

Ganz nah beim Kunden - auch in der Ferne

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(1999)**

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630133>

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.

Ganz nah beim Kunden – auch in der Ferne.

Schweiz Tourismus setzt Prioritäten: Je nach Nachfragepotential und Wertschöpfungsanteil werden die Märkte durch eigene Geschäftsstellen, auf Mandatsbasis oder in Zusammenarbeit mit Botschaften und Konsulaten bearbeitet. Die Geschäftsstellen funktionieren als Marketing-Center mit den Hauptaufgaben Markt- und Trendforschung, Key Account Management und Key Media Management. Für interna-

tionale Gästebauskunft und Verkauf sorgen das Internet und die professionellen CallCenters in Zürich, London und New York.

Kundennähe und -kenntnisse in allen relevanten Märkten sowie massgeschneiderte Produktevermarktung gehören zu den Kernkompetenzen und -dienstleistungen von Schweiz Tourismus. Aktuell aufbereitete Daten und Analysen helfen den Partnern, ihre

Marktprioritäten und Schwerpunkte für die Ausrichtung ihrer mittelfristigen Marketingaktivitäten zu setzen. Schweiz Tourismus-Länderspiegel aus 26 Nationen gaben 1999 einen Überblick über die relevanten Indikatoren. Für die wichtigsten Märkte erstellt Schweiz Tourismus umfassende Berichte und Studien mit wertvollen konkreten Tipps zur Marktbearbeitung. Namhafte Institute wie Menlo San Francisco, IPK



Bollywood: Indische Filmromantik vor Schweizer Bergkulisse.

München, Polyquest Bern oder das Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen liefern ihren Input für Spezialanalysen einzelner Märkte.

Neu werden in gewissen Zukunftsmärkten Vereinbarungen mit Botschaften und Konsulaten abgeschlossen, mit dem Ziel, die Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz zu fördern. Auf dieser Basis intensivierte sich in Brasilien oder in Südkorea die Zusammenarbeit mit den diplomatischen Vertretungen. Auch in Thailand ist man auf dem besten Weg. Um den Exportzweig Tourismus effizient und erfolgreich zu fördern, stehen den Botschaften und Konsulaten von Seiten Schweiz Tourismus ein international ausgerichtetes Helpdesk am Hauptsitz in Zürich und ein umfassendes Manual zur Verfügung.

Verstärkte Marktpräsenz in Europa ...

Schweiz Tourismus bearbeitet die Nordischen Länder neu gezielt von London aus. Die Bearbeitung der Schweiz selbst – dem wichtigsten Markt überhaupt – wurde mit einer am Hauptsitz in Zürich

angesiedelten Geschäftsstelle Schweiz verstärkt.

... in Indien ...

In Mumbai wurde die Zusammenarbeit mit dem Mandatsträger Global Excellence verstärkt und mit einem zweiten Repräsentanten in Delhi ergänzt. Mit rund 980 Millionen Einwohnern stellt Indien ein bedeutendes Marktpotential dar. Die starke Zunahme von Gästen aus Indien – 1999 rund 25% mehr Übernachtungen – ist unter anderem auf die guten Beziehungen von Schweiz Tourismus mit dem Reisefach und den Medien zurückzuführen. «Bollywood», die bereits grösste Filmindustrie der Welt, gibt den Schweiz-Promotionen Rückenwind mit den zahlreichen in der Schweiz gefilmten, ausserordentlich populären indischen Kinofilmen.

... und in China.

Grosse Ehre für das Ferienland Schweiz: Als erstes europäisches Land darf die Schweiz offiziell in China mit eigenem Büro und Personal für Reisen und

Ferien werben. Aus politischen und touristischen Gesichtspunkten ist dies ein ausserordentlicher Erfolg.

Schritt für Schritt wird seit zwei Jahren die Erschliessung von China vorangetrieben. China hat der Schweiz im Dezember 1998 die Bewilligung erteilt, ein Tourismus-Büro in Peking zu eröffnen. Im November 1999 haben Bundesrat Pascal Couchepin und Minister He Guangwei, Präsident der China National Tourism Administration CNTA, die Schweiz Tourismus-Geschäftsstelle in Peking eingeweiht. Dank gebührt an dieser Stelle der Schweizer Botschaft und Swissair für die wertvolle Unterstützung.

1999 übernachteten bereits 80 000 Chinesen in der Schweiz, das sind doppelt so viele wie im Vorjahr.



He Guangwei und Bundesrat P. Couchepin.

Schweiz Tourismus international.

