

**Zeitschrift:** Jahresbericht / Schweiz Tourismus  
**Herausgeber:** Schweiz Tourismus  
**Band:** - (1996)

**Artikel:** Das Produkt : Kunden- und Markt- Gerech  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-630106>

### **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:** 25.04.2026

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



## DAS PRODUKT. KUNDEN- UND MARKT- GERECHT.

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)	Trendangebot (Beispiele)
Sommergäste (20)	Wandern, Familienangebote, Erholung, Bergsommer	Velo, Golf, Inline, Abenteuer, Fun
Wintergäste (20)	Skifahren, Carving, Langlauf, Schlitteln, Winterwandern, Familien	Snowboard
Businessreisende (10)	Kongresse, Tagungen, Einzelgeschäftsreisende, 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, Impressionismus

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 Hoteliervereins 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 Vелоferien 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.

