

Gemeinsam stärker

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2001)**

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630180>

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>

Gemeinsam stärker.

Partnerschaften erlauben dem Tourismus Spitzenleistungen.



Kein einziger Anbieter vermag heute noch alleine ein nachhaltiges Kampagnenbudget aufzubringen, all seine Absatzmärkte zu betreuen, seine Marke zu bilden und zu führen und den E-Channel zu bedienen. Partnerschaft ist das Zauberwort. Und es wirkt. Immer häufiger suchen die touristischen Leistungsträger der Schweiz die gemeinsame Angebotsbildung und bringen sich in die von Schweiz Tourismus lancierten und betreuten Kampagnen und Marketingstrukturen ein. Mit wirtschaftlichem Erfolg und einem erkennbaren, eigenständigen Profil.

Schweiz Tourismus bietet verschiedene Formen der Partnerschaft an: Die einfachste Form, die so genannte Basis, bildet die Mitgliedschaft, heute insgesamt 540 Organisationen. Neben dem Zugang zu den Grundleistungen von Schweiz Tourismus, der nicht kommerziellen Nutzung des Logos und der Teilnahme mit Stimmrecht an der Mitgliederversammlung, nutzen die Mitglieder aktiv die Marketingplattformen im In- und Ausland, wie Werbereisen und Workshops, Messen und Events; sie besuchen den Schweizer Ferientag und verwenden die Online-Informationplattformen, insbesondere den Branchenkanal STnet.ch.

Eine weitere Form der Partnerschaft ist die Mitgliedschaft im Schweizer Tourismusrat. Dieser wird ab 2002 sukzessive ausgebaut und soll sich vom «Advisory Board» zum interaktiven Gremium wandeln: Zu den Leistungen gehören die Grundleistungen, die Schweiz Tourismus erbringt, die nicht kommerzielle Logonutzung mit dem Claim «Mitglied Schweizer Tourismusrat», die Teilnahme

am Jahrestreffen, an Studienreisen und Marktbesuchen im Ausland, an VIP-Anlässen sowie am Schweizer Ferientag. Ebenso gehören der Zugang zu Marktforschungsdaten, die Erwähnung mit Link auf MySwitzerland.com und die Nutzung der verschiedenen Online-Informationsplattformen von Schweiz Tourismus dazu.

Weitere an Bedeutung gewinnende Arten von Partnerschaften sind die Kooperationen, die Schweiz Tourismus mit Wirtschaftspartnern abschliesst, die so genannten strategischen Partnerschaften. Schweiz Tourismus öffnet ihren Wirtschaftspartnern über ihre Kommunikationsplattformen und Distributionskanäle gezielt den Zugang zu einem Potenzial von Millionen Kunden in aller Welt mit überdurchschnittlichem Einkommen und hohem Qualitätsbewusstsein. Die strategischen Partner werden weltweit in alle Marketing- und Promotionsaktivitäten eingebunden und dürfen den Titel «Official Partner of Switzerland Tourism» für ihre eigenen Auftritte verwenden.

Im Jahr 2001 unterhielt Schweiz Tourismus Partnerschaften mit Bucherer, Crossair, Europcar, Global Education und Global Refund, SBB, SWEA (Verband der Schweizerischen Weinexporteure), Swiss Dairy Food, Swisscom, Swissair, Top Events of Switzerland.

Eine einzigartige Stütze der Volkswirtschaft

Der Umsatz, den der Tourismus jährlich generiert, ist nicht allein frankenmässig bedeutend für die Volkswirtschaft, erbringt er doch beinahe 6% des Bruttoinlandproduktes. Die Einzigartigkeit des touristischen Einkommens ist dessen weite Verbreitung: Kein anderer Wirtschaftszweig, mit Ausnahme der Landwirtschaft, ist bis in die hintersten Zipfel des Landes verteilt und sorgt auch in den kleinsten Dörfern in entlegensten Gebieten für ein Auskommen.

Und, wie neuste volkswirtschaftliche Studien zeigen, der Tourismus ist nicht nur ein Wirtschaftszweig mit einer grossen Zukunft, er ist für die Volkswirtschaft wichtiger als erwartet. Denn es wird immer deutlicher, dass der Tagestourismus einen weit höheren Umsatz generiert als bisher angenommen. Auch Tagesgäste und Kurzurlauber können sich über Ausflugsmöglichkeiten wie Themenrouten, Erlebniswege, hunderte von Städtetipps oder kulturelle Veranstaltungen auch auf MySwitzerland.com informieren.

**Strategische Partner
(Stand Januar 2002)**

BUCHERER

Europcar

SBB CFF FFS



swisscom

swiss **dairyfood**

SWISS POST



WENGER®
THE GENUINE SWISS ARMY KNIFE™