Das Produkt : Kunden- und Markt- Gerecht

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): **- (1996)**

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-630106

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.

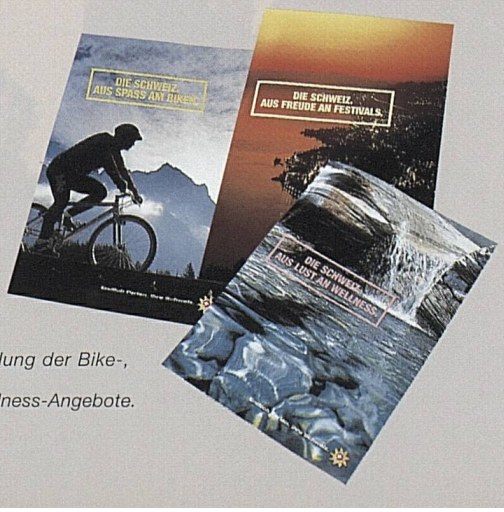
Haftungsausschluss

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

Ohne passendes Angebot entsteht keine Nachfrage. Wünsche, Bedürfnisse, Vorstellungen von Qualität und Komfort bei den verschiedenen Zielgruppen sind für die Angebotsentwicklung ausschlaggebend. Die Zielgruppen im Schweizer Tourismus lassen sich unterteilen in Touristen aus bestehenden Märkten, die sich vornehmlich als Sommer-, Winter-, Städte-, Kultur-, Gesundheits- und Familiengäste einreihen lassen. Die Touristen aus den Zukunftsmärkten, meistens aus Übersee, bewegen sich eher auf klassischen Highlights- oder «Best of Switzerland»-Routen. Insbesondere Bahnreisen erfreuen sich grosser Beliebtheit. Aus aller Welt treffen zudem Geschäftsreisende zu Tagungen, Kongressen und Messen in der Schweiz ein.



Attraktive Bündelung der Bike-, Festival- und Wellness-Angebote.

Zielgruppen und Angebote

Gästekategorie (Mio. Nächtigungen)	**Klassisches Angebot** (Beispiele)	**Trend-angebot** (Beispiele)
Sommergäste (20)	Wandern, Familienangebote, Erholung, Bergsommer	Velo, Golf, Inline, Abenteuer, Fun
Wintergäste (20)	Skifahren, Carving, Langlauf, Schlitteln, Winterwandern, Familien	Snowboard
Business-reisende (10)	Kongresse, Tagungen, Einzelgeschäfts-reisende, Bildung	Incentives
Best of Switzerland (8)	Rundreisen, Sightseeing, Int. Veranstaltungen	Bahn-Specials
Gesundheit (4)	Kurangebote, Privatkliniken	Wellness
Städtereisende (4)	Städtebesuche	Events, City Breaks
Kulturreisende (4)	Kunst, Brauchtum, Museen	Festivals, Impressio-nismus

1996 setzte Schweiz Tourismus Akzente auf die Trendsegmente Wellness, Bike, Golf, Festivals und Snowboard, um das Bild der Schweiz zu dynamisieren und neue Märkte zu erschliessen. Ebenso wurde Wert daraufgelegt, das klassische Angebot zu modernisieren, aufzubereiten und zu bewerben.

Die Schweiz. Aus Freude an Festivals.
Vor der einmaligen Kulisse der schweizerischen Naturschönheiten gehen ebenso grossartige kulturelle Veranstaltungen über die Bühne. Mit der Herausgabe einer Festivalbroschüre im Frühling 1996 ist es Schweiz Tourismus gelungen, mehr Transparenz für den interessierten Festivalbesucher zu schaffen. Vertreter der Pro Helvetia, der SUISA, der eidgenössischen Filmkommission, der schweizerischen Gesellschaft für Theaterkultur, der Migros Musikszene Schweiz sowie touristische Anbieter sind der Einladung von Schweiz Tourismus gefolgt, gemeinsam die Kriterien festzulegen, welche ein Festival zu erfüllen hat, um bei der Segmentpromotion berücksichtigt zu werden. 27 Musik-, Film-, Theater- und Tanzfestivals mit Angaben zu den Buchungsstellen, Highlights und Insider-Tips fanden in der neuen Broschüre Aufnahme. Sie wurde in der Schweiz, Deutschland, Österreich, Benelux, Frankreich, Grossbritannien, Schweden, Japan und Nordamerika verteilt.

Die Schweiz. Aus Lust an Wellness.
Wellness-Ferien, welche Körper, Geist und Seele stärken, erfreuen sich steigender Beliebtheit. Schweiz Tourismus hat in Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Kurhäuser und dem Verband Schweizer Badekurorte bei den Mitgliedern des Schweizer Hotelier-Vereins die Idee eines übersichtlichen Katalogs zum Wellness-Angebot lanciert. Ein neutraler Ombudsmann hat die von den Hotels eingereichten Pauschalangebote überprüft. Auf je einer Seite präsentierten schliesslich

50 Wellness-Hotels in beliebten Bade- und Ferienkurorten ihr Angebot in Wort und Bild. Die Broschüre wurde in der Schweiz, Deutschland, Österreich, Frankreich, Grossbritannien und den Vereinigten Staaten verteilt.

Die Schweiz. Aus Spass am Biken.
Für den Sommer 1996 wartete Schweiz Tourismus mit gut recherchierten Routenvorschlägen für Veloferien auf. Vorgestellt wurden touristisch interessante Radwanderwege, welche die Velofreunde auf verkehrsarmen Strassen durch ganz unterschiedliche Landschaftsstriche in der Schweiz führen: entlang Rhein, Rhone und Aare, auf Jurahöhen, ins Tessin oder Glarnerland. Mit dazu gehörte die Herausgabe eines Verzeichnisses mit 768 velofreundlichen Hotels. Die Verteilung der Broschüre erfolgte in der Schweiz und ihren Nachbarländern, in Benelux, Spanien und Kanada.

Switzerland. See you on Board.
Die junge Snowboard-Kundschaft wird ernstgenommen. Sie bestimmt nämlich mit, wohin die Winterreise der Familie gehen soll und zeichnet sich bereits durch ein hohes Markenbewusstsein aus. Mit einem differenzierten Angebot und innovativen Auftritten hat sich die Schweiz als ideale Snowboard-Destination positioniert. Snowpark, Obstacles, Halfpipe, Snowboardschulen und Shops, günstige Übernachtungsmöglichkeiten, Events und Partys: Sie gehören zum Inventar der 21 Snowboard-Paradiese, die in der zweiten Auflage der Schweiz Tourismus-Snowboard-Broschüre 1996/97 figurieren. Diese wurde international in Deutschland, Österreich, Benelux, Frankreich, Grossbritannien, Schweden, den Vereinigten Staaten und Japan verteilt. In der Schweiz erschien sie mehrteilig und zusammensetzbar während des Monats September 1996 im Jugendmagazin ERNST des Tages-Anzeigers. Als einheitliche Broschüre lag sie schliesslich zu dem von Schweiz Tourismus gesponserten und spektakulären Switzerland Live Snowboard Cup vor, der am 21. September 1996 in Zürich über die Bühne ging.