

Interessen und Emotionen : bei Medien und Publikum

Autor(en): **Keller, Heinz / Fragnière, Marcel / Sommaruga, Federico**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(1996)**

PDF erstellt am: **16.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630109>

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.

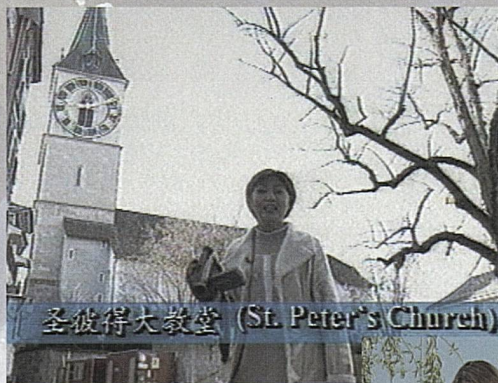


INTERESSE UND EMOTIONEN. BEI MEDIEN UND PUBLIKUM.

Die Medien gehören weltweit zu den wichtigen Zielgruppen von Schweiz Tourismus. Sie ermöglichen die Bekanntmachung und Aktualisierung der Marke Schweiz und des touristischen Angebots. Dies setzt eine überdurchschnittliche Präsenz im redaktionellen Raum der wichtigsten Medien voraus. Das Bild – unbewegt und bewegt – ist zum Informationsträger Nummer eins geworden. Tourismus ist eine emotionale Angelegenheit. Emotionen lassen sich gut im Bild vermitteln. Deshalb sind bildorientierte Medien und internationale TV-Teams wichtige Partner für die Vermittlung unserer Botschaften.

«Wir legten 1996 Gewicht auf die Veröffentlichung von umfangreichen saisonalen Sonderbeilagen in Zusammenarbeit mit Verlagen, Redaktionen und touristischen Partnern. Unter dem Patronat von Schweiz Tourismus, Schweizer Hotelier-Verein, Schweizer Tourismus-Verband und dem Verlag SonntagsBlick erschienen im SonntagsBlick im Mai und Oktober erstmals 48seitige «Sommerplausch»-, respektive «Winterplausch»-Beilagen. Wir unterstützten die Auswahl der vorgestellten Angebote und koordinierten Wünsche und Bedürfnisse unserer Partner. Eine Fülle von attraktiven buchbaren Angeboten animierten die 1 Mio. Leser zum Ferienmachen im eigenen Land. Auf den grossen Wettbewerb mit Ferienpreisen im Wert von CHF. 150 000 gingen über 36 000 Einsendungen ein.»

Heinz Keller, Leiter Schweiz Tourismus Schweiz



Channel 8 in Singapur,
TV Bandeirantes in Brasilien,
Seven Network in Australien:
weltweit gute TV-Resonanz für
die touristische Schweiz.



GLÁUDIA CAPASSO





«Vier Ski-Sendungen resultierten aus dem Aufenthalt eines finnischen TV-Teams in der Schweiz. Ein besonderer Leckerbissen war die 50-Jahre-Koch-Feier des Schweizer Grand-Chefs Werner Vögeli, Koch am schwedischen Hof und ehrenvoller Botschafter der Schweizer Gastronomie, zu der wir zahlreiche Medienvertreter und Persönlichkeiten begrüßen durften.»

Marcel Fragnière, Leiter Schweiz Tourismus Nordische Länder

«Indische Filmproduzenten wählen gerne die Schweiz als Drehort ihrer Filme. Das Publikum liebt die Natur und Landschaften der Schweiz als idealen Hintergrund für romantische und sentimentale Szenen auf der Leinwand.»

Federico Sommaruga, Leiter Schweiz Tourismus Zukunftsmärkte

«In Zusammenarbeit mit dem Magazin «Lide a Zeme», Auflage 50 000, welches inhaltlich dem «National Geographic» ähnelt, haben wir eine Spezialausgabe über die Schweiz vorbereitet, mit grossem Echo: Über 1000 Leser haben mittels eines Coupons unsere Basisbroschüre in tschechischer Sprache bestellt oder sich direkt am Schalter in unserem Wiener Büro über Reisen in die Schweiz erkundigt.»

Alena Kadlecova, Verantwortliche Schweiz Tourismus Tschechische, Slow. Republik

«Elf TV-Sendungen mit MTV Ungarn resultieren aus den von uns organisierten Schweiz-Aufhalten für Regisseur Kövari. «Der ewige Bund» zu jeweils 30 Minuten wird im ungarischen Fernsehen zur Prime Time mit einer Zuschauerquote von 2 Millionen pro Sendung ausgestrahlt. In der beliebten Sendung des ORF, «Willkommen Österreich» präsentierten wir zudem den Glacier-Express während zweier Wochen. Resultat: Railtours Austria konnte Mehrbuchungen von 18% verzeichnen.»

Heidi Freiburghaus, Leiterin Schweiz Tourismus Österreich/Osteuropa

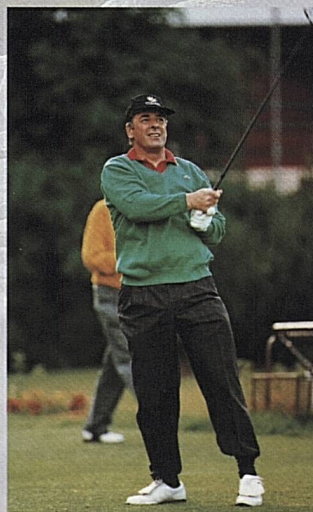
Snowboard Event

Der Winter 1996/97 nahm in Zürich seinen Auftakt am 21. September mit dem von Schweiz Tourismus inszenierten Snowboard Event. Die weltbesten Snowboarder trafen sich auf der Landiwiese zum Switzerland Live Snowboard Cup und gaben auf einer 20 Meter hohen und 70 Meter langen beschneiten Rampe ihre Künste zum besten. Parallel fand gleicherorts das Nescafé Züri Inline Happening statt. Über 50 000 Zuschauer wollten den Freestyle Event direkt miterleben. Schweiz Tourismus setzt nur auf medientrchtige Events: insgesamt 207 Medienleute akkreditierten sich. International konnte sich die Schweiz mit 82 Beiträgen in Printmedien, 9 Radiosendungen und 10 TV-Ausstrahlungen als Snowboard-Paradies positionieren.

Medienresonanz 1996 weltweit

Markt	Beiträge total	Print-medien	TV	Radio
Stammmärkte				
Schweiz/				
Deutschland	3740	3340	135	265
Übriges Europa	3285	3024	125	136
Übersee,				
Nordamerika,				
Japan	571	506	24	41
Zukunftsmärkte	407	326	27	54

Schweiz Tourismus hat 1996 insgesamt 1076 Medien-schaffende in die Schweiz eingeladen.



Swissair Intl. Tourism & Press Golf Championship, Crans Montana. Bundesrat Adolf Ogi mit Schwung dabei. 20 ausländische Medienvertreter folgten der Einladung von Schweiz Tourismus.

Strahlende Siegerinnen beim Switzerland Live Snowboard Cup.

