

Zeitschrift: Geschäftsbericht / Schweizerische Verkehrszentrale
Herausgeber: Schweizerische Verkehrszentrale
Band: 54 (1994)

Artikel: Verkaufsförderung gemeinsam mit Partnern
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-630198>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

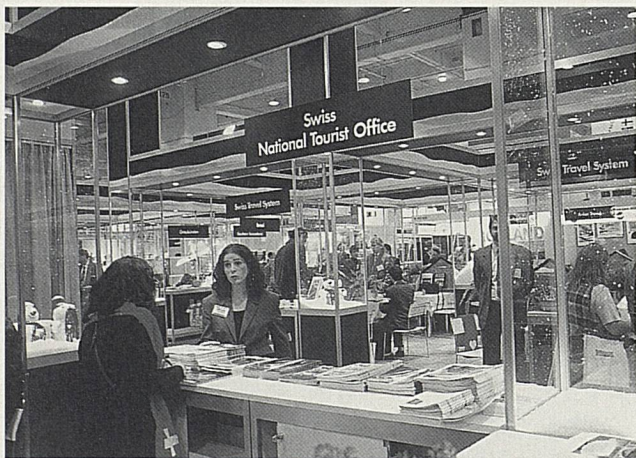
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Verkaufsförderung gemeinsam mit Partnern

Allen Partnern sei hier einmal für die Unterstützung bei den zahlreichen Aktivitäten herzlich gedankt. Nur mit der Teilnahme von touristischen Organisationen und den damit verbundenen finanziellen Beiträgen ist es uns möglich, Plattformen für den persönlichen Kontakt zwischen Angebot und Nachfrage zu schaffen. Hier die wichtigsten Beispiele:

Touristische Fach- und Publikumsmessen

Weltweit wurden 14 solcher Messen mit einem gesamtschweizerischen Stand beschickt, konzipiert und aufgebaut durch den SVZ-Austellungsdienst. Ziel war es, die Fachleute und das Publikum mit einem möglichst marktgerechten Angebot für Schweizer Ferien zu gewinnen.



Swiss Travel Show Kanada/USA

Eine Delegation von über 40 touristischen Organisationen besuchte sieben Städte in Nordamerika und konnte anlässlich von Workshops über 1900 Travel Agents begrüßen. SVZ und Swissair hatten zudem die Möglichkeit, rund 290 dieser Reisefachleute in einer vertieften Schulung (Swiss Seminars) die Vorzüge unseres Ferienlandes näher zu bringen.

Werbereise Japan/Südostasien

Unter dem Titel «Swiss Rendez-Vous» entstanden aus der Zusammenarbeit Swissair / SVZ / Anbieter in acht Städten Workshops. Neben dem traditionellen Gäste-markt Japan konnten so über 20 Schweizer Anbieter

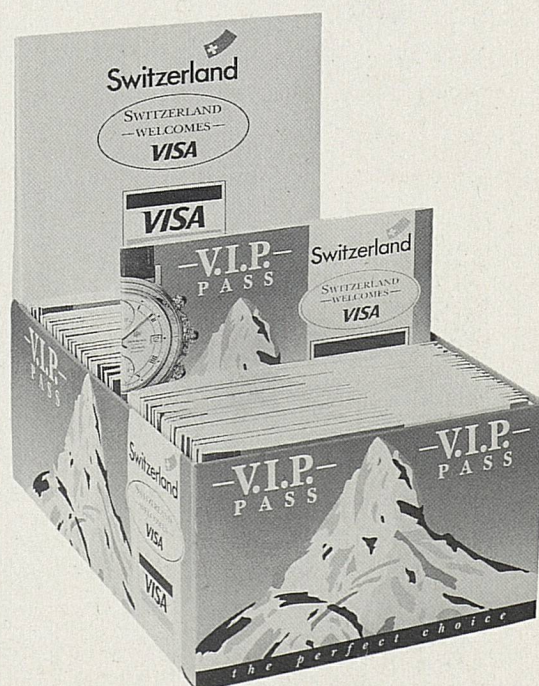
auch die Zukunftsmärkte in Südostasien bearbeiten und mit rund 1200 interessierten Nachfragern den persönlichen Kontakt pflegen – eine wichtige Voraussetzung für Geschäftsabschlüsse in dieser Region.

Switzerland welcomes VISA

Seit Oktober 1994 ist die Schweiz für ein ganzes Jahr das Zielland von VISA International.

Eine grossangelegte Marketingaktion mit der VISA-Kreditkarte soll das bargeldlose Schweiz-Reisen fördern.

Ein spezielles Gutscheinheft «belohnt» den Einsatz der Kreditkarte. Die SVZ übernahm die Koordination mit 13 Mitgliedern der Top Spots of Switzerland für die Angebotsseite. Mit den Landesvertretungen wurde sichergestellt, dass neben der eigentlichen PR-Arbeit für unser Ferienland auch die Gutscheinhefte in unseren Büros erhältlich sind. Dieser Sonderauftritt wirkt sich, wie erste Erfahrungen zeigen, positiv auf Image und Bekanntheit der Schweiz aus.



Mit einem «VIP-Pass» machte die VISA bei sechs Mio. ihrer Karteninhaber Werbung für Schweizer Ferien.