

# Ausblick

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-630193>

## **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.



# Ausblick.

## Ein Jahr der Gipfelleistungen ist angesagt

Das Jahr 2002 verspricht für Schweiz Tourismus Besonderes: die UNO hat es zum Jahr der Berge erklärt. Schweiz Tourismus wird seine Stärke, die Berge und das einzigartige Naturerlebnis Schweiz auszuspielen wissen: Für das kommende Jahr ist eine Sommerkampagne geplant, welche die Einzigartigkeit der Schweizer Berglandschaft Aufsehen erregend ins Bewusstsein bringen wird. Kaum ein Land, das Berge beheimatet, die zugleich dramatisch und bezaubernd, unversehrt und zugänglich, einsam und prominent sind. Kaum ein Land, dessen Berge in der Geschichte des Tourismus eine solch hervorragende Rolle spielten und immer noch spielen. «Switzerland. Home of the Mountains.», heisst denn auch die internationale Positionierung der Kampagne, die als die grösste von Schweiz Tourismus ausgelegt ist. Die Authentizität der Schweizer Berglandschaft, touristisch bestens erschlossen, liegt in einer Zeit, die nach Erlebnissen dürstet, im Trend. Nutzen wir die Gelegenheit, gemeinsam haben wir die grössten Chancen!

Ein weiterer Meilenstein wird mit der Eröffnung der Expo.02 nicht nur für die Dreiseenregion im Mittelland, sondern für die Vermarktung der Schweiz eingeschlagen: Die Expo.02 ist ein erstklassiger Grund für die benachbarten Gebiete, weniger bekannte Regionen und Seiten der Schweiz kennen zu lernen. Aber auch auf internationalem Niveau beginnt die Expo.02 auf ein positives Echo zu stossen und trägt das Bild einer modernen, überraschenden und vielseitigen Schweiz in die Welt hinaus.



Auch im Jahr 2002 werden wir die Kooperationen mit der Branche fördern. Die Vergangenheit hat gezeigt, wie das kleine Tourismusland Schweiz durch starke Partnerschaften sehr gross und erfolgreich sein kann. Diesen Weg gilt es in täglicher Kleinarbeit weiter zu verfolgen.

Eine ganz neue Produktpalette, «Themenrouten», wird den Markt bereichern und die Perlen unseres Landes aufpoliert präsentieren. Diese Produkte bündeln Interessen um Themen und sind destinationsübergreifend aufgebaut. Der Auftakt wird die Route «Luxury and Design» machen, gefolgt von «Wine and Dine» sowie «Art and Architecture». Ein ganz neuer Ansatz, der im entsprechenden Zielgruppensegment auf ein grosses Potenzial stösst.

In unseren Märkten werden wir schliesslich neue Mandate in Australien und den Emiraten (Dubai) aufbauen und unsere Präsenz in Russland, China, Schweden, Frankreich, Italien (Rom), den USA, Japan und Südostasien verstärken. All dies, um die negativen Effekte der Reduktion des internationalen Swissair-Verkaufsnetzes auf ein Minimum zu verringern und die internationale Promotion der Schweiz zu kräftigen.