Touristischer Input von der Marktforschung

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale**

Band (Jahr): **54 (1994)**

PDF erstellt am: **06.08.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-630083

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

Touristischer Input von der Marktforschung

Die Marktforschung setzte 1994 mit «SVZ Input» ihre Dienstleistungsbestrebungen zuhanden der touristischen Basis und Leistungsträger intensiv fort.

Wir publizierten neun weitere Länderbulletins über die wichtigsten touristischen Quellmärkte der Schweiz.

Diese Dokumentationen liefern den Leistungsträgern praxisorientierte Informationen über USA, Kanada, Japan, Belgien/Luxemburg, Deutschland, Frankreich, Italien, Nordische Länder (Schweden, Dänemark, Finnland, Norwegen) und Spanien.

Neu: Länderseminare und Länderstudien

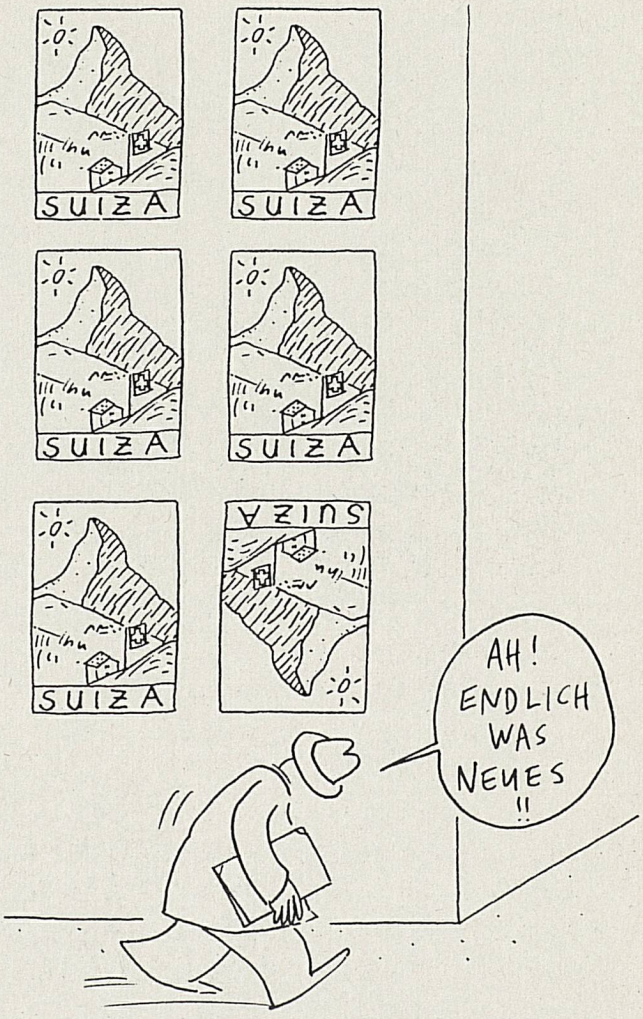
Vom 6. bis 8. Juni führten wir das allererste SVZ-Länderseminar durch; im Mittelpunkt dieses Anlasses in Chur, Luzern und Fribourg stand unser Stamm-Markt Deutschland. Die insgesamt 159 Teilnehmer beurteilten das Konzept eines Ganztages-Seminars mit Workshops durchwegs positiv.

Deutschland und die Ausbaumärkte Frankreich und USA wurden näher analysiert. In Deutschland veranlassten wir eine extensive Kunden- und Interessentenbefragung bei unseren SVZ-Vertretungen und eine bevölkerungsrepräsentative Potentialstudie für das Reiseland Schweiz.

Diese Daten wurden in der zweiteiligen Länderstudie Deutschland publiziert, welche ausserdem als Basis für das erste Länderseminar diente.

In Frankreich gab die SVZ eine qualitative und quantitative Studie zum «Image de la Suisse auprès des Français en tant que destination touristique» in Auftrag. Die Resultate dieser Analyse, zusammen mit einer Kunden- und Interessentenbefragung, werden in eine Länderstudie Frankreich verarbeitet, welche im Juni 1995 anlässlich des SVZ Länderseminars Frankreich vorgestellt wird.

Mehr Licht in den Markt USA soll ebenfalls eine repräsentative Studie samt Kunden- und Interessenten-Befragung durch unsere USA-Vertretungen bringen. Die zweiteilige Market Study United States of America ist Bestandteil des SVZ Länderseminars USA vom Januar 1995.



Pfuschi-Cartoon

Für die in der Marketing-Strategie definierten Ausbaumärkte Italien und Spanien begannen im Oktober ebenfalls Befragungen, die zusammen mit repräsentativen Potentialanalysen 1995 in entsprechende Länderstudien verarbeitet werden und als Grundlage für weitere Länderseminare dienen.