

Volumenziel

Steigerung von Auslastung, Logiernächten, Frequenzen.

Qualitätsziel

Förderung Qualitätstourismus.

Kundenziel

Begeisterte Gäste.

Wertschöpfungsziel

Durchsetzung margenfähige Preise/Wertschöpfung und hoher RevPAR (Revenue per available room).

Regionalpolitisches Ziel

Stärkung Erwerbszweig auch in peripherer Lage.

Vision.

Im Schweizer Tourismus herrscht eine landesweite Prosperität vor. Leuchttürme mit internationaler Strahlkraft sowie die kleinen, feinen Tourismusanbieter sichern sich Margen und dadurch Erneuerungskraft.

Mission.

ST stimuliert ein nachhaltiges Reisebegehren nach dem Ferien-, Kongress- und Reiseland Schweiz mit dem Fokus der Neugästegewinnung.

Leitbild.

ST ist ein dynamisches, international erfolgreiches Marketing-Unternehmen. Mit professionellen Partnern vereinbart ST selbstbewusst ambitionierte Zielsetzungen.

Unternehmensphilosophie.

ST strebt eine dynamische Team-Atmosphäre an und ist offen für Neues und Unkonventionelles. Unternehmerisches Denken und Handeln führen zu einer ausgeprägten Zielorientierung und dem Streben nach touristischem Erfolg.

Marketingstrategie

ST erwirkt mit einem mutigen und kreativen Marketing die Aufmerksamkeit der Gäste für die Tourismusschweiz.

Märktestrategie

ST unterhält Niederlassungen in den relevanten Märkten. Sie erschliessen Kommunikations- und Vertriebskanäle.

Kooperationsmodelle

ST bündelt die Mittel und koordiniert die Marketingaktivitäten der Branche zur gezielten Gästeneugewinnung.

Leadership-Credo

ST denkt und handelt vorausschauend und identifiziert frühzeitig Trends, Entwicklungen und Innovationspotential.