Städte

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): **- (2011)**

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Nutzungsbedingungen

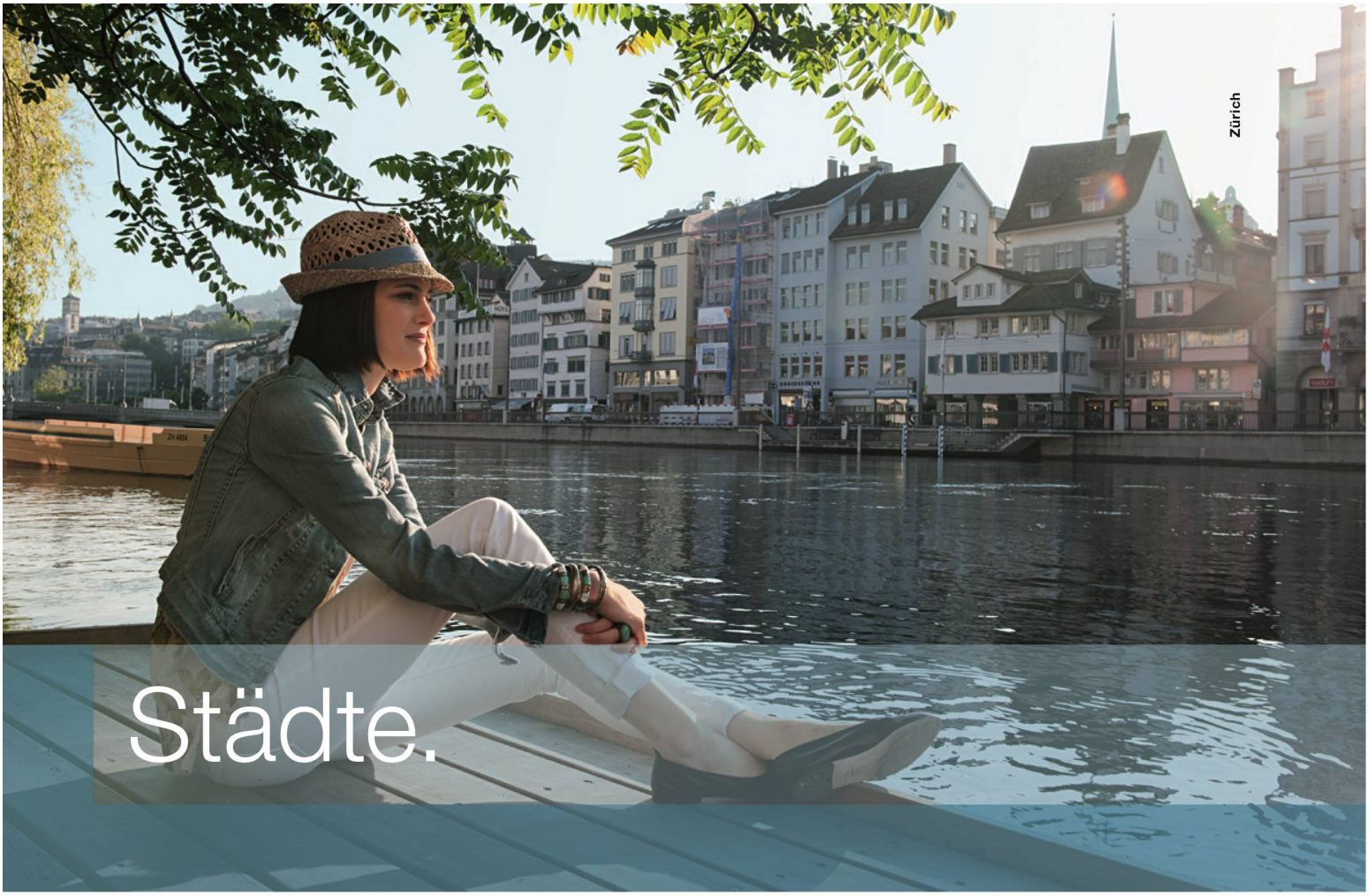
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Städte.

Urban, verwurzelt und frisch.

Schweizer Städte bringen internationales Flair und lokal verwurzelte Kultur zusammen – das verspricht höchste Lebensqualität vor erfrischend grüner Kulisse.

Die Lage an Seen, Flüssen oder im Grünen, die Anbindung ans einzigartige Bahnverkehrsnetz, die erlebbare Geschichte, das einmalige Angebot für Kunst, Architektur, Events, Shopping und Design: Um den Qualitäten der Schweizer Städte Rechnung zu tragen, rückte sie ST innerhalb ihrer Sommerkampagne ins Zentrum der Aufmerksamkeit.

Hauptpartner der Städtekampagne:

Basel Culture Unlimited. · BERN · GENÈVE EINE WELT FÜR SICH · Lausanne OLYMPIC CAPITAL · LUGANO swiss mediterranean style · LUZERN · St.Gallen Bodensee explore enjoy learn · ...winterthur... · zürich

Promotion

Mehr als nur Berge. Viel mehr.

International Sebi und Paul, die Steinträger aus dem ST-Sommer-Spot 2010, zeigen, dass die Schweiz nicht nur Berge zu bieten hat: Im prämierten Städte-TV-Spot (Seite 43) entdecken sie eine Schweizer Stadt in all ihren Facetten, Schmunzeln inklusive. Der Spot wurde auf Youtube und Dailymotion knapp 500 000 Mal angeschaut – zweieinhalbmal mehr als erhofft – und erreichte weltweit 192 Millionen Fernsehzuschauer.

Vierrad-Antrieb.

Zahlen und Fakten.

Städte	2011	2010
Budget	CHF 10,2 Mio.	CHF 9 Mio.
Anteil am Gesamtbudget	10,8 %	10,7 %
Zielmärkte	BE, CH, DE, ES, FR, IT, RU, UK, US (mit CA)	
Distribuierte Exemplare von Broschüren	4 Mio.	2,7 Mio.
Teilnehmer an ST-Medienreisen	332	320
Medienkonferenzen im In- und Ausland	24	14
Medienkontakte (Leser, Zuschauer, Zuhörer)	2,3 Mia.	1,4 Mia.

Promotion

Insidertipp: 24-Stunden-Stadtführung.

International In 24 Stunden kann man viel erleben: Die Broschüre «Der Städteverführer.» verrät auf 80 Seiten, wie Besucher in 23 Städten deren individuellen Charme kennenlernen und einen perfekten Tag verbringen können: mit je rund zehn Stationen, begonnen beim Mittagsapéro im lauschigen Innenhof über den anregenden Museumsbesuch und das romantische Abendessen bis zu Insider-Nachtprogramm und Hoteltipp. 590 000 Exemplare in fünf Sprachen inspirierten die Städtebummler.

Natur und Städte in Seouls U-Bahn.

Korea «Swiss hiking by train.» – damit rückte ST Korea die einzigartige Kombination von Städtereisen und Naturerlebnissen, verbunden durch ein umweltfreundliches Verkehrsnetz, ins Zentrum der Aufmerksamkeit. In acht U-Bahn-Stationen in Seoul weckten auffällige Leuchtdisplays bei rund 32 Millionen Pendlern Lust auf Schweiz-Ferien. Für den Hauptpartner der Aktion, Swiss Travel System, ein Grosserfolg: 2011 verkaufte er in Korea 7768 «Swiss Passes» – knapp 35 % mehr als im Vorjahr.

Key Media Management

Wenn Berge und Städte verschmelzen.

Niederlande Die Sommerlancierung in Amsterdam rückte die Schweizer Städte noch näher an die Berge: Alphornklänge empfingen 95 Medienvertreter und Reiseveranstalter, der Städtespot entführte sie ins urbane Umfeld. Floortje Dessing, Reisereporter-Legende und Schweiz-Fan, berichtete von den Vorzügen der Schweizer Städte. Das begeisterte: Online-, Fernseh- und Presseberichte sorgten für rund 1,1 Millionen Medienkontakte.

Das ST-Team Niederlande und seine Schweizer Partner empfingen 95 Gäste zur vielbeachteten Sommerlancierung.

Key Account Management

Schweizer Stadtsommer auf Tour.

Italien Zwei auffällige Städte- und Sommer-Trailer machten auf der Roadshow, die ST mit den Hauptpartnern Luzern, Zürich, Engadin St. Moritz, der Rhätischen Bahn und Swiss Travel System, dem Tessin und Wallis durchführte, Halt in Turin, Bologna und Mailand. An Workshops für Reiseveranstalter sowie Medienkonferenzen und Eröffnungsveranstaltungen verzeichnete die Roadshow rund 3000 hochwertige Direktkontakte.