

Mehrwert schaffen : gemeinsam und für alle

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(1998)**

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630098>

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>

Mehrwert schaffen. Gemeinsam und für alle.

Dass das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz wettbewerbsfähig bleibt, dafür setzt sich Schweiz Tourismus gemeinsam mit Schweizer Partnern aus Tourismus, Wirtschaft, Politik und Kultur ein.

1. Schweizer Ferientag, 16./17. März 1998.

Der 5. Schweizer Tourismustag in Chur wurde in 1. Schweizer Ferientag umbenannt. Grund für den Namenswechsel ist die Positionierung der Schweiz als Ferien-, Reise- und Kongressland, welche mit der neuen Werbekampagne «Ferien gleich Schweiz» prägnant kommuniziert wurde. 500 Entscheidungsträger aus Tourismus und Wirtschaft verfolgten interessiert die Präsentationen und beteiligten sich aktiv an Gesprächen mit Branchenpartnern, Schweiz Tourismus-Produktmanagern und -Vertretern aus den Märkten. Ziel des Ferientages war es, die Planung der gemeinsamen Marketingprogramme für das Jahr 1999 in Produkte-Workshops abzustimmen. Das Resultat ist erfreulich: 100 Marketingprogramme konnten zusammen mit den Partnern für 1999 vorbereitet werden.

Über 1300 Qualitäts-Coaches.

Damit echte Feriengefühle aufkommen, braucht es ein qualitativ hoch stehendes Angebot. Das Programm «Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus», welches vor rund eineinhalb Jahren gemeinsam von den wichtigsten touristischen Dachverbänden lanciert wurde, stösst auf enormes Interesse. Ziel ist es, das Qualitätsbewusstsein in der Tourismusbranche zu steigern und die Servicequalität im Ferien- und Reise-land Schweiz laufend an die Gästebedürfnisse anzupassen. Bereits haben



sich über 1300 Qualitätsverantwortliche aus allen Regionen der Schweiz und aus allen Teilbranchen zum Qualitäts-Coach ausbilden lassen. Über 250 Betriebe sind bis heute ausgezeichnet worden.

Das Qualitätsprogramm kennt zwei Stufen. Bei der Stufe I liegt das Schwergewicht auf der Servicequalität, bei der Stufe II auf der Führungsqualität. Die Koordination des Programms «Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus» übernahm bis Ende 1998 Schweiz Tourismus. Ab 1999 nimmt diese Aufgabe der Schweizer Tourismus-Verband STV wahr.

www.schweizferien.ch/stnet

Neu können die Schweizer Tourismuspartner mit Schweiz Tourismus via das 1998 ausgebaute elektronische Netzwerk «STnet» kommunizieren. STnet verspricht Zugang zu wichtigen Brancheninformationen, Planungs- und Veranstaltungsdaten und ist zugleich Einstieg zu den neuen Online-Informationsdatenbanken.

Zwei Stunden Ferien vom parlamentarischen Alltag.

Zusammen mit der Parlamentarischen Gruppe für Tourismus und Verkehr lud Schweiz Tourismus am 30. September 1998 alle National- und Ständeräte zu «zwei Stunden Ferien vom parlamentarischen Alltag» ins Hotel Bellevue Palace

in Bern ein. Das Interesse war gross: Über 80 Parlamentsvertreter informierten sich über die Ziele und die Zukunftsperspektiven von Schweiz Tourismus und nahmen die Gelegenheit zum direkten Dialog wahr.

Im Rahmen des 18-Millionen-Impulsprogramms für die Tourismusbranche hat das Bundesamt für Wirtschaft und Arbeit BWA im September 1998 eine erste Tranche von rund sechs Millionen Franken vergeben. In den Genuss von Finanzhilfen kommen Switzerland Destination Management SDM, Veloland Schweiz und das Qualitäts-Gütesiegel-Programm für den Schweizer Tourismus.

Gemeinsam für eine erfolgreiche Tourismuszukunft.

Am 14. Mai 1998 fanden in Zürich drei wichtige Schweiz Tourismus-Veranstaltungen statt: die 58. Mitgliederversammlung von Schweiz Tourismus, im Anschluss daran die erste Verleihung der Qualitäts-Gütesiegel an 32 Tourismusbetriebe und am Nachmittag, unter Anwesenheit von Bundesrat Pascal Couchepin und zahlreichen Vertretern aus Politik und Wirtschaft, die Einweihung der neuen Schweiz Tourismus-Ferienadresse an der Tödistrasse 7, im Zentrum von Zürich.



Hauseinweihung mit Bundesrat P. Couchepin.



1998 tagte der Schweizer Tourismusrat – zurzeit umfasst er 38 Mitglieder – am 11. November in Bern. Im Zentrum der Gespräche zwischen Geschäftsleitung und Vorstand von Schweiz Tourismus und Entscheidungsträgern der Branche und Führungskräften aus der Wirtschaft standen die Themen Marketing in der Tourismusbranche, Technologieentwicklung im Tourismusmarketing und Erschliessung neuer Märkte.

Zusätzlich zu Swissair und SBB kann Schweiz Tourismus seit 1998 auf zwei weitere wichtige globale Partner zählen. Mit dem Uhren- und Schmuckunterneh-

men Bucherer AG wurde eine dreijährige Vereinbarung für eine weltweite Marketing-Kooperation unterzeichnet. Nach der Aufteilung der früheren PTT in Die Post und Swisscom AG konnte in einem ersten Schritt mit Swisscom AG die Kooperation in Form einer Partnerschaftvereinbarung auf eine neue Basis gestellt werden. Sie umfasst verschiedene Felder wie Telekommunikation, Werbeauftritte und Integration in die diversen Marketingprogramme, offizielle Partnerschaft an den Anlässen und Events von Schweiz Tourismus.

swissair 

BUCHERER

 **SBB CFF FFS**

swisscom
