

Credits

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Annual Report / Switzerland Tourism**

Band (Jahr): - **(2011)**

PDF erstellt am: **14.08.2024**

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.

Contents.



Switzerland Tourism
Tödistrasse 7
CH-8027 Zürich

www.MySwitzerland.com
www.MySwitzerland.com/newsletter
www.MySwitzerland.com/facebook
www.MySwitzerland.com/twitter

Addresses and contact details for all ST representations worldwide can be found at www.stnet.ch/stoffices

Credits

Publisher: Switzerland Tourism
Project managers:
Daniela Bär, Christina Schaffhauser
Design: Switzerland Tourism
Copy: Alain Suter, Véronique Kanel
Picture credits:
Page 9 (below right): Lenk-Simmental Tourismus AG/Paul Geiser.
Page 13 (below right): Beno.
Page 39 (top): Lucerne Tourism/Aura.
All others: Switzerland Tourism.

Printer: Abächerli Druck AG, Sarnen
Print run: 5,700 copies
Contact: media@switzerland.com

Switzerland Tourism is abbreviated to ST throughout this report.

About Switzerland Tourism.

| | |
|-------------------------------------|----|
| Selling Switzerland | 7 |
| Exchange rates: a special challenge | 8 |
| Vision and expertise for the sector | 9 |
| A commitment to enhancing quality | 9 |
| The ST network | 10 |
| Tourism marketing – by modules | 11 |
| The many benefits of ST membership | 12 |
| Strategic partnerships | 13 |
| Evolution of overnights | 14 |

Marketing strategy.

| | |
|------------------------------------|----|
| ST's marketing campaigns | 17 |
| The portfolio of markets | 18 |
| ST criteria set: market assessment | 19 |
| The "four-wheel drive" | 19 |
| Promotion | 20 |
| E-marketing | 21 |
| Key Media Management | 22 |
| Key Account Management | 23 |
| Global impulse programme | 24 |

Main campaigns.

| | |
|---------------------------|----|
| Cities. | |
| Refined and refreshing | 26 |
| Facts and figures | 27 |
| Examples from the markets | 27 |
| Summer. | |
| Facts and figures | 29 |
| Summer on a new track | 29 |
| Examples from the markets | 30 |

Meetings.

| | |
|----------------------------|----|
| "Meetings." in new markets | 32 |
| Facts and figures | 33 |
| Examples from the markets | 33 |
| Winter. | |
| Facts and figures | 35 |
| Winter for sun-seekers | 35 |
| Examples from the markets | 36 |

Focus.

| | |
|-------------------------------------|----|
| Focus on the Gulf states | 39 |
| Tourism Monitor Switzerland | 40 |
| Hospitality: a customer perspective | 40 |
| Focus on the United Kingdom | 42 |
| Awards and prizes | 43 |
| ST funding 2012 to 2015 | 44 |
| Outlook | 45 |

Figures and names.

Cover photograph: Rue Cité-Devant, Lausanne