Werbung - die Schweiz zeigt Flagge

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): **55 (1995)**

PDF erstellt am: **30.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-629947

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

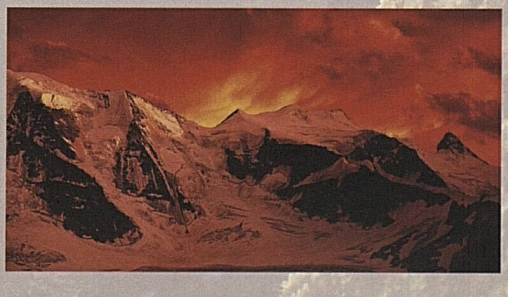
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

WERBUNG – DIE SCHWEIZ ZEIGT FLAGGE.

Eine starke Marke braucht ein starkes Image und einen starken Auftritt. Zum ersten Mal hat deshalb die Schweiz im In- und Ausland mit einer grossangelegten Werbekampagne für Aufsehen gesorgt. Mit doppelseitigen, vierfarbigen Anzeigen, mit dramatischen, unverwechselbaren Bildern und überraschenden Aussagen, hat sich der Auftritt der Marke Schweiz von der Tourismuswerbung anderer Destinationen deutlich unterschieden.



Einzigartige Landschaft, Prestige und Sicherheit – das ist der Kern der Marke Schweiz. Diese ursprünglichen Werte kompromisslos in ein zeitgemässes Umfeld zu setzen, ist die Aufgabe der Basiswerbung der Marke Schweiz. Um möglichst viel Wirkung und möglichst wenig Streuverlust zu erzielen, wurde für eine Printkampagne in Leader-Medien von wichtigen Herkunftsländern mit stabiler Währung entschieden. Die vier Sujets der Sommerkampagne erzielten in der Schweiz, in Deutschland, Frankreich, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden über 70 Millionen Kontakte. Die Winterkampagne ergab weitere 25 Millionen Kontaktmöglichkeiten.

Basiswerbung Schweiz – Die Kampagnensujets

Das neue Erscheinungsbild der Marke Schweiz wurde konsequent in die verschiedenen Drucksachen und Publikationen integriert. Die Schweiz-Tourismus-Broschüren weisen dabei eindrückliche Auflagen, eine interessante Distribution und eine kaufkräftige Leserschaft auf. Die Basisbroschüren für Sommer- und Winterferien in der Schweiz wurden in sieben Sprachen mit einer Gesamtauflage von rund 600'000 Exemplaren gedruckt und in 14 Ländern verteilt. Für die Vereinigten Staaten wurde ein spezieller Katalog mit einer Auflage von 200 000 Exemplaren hergestellt. Die Snowboard-Broschüre erschien in drei Sprachen mit einer 100 000er-Auflage, der Veranstaltungskalender wurde viersprachig mit 120 000 Exemplaren aufgelegt. Im Berichtsjahr waren ausserdem Segmentbroschüren für Wellness, Bike und Festivals in Vorbereitung.

Ausgezeichnete Werbemittel

Um die Präsenz der Marke Schweiz zu stärken, wurden unterschiedlichste Werbemittel produziert. So zieren die Sujets der Werbekampagne zwei Millionen Bahnabonnementshüllen. Die Fotothek hat aus allen Regionen der Schweiz die Bilder auf CD-ROM gespeichert und wird diese weltweit an unsere Vertretungen und Medien verteilen. Werbemittel von Schweiz Tourismus wurden mehrfach ausgezeichnet. Zwei Preise erzielte das Winter-Video «Snow Motion»: den 1. Platz am touristischen Film- und Videofestival in Estoril (Portugal) und das Certificate of Creative Excellence am Internationalen Film- und Videofestival in Elmhurst (USA). Das Image-Video «Look no further» erhielt am 37. New Yorker Video- und Filmfestival in der Kategorie Inflight-Information die silberne Medaille. Das neue Snowboard-Plakat wurde in Portugal ebenfalls mit einem ersten Preis bedacht.