

"Wow Switzerland" Miss India in der 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-630176>

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.



v.l.n.r. Sara Corner, Femina Miss India-World 2001; Celina Jaitly, Femina Miss India-Universe 2001; Maheshwari, Femina Miss India Asia-Pacific 2001.

«Wow Switzerland.» Miss India in der Schweiz.

20 bis 25 Millionen haben in den indischen Medien die Reise der drei Femina Miss India in die Schweiz mitverfolgt.

Der indische Subkontinent ist einer der faszinierendsten Zukunftsmärkte für Schweiz Tourismus. Seit Jahren steigen die Logiernächte von Gästen aus diesem Land mit zweistelligen Zuwachsraten. Auch wenn die Gästezahlen noch immer erst einen Bruchteil jener aus Europa ausmachen, ist das Potenzial unter der Milliarde Bewohnerinnen und Bewohnern des indischen Subkontinentes enorm. Unser Land ist in Indien das nach Grossbritannien beliebteste Reise-land. Diese hohe Attraktivität gründet zu einem grossen Teil darauf, dass die Naturlandschaft Schweiz eine der bevorzugtesten «exotischen» Kulissen für die unzähligen Filme und Videoclips der heimischen Produktion «Bollywood» bildet. Da lernen die Inderinnen und Inder die Schweiz kennen und wünschen sich, einmal in diese Traumwelt zu reisen, was sich rund 100 Millionen von ihnen auch leisten könnten.

Diese Präsenz ist ein enormes Kapital, das es zu pflegen gilt. Dazu bot sich im April Gelegenheit mit der Organisation einer Reise in die Schweiz, an der Sara Corner, Femina Miss India-World 2001; Celina Jaitly, Femina Miss India-Universe 2001 und Maheshwari, Femina Miss India Asia-Pacific 2001 teilgenommen haben. Kuoni/SOTC India, Times of India und Schweiz Tourismus luden die drei Schönheiten mit einem Team von Fotografen und Journalisten in die Zentralschweiz und ins Waadtland ein. Auf dem Programm standen neben Foto-Shootings auf dem frisch verschneiten Titlis und dem Glacier 3000 auch Besuche in Genf und Luzern.

Mit den besten Erinnerungen an ihre Reise in der Schweiz und die Gastfreundschaft, die sie hier überall erlebten, verliessen die Gäste unser Land. Im Mai 2001 publizierte die Times of India

eine vierseitige Beilage «Wow Switzerland.», die 8.1 Millionen Leserinnen und Leser an dieser Reise teilhaben liess. Kurz darauf präsentierte die Zeitschrift Femina eine vierseitige Bildreportage unter dem Titel «Swiss Misses»; weitere Beiträge erschienen in den indischen Medien. Insgesamt rechnet Schweiz Tourismus damit, dass 20 bis 25 Millionen Leserinnen und Leser in Indien die Reise der drei Schönheitsköniginnen in der Schweiz mitverfolgt haben.

Verschiedene touristische Regionen, die Schweizer Transportunternehmen, das Hotel Palace Luzern sowie das Hotel Le Montreux Palace, Geschäfte und Präsenz Schweiz haben diese Reise ermöglicht, was mit dem grossen Medienecho belohnt wurde: eine Menge Kundenkontakte, deren Wert unbezahlbar ist.