

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Band: - (2008)

Rubrik: Partner = Partenaires

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: 06.10.2024

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



InterCity-Zug auf dem Grandfrey-Viadukt, Freiburg Region
InterCity sur le viaduc de Grandfrey, Région Fribourg

Bequem durch ein Spektakel reisen: Die SBB transportieren als ST-Partner jährlich 170 Gruppen von ausländischen Journalisten und Reisefach-Angestellten.
Découvrir le spectacle en tout confort: partenaires de ST, les CFF transportent chaque année 170 groupes de journalistes étrangers et de professionnels du voyage.



Zusammen mit dem Flughafen Zürich und Nuance Group sorgte ST ...
Avec l'aéroport de Zürich et Nuance Group, ST fait en sorte ...



... für beste Erinnerungen an die Schweiz.
... de laisser un excellent souvenir de la Suisse.

Mehr Spielraum dank starken Partnern.

Die 34 strategischen und offiziellen Partner von ST tragen mit Leistungen im Wert von 9,4 Millionen Franken wesentlich zum Vermarktungs-Erfolg bei. Denn sie erlauben ST einen grösseren Handlungsspielraum, mehr Aktivitäten und stärkere Auftritte. Im Gegenzug profitieren sie vom globalen Netzwerk und einem regen Austausch von Know-how. Die Partner können ihre Produkte gezielt und kostensparend bewerben und die Botschaften sympathisch und zielgruppenaffin platzieren: in Broschüren und mit Degustationen an Messen, an Publikumsveranstaltungen und Medienanlässen.

Dank der exklusiven Integration in die Marketing-Plattformen von ST erreichen sie in den entsprechenden Schlüsselmärkten Endkonsumenten, Medien, Tourismusfachleute und Wirtschaftsvertreter. Im Rahmen solcher Imagetransfers kann auch die Produkteherkunft «Made in Switzerland» glaubwürdig transportiert werden.

Des partenaires forts pour plus de liberté.

Les 34 partenaires stratégiques et officiels de ST contribuent à son succès de commercialisation avec des prestations atteignant CHF 9,4 millions. Ils offrent à ST la possibilité de disposer d'une plus grande marge de manœuvre, d'organiser plus d'activités et de renforcer sa visibilité. Les partenaires profitent ainsi d'un réseau mondial et d'un vaste échange de savoir-faire. Ils peuvent promouvoir leurs produits de manière ciblée et économique. Leurs messages sont délivrés de façon sympathique selon les segments de clientèle visés, dans les brochures, lors de dégustations pendant des foires, au cours d'événements grand public ou pour les médias.

Grâce à l'intégration exclusive des plates-formes de marketing de ST, ils touchent directement les consommateurs, les médias, les professionnels du tourisme et les représentants de l'économie sur les marchés visés. De tels transferts d'image permettent aussi de véhiculer de façon crédible dans le monde le label «Made in Switzerland».



Dank der Partnerschaft mit SWISS kann ST jedes Jahr zahlreiche Journalisten aus dem Ausland zum Abheben bewegen.
Grâce au partenariat avec SWISS, ST peut inciter chaque année de nombreux journalistes étrangers à se déplacer en Suisse.

SBB und SWISS als wichtigste ST-Partner.

Die mit Abstand wichtigsten strategischen Partner von ST sind die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) und die Fluggesellschaft Swiss International Air Lines. Sie ermöglichen jährlich 170 Gruppenreisen von ausländischen Medienschaffenden und Reisefach-Angestellten. Mit beiden Partnern wird die Zusammenarbeit weitergeführt und intensiviert.

Um den ausländischen Märkten die Schweiz schmackhaft zu machen, sind aber auch kulinarische Leckerbissen hilfreich. Dank Partnerschaften mit Switzerland Cheese Marketing (SCM) und Chocolat Frey ist jederzeit Schweizer Qualität gewährleistet. Weitere Partner helfen, Aktionen, Messen und Medienreisen optimal zu gestalten.



Sorgen regelmässig für Leckerbissen: Chocolat Frey ...
Ils font la joie des gourmands: Chocolat Frey ...

Les CFF et SWISS, principaux partenaires de ST.

Les Chemins de fer fédéraux (CFF) et la compagnie aérienne Swiss International Air Lines sont de loin les partenaires stratégiques les plus importants de ST. Chaque année, ils participent à 170 voyages de groupe, qu'il s'agisse de médias étrangers ou de spécialistes du secteur des voyages. La collaboration avec ces deux partenaires sera poursuivie et intensifiée.

Les spécialités gastronomiques rendent la Suisse encore plus alléchante à l'étranger. Les partenariats avec Switzerland Cheese Marketing (SCM) et Chocolat Frey garantissent à tout moment la qualité suisse. D'autres partenaires permettent également d'organiser de manière optimale foires, voyages de presse et diverses actions.



... und Switzerland Cheese Marketing.
... et Switzerland Cheese Marketing.