Grenzen? : kennen wir nicht

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): **- (1997)**

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-630044

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

Grenzen? Kennen wir nicht.

Schweiz Tourismus konzentriert sich auf die Märkte mit dem grössten Potential bezüglich Gästeaufkommen und Umsatzmöglichkeiten. Wichtigster Markt bleibt die Schweiz selbst, gefolgt von Deutschland, den übrigen europäischen Ländern, Nordamerika, Asien und weiteren Zukunftsmärkten.

In den wichtigsten Ländergruppen ist Schweiz Tourismus mit eigenen Marketingteams oder Mandaten präsent. Zum Aufgabenbereich in den einzelnen Märkten gehören die professionelle Betreuung der Kunden, die zielgerichtete Medienarbeit und die aktive Bearbeitung des Reisefachs. In den übrigen Märkten mit Potential intensiviert Schweiz Tourismus die Zusammenarbeit mit Handelsdelegierten der Schweizer Botschaften. Aufgrund gezielter und günstiger Standortwahl konnte der Einsatz der Mittel für das Schweiz Tourismus-Aussenstellennetz innerhalb der letzten drei Jahre um 2 Mio. Franken gesenkt werden.

Neue Strukturen im weltweiten Marketingnetzwerk.

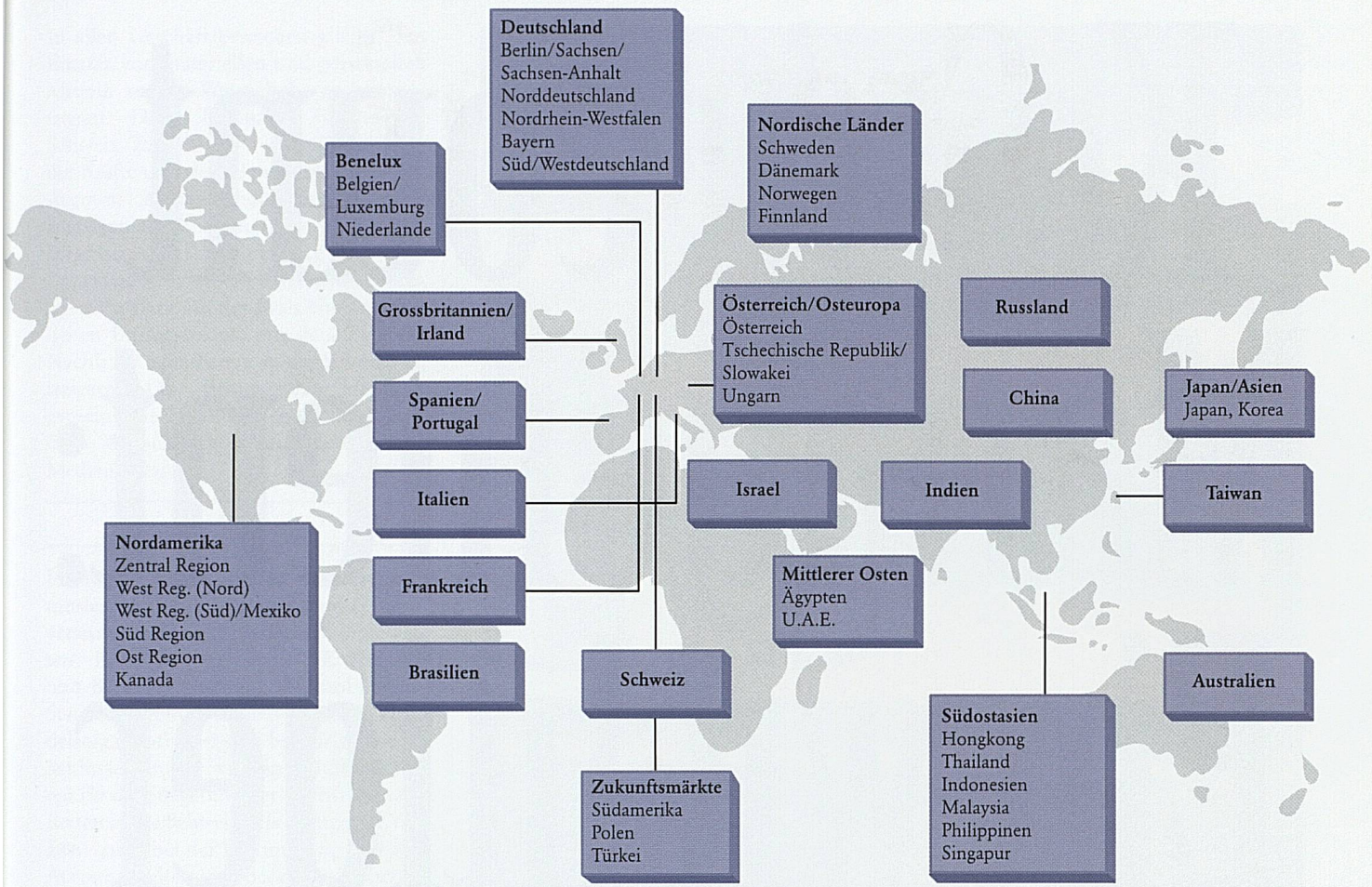
Schweiz Tourismus hat in London ein eigenes kommerzielles «Reisebüro» eröffnet: Das Switzerland Travel Centre STC verkauft seit 1. Juni 1997 als Schweiz Tourismus-Incoming-Reisebüro den Briten Schweiz-Packages. Auf der Iberischen Halbinsel arbeitet Schweiz Tourismus seit Anfang April 1997 auf Mandatsbasis mit Sergat SA in Barcelona zusammen. In den Nordischen Ländern und in Taiwan wurde im Jahr 1997 intensiv auf die Mandatsvergabe 1998 hin gearbeitet.

Zusammenarbeit mit dem Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten EDA.

In Ländern mit wachsendem Potential für Auslandreisen, in welchen Schweiz Tourismus weder eine eigene Vertretung noch ein Mandat hat, setzen sich in Zukunft lokale Handelsdelegierte dafür ein, neue Gästepotentiale zu entdecken und das Volumen von Reisen in die Schweiz zu erhöhen. Eine Arbeitsgruppe mit Vertretern der OSEC, Schweiz Tourismus, des Bundesamtes für Arbeit und Wirtschaft BWA, des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten EDA und des Bundesamtes für Aussenwirtschaft BAWI, unter dem gemeinsamen Vorsitz von BAWI und EDA, hat im September 1997 ein Pilotprojekt in Brasilien verabschiedet, welches die möglichen touristischen Kerndienstleistungen der Handelsdelegationen prüft.

«Switzerland Network Convention».

«Switzerland Network» ist ein gutes Beispiel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit ausländischen Vertretern des Reisefachs. Mit «Switzerland Network»



beschreitet Schweiz Tourismus im Markt Nordamerika seit einem Jahr neue Wege. Ziel ist es, die Absolventen eines zweistufigen Ausbildungsprogramms zu kompetenten und hochqualifizierten Reiseagenten auszubilden, neue Distributionskanäle für Schweizer Anbieter zu öffnen, die Ferien-Marke Schweiz im nordamerikanischen Raum stärker zu positionieren und schliesslich die Anzahl der Reisen in die Schweiz zu steigern.

Vom 15. bis 22. September 1997 haben sich 120 ausgewählte nordamerikanische Reisefachleute nach bestandenem ersten Teil des Ausbildungsprogrammes (intensives Heimstudium mit Abschlusstest) für den zweiten Teil in der Schweiz aufgehalten. Die Ausbildung vor Ort beinhaltete nebst einer individuellen Studienreise die Teilnahme an der «Switzerland Network Convention». Diese Tagung, vom 16. bis 18. September 1997 in St. Moritz durchgeführt, bildete die Plattform für Workshops und Gespräche mit Schweizer Anbietern.

Erfolgreiche Absolventen werden als Schweiz-Spezialisten im «Switzerland Network» aufgenommen.

«Switzerland Network» ist eine Erfolgsstory. Absolventen des innovativen Lehrganges erzielten 1997 über 11000 zusätzliche Übernachtungen. Die Ausbildung wurde in Nordamerika als das beste Loyalitätsprogramm einer Ferien-Destination genannt. Die Buchungen für Schweiz-Reisen bei den teilnehmenden Reisebüros haben sich in kurzer Zeit verdreifacht.

«Seit 1983 bin ich im Reisegeschäft tätig. Dieser Kurs ist das beste Training, das ich bis heute erlebt habe!» (Ms. Elli O'Toole, Edelweiss Travel, South Lake Tahoe, California).

«Innerhalb meiner 20jährigen Tätigkeit als Reiseagent war dies das informativste und genussreichste Ausbildungsprogramm. Danke!» (Mr. Varoujan Meneshian, American Express, Los Angeles, California).

«Switzerland Travel Experience STE».

Ziel von «Switzerland Travel Experience STE» ist es, gemeinsam mit Schweizer Partnern in potentiellen und bestehenden Märkten die Schweiz als Ferien- und Reiseland vorzustellen und Kontakte zu bedeutenden Touroperators und Medienverantwortlichen zu knüpfen.

Im November 1997 besuchte eine Delegation von Schweizer Tourismusverantwortlichen unter der Leitung von Schweiz Tourismus während zwei Wochen Indien und China. Mit Präsentationen, Workshops und Empfängen konnte sie die Schweiz den lokalen Vertretern der Reisebranche sowie der Medien besser bekannt machen. Die Anlässe wurden in enger Zusammenarbeit mit Swissair organisiert. Mit 400 bzw. 450 Besuchern aus der indischen und der chinesischen Tourismusbranche waren die Anlässe ein voller Erfolg.

«Die Götter haben es gut mit der Schweiz gemeint: alle Schönheiten der Welt sind in diesem Land» (Jiang Hua, Direktorin International, CNTA).

Messen.

Schweiz Tourismus garantierte auch 1997 ideale Auftrittsplattformen für die Partner bei den bedeutendsten internationalen Messen. Zahlreiche Fach- und Publikumsmessen unterschiedlichster Ausprägung standen auf dem Programm: zum Beispiel ITB Berlin, BIT Milano, MITCAR Paris, WTM London, Vakantie Utrecht, EIBTM Geneva, MITT Moskau oder IT&ME Chicago.