

Jedem Markt seine Schweiz

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

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

PDF erstellt am: **24.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-630175>

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.

Jedem Markt seine Schweiz.

Jedes Jahr erneut erstaunt die Vielfalt im Verkaufen der Schweiz in den 34 Märkten von Schweiz Tourismus. Mit Kreativität, Köpfchen und engen Partnerschaften entstehen Kampagnen und Promotionen, welche die Schönheit und die Begeisterung rund um die touristische Schweiz zu Millionen von heutigen und zukünftigen Gästen tragen.

Schweiz Tourismus vermarktet die touristischen Angebote des Ferien-, Reise-, und Kongresslandes Schweiz in 34 Ländern auf der Basis der erarbeiteten Marketing- und Kommunikationswerkzeuge innerhalb des Key Account Management gegenüber den Absatzmittlern (Reiseveranstalter und Reisebüros) und innerhalb des Key Media Management gegenüber den Medien eines Marktes. Über die verschiedensten Kommunikationskanäle tritt Schweiz Tourismus aber auch direkt in Kontakt zu den Gästen: Über die Kampagnen-Werbung, die Broschüren, MySwitzerland.com, Events und Promotionen, Mailings sowie die drei Callcenters von Switzerland Destination Management. Innerhalb dieses Marketing- und Kommunikationsmixes lassen sich gleiche Aufgaben auf verschiedenste Weise angehen. Die folgenden Seiten dokumentieren die Arbeit in den traditionellen Märkten wie auch in den Zukunftsmärkten, auf dem indischen Subkontinent, in Russland, den GUS-Staaten sowie in den Golfstaaten. Diese Märkte wachsen jährlich mit zweistelligen Zuwachsraten. Kein Grund, sich zurückzulehnen, sondern das grosse Potenzial systematisch und kontinuierlich zu nutzen.

Das Internet hat auch 2001 nichts von seiner Bedeutung für die touristische Vermarktung eingebüsst, im Gegenteil. Auf einer völlig neuen Plattform wurde weiter an MySwitzerland.com gearbeitet, um auch inskünftig das weltweit führende Tourismusportal zu bleiben. Die Möglichkeiten zur Individualisierung auf dem Internet zeigen die neuen Plattformen für den japanischen und den koreanischen Markt.

