

Trendig, klassisch, cool und heiss : endlich Ferien : ihre Schweiz

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

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

PDF erstellt am: **15.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630100>

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.

Trendig, klassisch, cool und heiss. Endlich Ferien. Ihre Schweiz.

Das Veloland Schweiz neu er-fahren.

Europaweit ist es eine einmalige Sache. Es eröffnet neue Dimensionen. Man kann es er-fahren und erleben. Es heisst: «Veloland Schweiz».

Schweiz Tourismus ist Stiftungsratsmitglied und zuständig für die Gesamtkoordination und Umsetzung des Marketingprogrammes in Zusammenarbeit mit allen Stiftungspartnern von «Veloland Schweiz» sowie den Sponsoren Balisto und Rivella.

Neun einheitlich signalisierte, durch die ganze Schweiz führende Routen, 250 Informationstafeln, 3300 Kilometer Radwanderwege und über 750

qualitativ hoch stehende, auf die Bedürfnisse der Veloreisenden ausgerichtete Partnerbetriebe (Hotels, Restaurants, Campingplätze, Bauernhöfe, Velohändler) stehen Velofreunden zur Verfügung. Drei offizielle Routenführer, die Routenkarte, gratis erhältliche Velofahrpläne der öffentlichen Verkehrsmittel sowie Angebotsbroschüren sorgen dafür, dass die individuellen Ferien zu einem erholsamen Erlebnis werden.

Weiter zeichnete die neue und einzigartige Velobettenbörse das «Veloland Schweiz» aus: Über 100 Hotels entlang den neun nationalen Veloland-Routen konnten bequem an jedem Schweizer

Bahnhof oder im Reisebüro gebucht werden. Über das «Velofon» (CallCenter) wurden bis zu 200 Anfragen pro Tag beantwortet. Das «Veloland Schweiz» löste 120 000 Logiernächte und einen touristischen Umsatz von 15 Millionen Franken aus.

Am 30. Mai wurde das «Veloland Schweiz» in Anwesenheit von Bundesrat Adolf Ogi in Bern mit einem grossen Velo-Happening eröffnet. Die gesamte wichtige Fach- und Publikums- presse der Schweiz, zahlreiche ausländische Magazine und Zeitungen und internationale TV- und Radio-Stationen berichteten über das «Veloland Schweiz».



30. Mai. Das Velo-Happening in Bern.

Spannung für die Kinder, Entspannung für die Eltern.

Für Familien zeigte sich die Schweiz 1998 von der besten Seite: Zusammen mit ausgewählten Partnern gab Schweiz Tourismus den Faltprospekt «Familienferien» heraus. Er gibt Übersicht über leicht buchbare Angebote, die ganz auf die Wünsche von Familien zugeschnitten sind. Zur Auswahl stehen Ferien im Familienort mit dem Gütesiegel «Familien willkommen», in der Jugendherberge, im Chalet, im Hotel, im Gasthaus, im Feriendorf oder auf dem Bauernhof.

In der Schweiz wurde die Werbung für Familienferien in die neue Kampagne von Schweiz Tourismus integriert. Beilagen in der «Schweizer Familie», die Profitcard «Familienpass Schweiz», ein Malwettbewerb für Kinder, redaktionelle Beiträge und Informationen inklusive Reservierungsmöglichkeit im Internet machten auf das Familienprogramm aufmerksam.

Im Swiss Village im Europapark Rust (Deutschland) warb Schweiz Tourismus von April bis Oktober 1998 für Familienferien in der Schweiz.

Total konnte Schweiz Tourismus 275 000 Logiernächte mit der Produktgruppe Sommer erzielen.

Pisten, Pipes und Pulverschnee.

Der Schweizer Winter lässt keine Wünsche offen. Jung, trendig, mondän oder auf Ruhe und Erholung aus – Gäste wählen Winterferien, die auf sie zugeschnitten sind.

Während der ganzen Wintersaison 98/99 gab es preisgünstige Arrangements: Kurzpauschalen mit zwei oder drei Übernachtungen und Wochenpauschalen mit sieben Übernachtungen in unterschiedlichen Beherbergungskategorien.

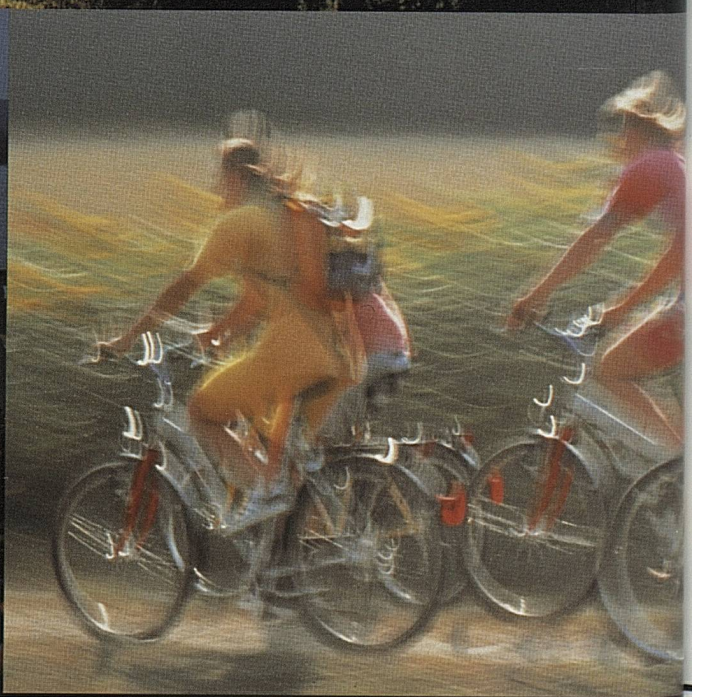
Der attraktiv aufgemachte Katalog «Winterferien», herausgegeben von Schweiz Tourismus in Zusammenarbeit mit ihren Winterferienpartnern, informiert ausführlich über 40 Schweizer Winterorte und -regionen. Neben den Destinationen wirkten Reka, Interhome, Swissair und die SBB mit, um mit Schweiz Tourismus aus dem Schweizer Winter eine heisse Jahreszeit zu machen.

Die Winterangebote sind auch auf der Internet-Homepage von Schweiz Tourismus www.schweizferien.ch abrufbar und buchbar. Sie zeigt Livebilder aus den Wintersportorten und vermittelt umfassende Informationen wie Veranstaltungskalender, Vier-Tages-Wetterbericht und aktuelle Daten über die Schneeverhältnisse in 250 Wintersportorten.

Wirkungsvolle Promotionen konnte Schweiz Tourismus mit der Sportbekleidungsfirma Schöffel in der Schweiz und Deutschland, mit Intersport sowie am Event freestyle.ch in Zürich umsetzen.

176 000 Logiernächte sind den Winterpromotionen von Schweiz Tourismus zuzuschreiben.





Welcome to the Best of Switzerland.

Gäste, die aus weiter Ferne anreisen, wollen in relativ kurzer Zeit die besten Seiten der Schweiz kennenlernen. Schweiz Tourismus bündelt für sie das Produkt Best of Switzerland, im Bestreben, einerseits mehr Gäste für die Schweiz zu gewinnen, andererseits Anreize für eine längere Aufenthaltsdauer zu schaffen. Bei führenden Reiseveranstaltern platziert Schweiz Tourismus neue Schweiz-Angebote, und unter dem Motto «Switzerland – Plus one night» werden Sonderpromotionen durchgeführt, um den Schweiz-Aufenthalt innerhalb von Europa-Rundreisen um mindestens eine Nacht zu verlängern.

Für den Gast bleibt die in über 15 Sprachen herausgegebene Minibroschüre «Welcome to the Best of Switzerland» das ideale Mittel, um in kompakter Form die wichtigsten Informationen über das Ferien- und Reise-land Schweiz zu erhalten. Vor allem Gäste aus dem südasiatischen Raum unternehmen gerne Europa-Reisen, die durch die Schweiz führen. Aber auch in Süd- und Nordamerika, in europäischen Ländern wie Polen, Ungarn und der Tschechischen Republik oder in der Russischen Föderation bewirbt Schweiz Tourismus die attraktiven Markenzeichen der Schweiz. 294 000 Logiernächte konnten nachweisbar der Best of Switzerland-Gruppe zugeschrieben werden.

Loslassen, entspannen, geniessen, auftanken.

Wellness-Ferien bedeuten sich Zeit nehmen, Kraft schöpfen, entspannen, geniessen, auftanken, sich etwas Gutes tun. Bereits zum dritten Mal präsentierte Schweiz Tourismus 1998 zusammen mit rund 50 Schweizer Wellness-Hotels ein vollumfängliches Wellness-Angebot, das 130 000 Logiernächte einbrachte. Neu können seit Anfang 1999 die meisten Angebote über das Schweiz Ferien CallCenter gebucht werden. Gesund bleiben heisst vorbeugen. Mit der Gesundheitsorganisation Swica konnten Schweiz Tourismus und 39 Wellness-Hotels eine Kooperationsvereinbarung für 1999 unterzeichnen:

mit gemeinsamen Aktionen können 20 000 Mehrübernachtungen erzielt werden.

Business in Ferienambiente.

Das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz bietet perfekte Rahmenbedingungen für Kongresse und Tagungen aller Art und Grösse: attraktive, modernst ausgerüstete Kongresszentren, gepflegte Hotellerie und Gastronomie, erstklassige Transportmöglichkeiten sowie eine Vielzahl von Ausflugs- und Freizeitmöglichkeiten.

Als erste nationale Tourismusorganisation hat Schweiz Tourismus ein Loyalitätsprogramm für Veranstalter von Meetings, Kongressen, Konferenzen und Incentives lanciert. Der Switzerland Conference & Incentive Club ist heute in den Märkten Grossbritannien, Deutschland, Frankreich, Benelux und Nordamerika aktiv und erfolgreich. Seit der Gründung Anfang 1997 nimmt die Anzahl der Clubmitglieder laufend zu. Gesamthaft sind bis heute über 1500 Clubmitglieder bei Schweiz Tourismus erfasst. Dank der Lancierung des Clubs konnten mit der Business-Produktegruppe 65 000 Logiernächte eingebracht werden.

Die Clubmitglieder haben in allen Märkten Zugriff auf einen Switzerland Conference & Incentive Club-Helpdesk, bei dem sie professionell beraten und ihre Anfragen direkt an Schweizer Leistungsträger weitergeleitet werden.



Der Club editiert Newsletters, bietet Plattformen für Partner bei Workshops und Fachmessen und lädt zu speziellen Veranstaltungen ein. Der Switzerland Conference & Incentive Club verfügt über eine eigene Website, www.switzerlandclub.com, auf welcher weltweit Hinweise und Informationen zum Kongressland Schweiz abgerufen werden können.

Willkommen in den Schweizer Städten.

Schweiz Tourismus lancierte 1998 erstmals in Zusammenarbeit mit den Schweizer Städten eine gesamtschweizerische Promotion. Was die 20 Städte alles zu bieten haben, präsentierte die neue Broschüre «Städtereisen. Herzlich willkommen.». Tipps für die Anreise und Informationen zu Veranstaltungen und Festen vervollständigten den Inhalt. Bei der Buchung erhielt jeder Gast in jeder Stadt einen Gutschein für Ausflüge im Wert von 44 Franken.

Wertvolle Insidertipps zu 37 kulturellen Top-Festivals und Anregungen für die Gestaltung des Schweiz-Aufenthaltes konnten die Festivalbesucher der bereits zum dritten Mal produzierten Broschüre «Festivals. Willkommen im Ferienparadies.» entnehmen.

Die Schweiz. Cool, trendig und imaginativ.

Mit dem grossen Schweiz Tourismus-Snowboard-Event, der Ende 1995 mitten in London stattfand, wurde der Grundstein für das Jugendmarketing gelegt und der Zugang zur Jugendszene und wichtigen Entscheidungsträgern geschaffen. Mit ihnen konnte 1998 gemeinsam ein Marketingprogramm für die kommenden Jahre vorbereitet werden mit den Schwerpunkten Downhill, Ramps, Party/Events und Snowboard.

Schweiz Tourismus und Expo.01, die Landesausstellung im Jahr 2001, entschlossen sich 1998 für eine enge Zusammenarbeit im Bereich des Besuchermarketings. Zu diesem Zweck stellt Schweiz Tourismus das weltweite Aussenstellennetz zur Verfügung und integriert das Ereignis Expo.01 in ihr globales Marketing.