

# Das touristische Jahr 1996 könnte mit Recht [...]

Autor(en): **Hartmann, Marco**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(1996)**

PDF erstellt am: **15.08.2024**

## **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.



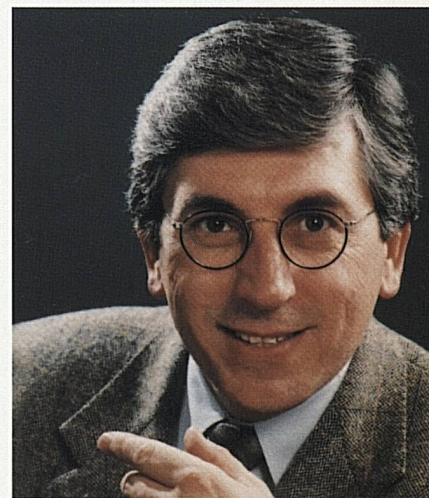
Das touristische Jahr 1996 könnte mit Recht als ein Jahr der enttäuschten Hoffnungen bezeichnet werden. Rückläufige Gesamteinnahmen und Übernachtungszahlen sowie der Verlust an Marktanteilen kennzeichnen das touristische Geschäft in der Schweiz – dies in einer Zeit, in welcher der Reisemarkt weltweit als Wachstumsbranche gilt. Niemand wird es bestreiten: Die Globalisierung der Wirtschaft und veränderte Rahmenbedingungen haben neue Markt- und Wettbewerbsverhältnisse geschaffen sowie Veränderungen im Konsumverhalten bewirkt. Die Aussichten für die gesamte Schweizer Tourismusbranche sind verhalten. Zwar zeichnete sich zu Jahresende ein heller Lichtstreifen am Horizont ab. Die Wintersaison 96/97 nahm einen erfreulichen Anfang. Die klimatischen Bedingungen und die Entlastung seitens der Währungsfront wirken sich zu unserem Vorteil aus. Kursverbesserungen allein helfen jedoch längerfristig nicht über die Hürden hinweg, mit denen sich das Reiseland Schweiz konfrontiert sieht. Günstige Rahmenbedingungen geben uns aber den notwendigen Rückenwind, um mit Schwung die Zukunft anzupacken.

1996 stand für Schweiz Tourismus im Zeichen zahlreicher Neuerungen und Anpassungen an die veränderten Marktgegebenheiten. Dabei haben wir uns nicht gescheut, kritisch zu hinterfragen, wie wir uns als internationale Marketingorganisation besser auf die fordernden

Rahmenbedingungen einstellen und marktgerechter auftreten können. In der Überzeugung, dass mit «Business as usual» der Umschwung nicht zu schaffen ist, haben wir notwendige Veränderungen angepackt und neue Schwerpunkte gesetzt. Die rollende Drei-Jahres-Mittelfristplanung legt den Kurs fest: Der Rückgang der touristischen Einnahmen und Übernachtungen muss raschmöglichst gestoppt und mittelfristig wieder auf Wachstumskurs gebracht werden. Wir müssen unser Handeln verstärkt auf nachweisbar nachfragewirksame Aktionen ausrichten, noch mehr fokussieren und dabei flexibel und lernfähig bleiben. Im Marketing ist der Akzent von der Imagepflege für die Marke Schweiz zu verlegen auf die Entwicklung und Promotion qualitativ und preislich marktgängiger Angebote für Schweiz-Reisen, -Ferien und -Kongresse sowie auf die Vereinfachung der (elektronischen) Buchungswege.

Wir sind weiter stark gefordert, um einen nachhaltigen Umschwung im Schweizer Tourismus in Gang zu bringen. Einiges ist schon erreicht, noch mehr werden wir im gemeinsamen Engagement mit unseren Partnern aus Tourismuswirtschaft und öffentlicher Hand in Zukunft erreichen. Wir danken allen für die beharrliche und engagierte Zusammenarbeit.

Marco Hartmann



Marco Hartmann

Direktor Schweiz Tourismus