

**Zeitschrift:** Jahresbericht / Schweiz Tourismus  
**Herausgeber:** Schweiz Tourismus  
**Band:** - (1996)  
  
**Artikel:** Netzwerke, die zum Kunden führen  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-630107>

### **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:** 11.01.2026

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





## NETZWERKE, DIE ZUM KUNDEN FÜHREN.

Das Schweiz-Angebot wartet nicht darauf, zufällig entdeckt zu werden. Schweiz Tourismus bringt es gemeinsam mit den Partnern zu den Kunden und ist auch im Zeitalter der elektronischen Kommunikation in den wichtigsten Märkten präsent. Das Marketingnetzwerk ist darauf ausgerichtet, für die Partner im Schweizer Tourismus nachfragewirksame Plattformen zu bieten. Um das weltweite Netzwerk zu optimieren, kommt der Zusammenarbeit mit Schweizer Konsulaten, Botschaften und Handelskammern immer grössere Bedeutung zu. In Pilotprojekten wie dem Switzerland Travel Center in London wird das vorhandene Kommerzialisierungspotential eruiert.



Indien-Delegation auf Schweiz-Studienreise, in Begleitung von Federico Sommaruga, Leiter Zukunftsmärkte (l.v.l.).

Für eine wirkungsvolle und kostengünstige Präsenz in den Zukunftsmärkten arbeitet Schweiz Tourismus mit lokalen Partnern auf Mandatsbasis zusammen. In Russland ist seit dem Frühjahr 1996 Gennady Gabrielyan, Mitarbeiter des Beratungsunternehmens Dr. Eckstein & Partner mit Sitz in Moskau, für die professionelle Bearbeitung des Reisefachs und der Medien zuständig. Für den Markt Indien konnte mit der Firma Global Excellence in Bombay ein kompetenter, lokaler Partner verpflichtet werden: Nergish Mody und Shawn Lobo vertreten seit Anfang Juni 1996 die Interessen der Schweizer Tourismusbranche gegenüber dem Reisefach und den Medien Indiens. Schweiz Tourismus legt aufgrund von Marktstudien die Länderprioritäten und die entsprechenden Nachfrage- und Positionierungsziele fest.

Mitsuko Suzuki, Stv. Leiterin  
Schweiz Tourismus Japan/Korea.

Piccarda Frulli bearbeitet den  
mittel- und süditalienischen Markt.





## Länderprioritäten

Qualitatives Wachstum		
Land	Priorität	Beschreibung
Schweiz		Konzentration der Mittel, neue Angebote entwickeln
Deutschland		
Übriges Europa		halten, ausrichten an CH/D
Japan, USA		Schwerpunkte F/I/Benelux
Südostasien		Wachstumspotential ausschöpfen
Osteuropa		Etablierung Schweiz als Reiseland, längere Aufenthalte generieren
Mittlerer Osten		
Südamerika		

Marktstudien zeigen, wo auf der Landkarte die Erfolgspotentiale des Schweizer Tourismus liegen. Im Desk-Research-Verfahren wurde beispielsweise die aufstrebende Region Südostasien analysiert und die Resultate in eigenen Schweiz Tourismus-Länderbulletins verarbeitet. Das Potential für den Schweizer Tourismus in Südostasien ist gross. Am 1. August 1996 hat Schweiz Tourismus in Hongkong die eigene Vertretung verstärkt, welche für die Marktbearbeitung des gesamten südostasiatischen Raumes verantwortlich zeichnet.

Im Frühling 1996 erschien erstmals der umfassende Schweiz Tourismus-Länderbericht Europa mit statistischen Angaben und Tips zur Marktbearbeitung aus 20 Ländern. Er berücksichtigt auch die osteuropäischen Zukunftsmärkte Russland, Weissrussland, Ukraine, Ungarn und Polen.

Der Aufgabenbereich der Schweiz Tourismus-Vertretungen und -Mandate in den einzelnen Märkten umfasst die professionelle Betreuung der Kunden, die Bearbeitung des Reisefachs und die zielgerichtete Medienarbeit.

## Schweiz Tourismus-Aussenstellennetz weltweit

