Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (1999)

Artikel: Die Schweiz - von neuen Seiten
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-630135

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Die Schweiz – von

Treffpunkt.

In Zusammenarbeit mit dem Switzerland Convention & Incentive Bureau SCIB vermarktet Schweiz Tourismus die Schweiz als Kongress-, Tagungs- und Incentiveland.

Das Kundenbindungs- und Loyalitätsprogramm «Switzerland Conference & Incentive Club» wurde 1999 intensiviert. Schweiz Tourismus betreut aktiv Kongress-, Tagungs- und Incentivekunden insbesondere in Deutschland, Grossbritannien, Benelux, Frankreich, Nordamerika und den Nordischen Ländern. Kundenbesuche, Workshops, Fachmessen und Studienreisen gehören ins Leistungspaket. Professionelle Beratung und Vermittlung von massgeschneiderten Angeboten erleichtern die Entscheidung, wichtige Meetings in der Schweiz stattfinden zu lassen.

Ein geschätztes Marktpotential von vier Millionen Übernachtungen und ein touristischer Umsatz von zwei Milliarden Franken machen ein verstärktes Marketing im Bereich Businessreisen auf jeden Fall lohnend. Pro Jahr sollen 150 000 zusätzliche Übernachtungen beziehungsweise 75 Millionen Franken Umsatz ausgelöst werden.

Stadt-Lichter.

Schweiz Tourismus setzt stark auf Feriengefühle. Und will dabei den Charme der Schweizer Städte niemandem vorenthalten. Im Dezember 1999 haben sich 25 Schweizer Städte zur Vereinigung Swisscities zusammengeschlossen. Mit dem Ziel, Synergien zu aktivieren, erarbeiten sie unter der Ägide von Schweiz Tourismus ein gemeinsames

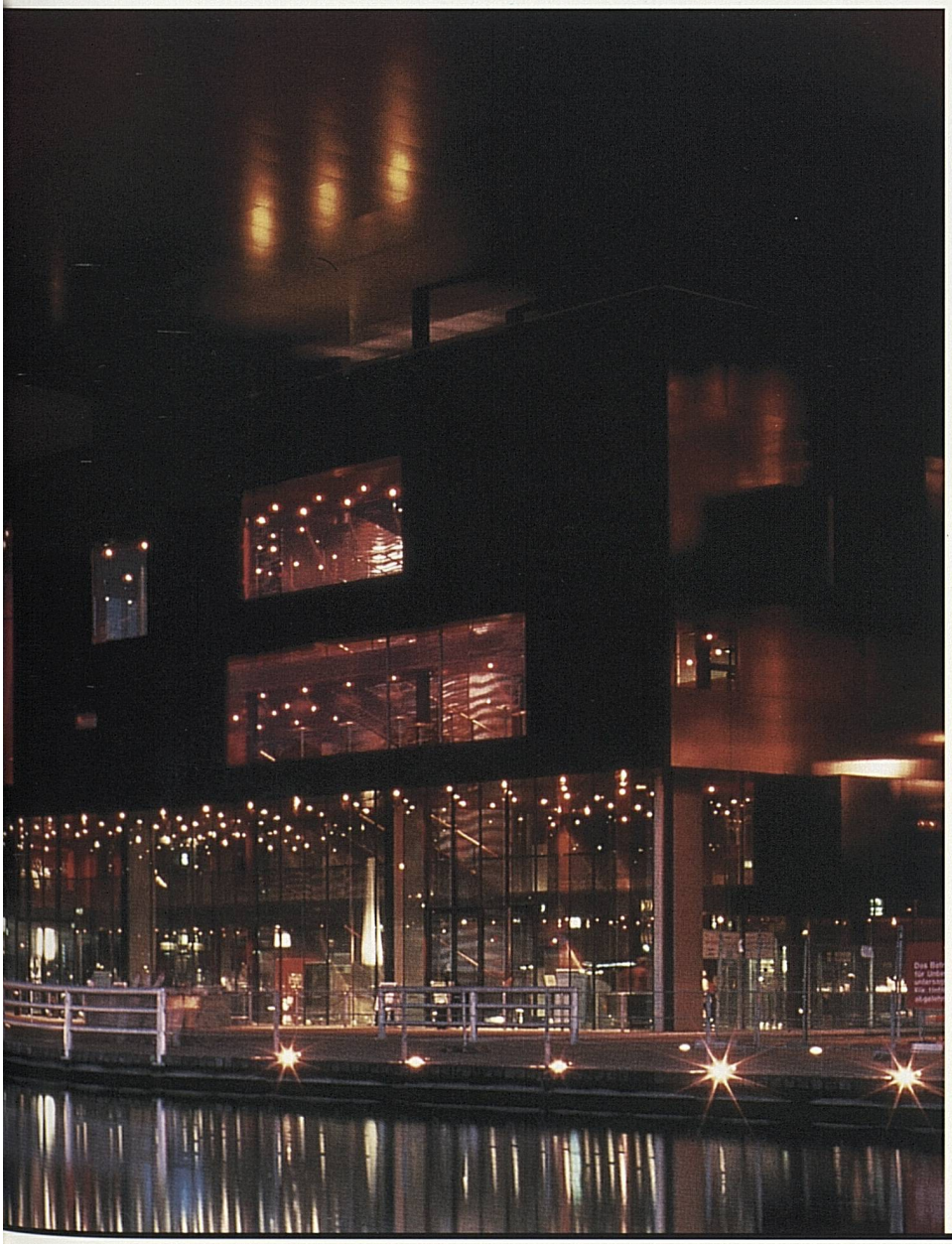
neuen Seiten.

Marketingkonzept für die Promotion der Städtereisen. Sie sind im neuen Web-Auftritt von Schweiz Tourismus prominent vertreten. Aktuelle Angebote der Städte werden laufend aufgeschaltet. Im Frühjahr 2000 wird dem Reisemagazin «Globo» eine Spezialbeilage über Schweizer Städte beigefügt.

The Best.

In kurzer Zeit die bekanntesten Sehenswürdigkeiten und Orte der Schweiz besuchen, das wollen Gäste, die aus weiter Ferne anreisen. Mit Best of Switzerland will Schweiz Tourismus einerseits mehr Gäste in die Schweiz bringen, anderseits Anreize für eine längere Aufenthaltsdauer schaffen.

Für den Gast bleibt die Broschüre «Welcome to the Best of Switzerland» das ideale Mittel, um in kompakter Form die wichtigsten Informationen über das Ferien- und Reiseland Schweiz zu erhalten. Die Broschüre, mit der Schweiz Tourismus die attraktiven Markenzeichen der Schweiz bewirbt, ist für das Jahr 2000 in 15 verschiedenen Sprachen neu aufgelegt worden.



Fun & Action.

Die Schweiz liegt als Feriendestination insbesondere bei Jugendlichen in der Schweiz, in Deutschland und England voll im Trend. Angesprochen werden die Jugendlichen durch ihr bevorzugtes Medium – das Web: Ein Mausklick genügt, um die coolsten Angebote zu überblicken. Die immer wieder aktualisierten Arrangements für Trendsportarten, Events und City-Trips sind dem jugendlichen Budget angepasst.
Mit Euro < 26, den Schweizer Jugendherbergen und der Firma Rollerblade hat Schweiz Tourismus Marketingkooperationen aufgebaut, die den Kontakt zu den Jugendlichen optimieren.

Ziel von Schweiz Tourismus für die Produktegruppe Jugend ist eine Steigerung von 14 000 Logiernächten pro Jahr.

Wohlgefühl.

Wieder einmal so richtig ausspannen? Schweiz Tourismus bietet mit 43 Wellnesshotels und 5 Bädern für jeden Geschmack und jedes Budget eine grosse Auswahl an Wohlfühl- und Gesundheitsprogrammen.

Der Katalog «Wellnessferien» wurde für das Jahr 2000 neu ergänzt mit den Swiss Golf Hotels. Auf verschiedenen Plätzen können sowohl Anfänger wie auch Könner individuell oder mit einem erfahrenen Golfprofitrainer spielen. Die Kooperation mit der Swica-Gesundheitsorganisation wird auch im Jahr 2000 weitergeführt. Eine gemeinsame Aktion im 1999 erzielte 10 000 zusätzliche Übernachtungen.

Sommer-Freuden.

Natur pur, sportliches Abenteuer und Kulturgenuss – das bietet der Schweizer Sommer. Entdeckungsreisen zu Fuss, vom Bergsteigen bis zum Spaziergang am Seeufer, Spass und Abenteuer beim

Inline-Skating oder River Rafting, Velotouren durch die abwechslungsreiche Landschaft der Schweiz, Kultur in charmanten Dörfern und pulsierenden Städten, Familienferien inklusive Action und Entspannung: Der Katalog «Sommerferien» enthielt viele Ideen und Angebote von 50 Schweizer Ferienorten.

Auf Rad und Rädchen.

Das 1998 eröffnete Veloland Schweiz mit neun untereinander verknüpften Radwanderrouten von total 3300 Kilometern Länge war auch 1999 eines der beliebtesten Ferienangebote. Unkomplizierte Anreise und entspannten Ablauf der Ferien garantiert der Velomiet- und Transportservice. Arrangements mit bequemem Gepäcktransfer sind auf dem Internet abrufbar und können direkt gebucht werden.

Schweiz Tourismus ist gemeinsam mit Partnern und Sponsoren zuständig für die Gesamtkoordination und Umsetzung des Marktingprogrammes für das Veloland Schweiz. Im November 1999 wurde Veloland Schweiz in Solothurn für sein exemplarisches Service Design mit dem «Design Preis 99» ausgezeichnet.

Ein besonderes Freiheitsgefühl in den reizvollen Hügel- und Seenlandschaften der Schweiz verschafft das Inline-Skating. Attraktive Strecken gibt es in allen Längen und Schwierigkeitsgraden. Schweiz Tourismus bewirbt das weite Tourennetz und die Vielzahl von Skateparks als Eldorado für Inline-Skater.

Schnee-Treiben.

Steile Hänge für sportliche Pistenfahrer, sanfte Kuppen für Ein- und Umsteiger in traditionelle und trendige Schneesportarten. Stille Täler für Winterwanderer und Geniesser. Schneeferien sind in der Schweiz angesagt.

Dass die Natur auch in der Schweiz zu respektieren ist, lehrte der Winter 1999. Durch die riesigen Schneemengen und die damit verbundenen Lawinenniedergänge waren zahlreiche Winterferienorte und ihre Gäste während Tagen von der Aussenwelt abgeschnitten. Schweiz Tourismus hat die sachliche, wahrheitsgetreue und aktuelle Information der Öffentlichkeit in dieser Ausnahmesituation sichergestellt.

Ausländische Medien und Vertreter des Reisefachs konnten sich vor Ort von den Sicherheitsmassnahmen und der nach wie vor bestehenden Attraktivität der Wintersportregionen überzeugen.

Im März startete Schweiz Tourismus eine gezielte Werbekampagne. Konkrete Angebote warben für Frühlingsfreuden bei hervorragenden Schneeverhältnissen in den Bergen und für Osterpauschalen in tieferen Lagen.

Mit der Switzerland Snowsport Show eröffnete Schweiz Tourismus zusammen mit dem Schweizerischen Ski-Verband und weiteren Partnern am 23./24. Oktober 1999 in Lausanne den ersten Winter des neuen Millenniums.

80 000 begeisterte Besucher und 70 Medienschaffende aus dem In- und Ausland verfolgten das aufregende Wintersportgeschehen mitten in der Altstadt. Das Ziel des Veranstalters, aufzuzeigen, dass Winterferien in der Schweiz Spass und Freude machen und dass verschiedene Schneesportarten nebeneinander ausgeübt werden können, wurde erreicht. In den Printmedien in der Schweiz, Deutschland und Frankreich hat Schweiz Tourismus intensiv für Winterferien geworben. Attraktive Kurz- und Wochenpauschalen aus 40 Orten und Regionen, online buchbar, wurden im Katalog «Schneeferien» präsentiert. Mit Partnern führte Schweiz Tourismus über 100 Medien- und Reisefachreisen in verschiedene Schweizer Wintersportregionen durch.

Für das Winterhalbjahr 1999/2000 will Schweiz Tourismus direkt messbar 350 000 zusätzliche Logiernächte erzielen.

Aufgeschient.

Die Produktegruppe Öffentlicher Verkehr, die Bahn, Postauto und Schiff umfasst, nimmt einen wichtigen Stellenwert im Sortiment von Schweiz Tourismus ein. Der öffentliche Verkehr in der Schweiz ist mehr als nur Transportmittel. Die attraktiven Ausflugsmöglichkeiten und das komfortable Reisen sollen in Zukunft als Differenzierungsmerkmale deutlich hervorgehoben werden. Schweiz Tourismus integriert zukünftige Grossprojekte mit internationaler Ausstrahlung in ihr globales Marketing: Das Besuchermarketing für die Landesausstellung Expo.02 wird weiterentwickelt und die Zusammenarbeit für die Ski-Weltmeisterschaften 2003 in St. Moritz verstärkt.