

**Zeitschrift:** Jahresbericht / Schweiz Tourismus  
**Band:** - (2000)

**Artikel:** Eine starke Marke für die Branche  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-630095>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 13.10.2024

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# Eine starke Marke für die Branche.



Der Herbst ist angerichtet.

Unser Label mit der Goldblume hat sich rasant zu einer breit sichtbaren und positiv wahrgenommenen Marke entwickelt. Regelmässige Erkennungstests belegen fünf- bis siebenprozentige Zuwachsraten pro Jahr.

Dieser Erfolg ist Verpflichtung und Herausforderung zugleich. Es gilt nicht nur das touristische Profil der Marke zu fördern, sondern zum Nutzen unserer Gäste und Partner auch ihren Wert zu erhalten und zu steigern.

Unsere neue Markenstrategie unterstreicht diese Überzeugung. Eine konzise Markensystematik mit klar definierten Instrumenten stellt unsere Organisation als qualitätsbewusste und verlässliche Partnerin für weltweit erfolgreiche Marketingaktivitäten ins Zentrum.