Haben Sie gewusst, dass ...

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): **- (2001)**

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-630054

Nutzungsbedingungen

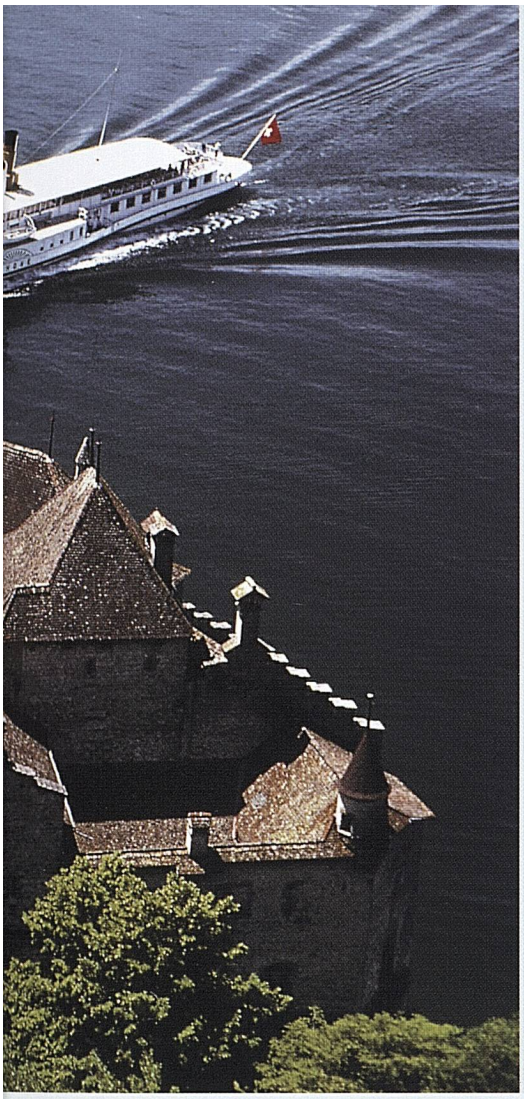
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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



stark personalorientierten One-to-one-Marketing im Key Account Management und Key Media Management, auf einem ehrgeizigen, gesunden Niveau. Schwergewichtig wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr der Marketing-Fokus auf das Key Media Management gelegt, in welchem die Medienkontakte gegenüber dem Vorjahr um weitere 70% ausgebaut werden konnten.

Zusätzliche Businesspläne mit Tour Operators und buchbare Topangebote touristischer Partner haben im Jahr 2001 zu einer Steigerung der durch Schweiz Tourismus beeinflussten Logiernächte geführt. Dabei wurden die Zielsetzungen 2001 deutlich übertroffen.
Der durch einen Marketing-Franken generierte touristische Umsatz (Marketing-Leverage) hat sich, durch zusätzliche Marketingkampagnen sowie Effizienzsteigerung der Marketinginstrumente, auf knapp CHF 21.50 erhöht.
Gesamthaft konnte der durch Schweiz Tourismus beeinflusste touristische Umsatz deutlich gesteigert werden.
Alles in allem lässt sich festhalten, dass Schweiz Tourismus weiter an Effizienz und Produktivität im Mitteleinsatz gewonnen hat.

Haben Sie gewusst, dass ...

- die Ferienschweiz auf 20 führenden Internetportalen weltweit durch Schweiz Tourismus vertreten ist?
- wir 2001 rund 1344 Journalisten und 90 TV-Crews durch die Schweiz begleitet sowie 73 Medienkonferenzen durchgeführt haben?
- auf swiss-image.ch, unserem Medien-Bildservice, knapp 1000 Bilder publiziert sind, die im Jahre 2001 insgesamt 17 847 Mal heruntergeladen wurden?
- wir 170 MitarbeiterInnen haben?
- uns täglich 16 000 Schweiz-Interessierte auf MySwitzerland.com besuchen und dabei im Durchschnitt während 10 Minuten auf 5 Seiten verweilen?
- unser Fotoarchiv über 2500 Bilder umfasst?
- wir die meisten Broschüren in 19 Sprachen, einige sogar in 43 Sprachen produzieren?
- Schweiz Tourismus 540 Mitglieder zählt und die Tendenz steigend ist?
- wir in 20 Märkten mit eigenen Niederlassungen und in 14 Märkten durch Mandanten präsent sind?
- wir rund 200 Businesspläne mit Key Accounts unterhalten?