontrolle.

Kooperationen auf allen Ebenen.

Schweiz Tourismus sucht nicht nur auf touristischer Ebene eine enge Zusammenarbeit mit Partnern. Auch mit anderen Wirtschaftsvertretern werden Kooperationen eingegangen. Die positiven Erfahrungen mit Bucherer, Swissair und SBB ermutigten Schweiz Tourismus, nach weiteren Partnern Ausschau zu halten. Mit Swisscom und Swiss Dairy Food konnten neue Vereinbarungen unterzeichnet werden, die allen Beteiligten Gewinn bringen werden.

swissair

BUCHERER

SBB CFF FFS

swisscom

swiss dairyfood