

# Mit Feu Sacré, Esprit, Engagement und Freude

Autor(en): **Schmid, Jürg**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

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

PDF erstellt am: **24.06.2024**

## **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.



# Mit Feu Sacré, Esprit, Engagement und Freude.

Schweiz Tourismus hat im abgelaufenen Jahr in der Vermarktung der touristischen Angebote der Schweiz Akzente gesetzt: In integrierten Kampagnen haben wir den Tourismus im Herbst und Sommer, beides Gebiete mit viel Potenzial, erfolgreich gefördert. Mit unserer in kürzester Zeit entwickelten und in den Nachbarmärkten Europas lancierten Winterkampagne, haben wir die massiven Verluste nach den tragischen Ereignissen in den USA und der Zuspitzung der schlechten Wirtschaftslage in den meisten unserer Märkte auf ein Minimum reduziert. Und tatsächlich, trotz einem sehr hektischen und für unsere Branche alles andere als günstigen Jahr sind die Rückgänge überschaubar: minus ein Prozent.

Viel zu diesem Erfolg beigetragen haben die Verantwortlichen in unseren Nah- und Fernmärkten: In Deutschland hat Schweiz Tourismus mit integriertem Marketing und starken Vermarktungs- und Medienpartnern die investierten Marketinggelder um ein Vielfaches vermehrt. Grossbritannien hat gezeigt, dass das Potenzial dieses Marktes noch lange nicht ausgeschöpft ist, und selbst in diesem Jahr ein Wachstum von 4% möglich war. In den Benelux Ländern wurde in verschiedenen Kooperationen das Wissen über das Tourismusland Schweiz um attraktive Facetten bereichert. In Frankreich hat eine neue Führung begonnen, den Franzosen den Nachbarn Schweiz näher zu bringen. In Fernost wuchs die Schweiz-Begeisterung sowohl im Topmarkt Japan wie im Zukunftsmarkt Korea. Dazu beigetragen haben auch die lokal angepassten neuen Websites. In weiteren Zukunftsmärkten wie Indien, China, Russland, den GUS-Staaten



sowie auch der Golfregion wurden durch kreatives und solides Marketing überdurchschnittliche Wachstumsraten generiert.

Die vielfältigen Entwicklungen des vergangenen Jahres zeigen, wie solide und dynamisch unsere Branche ist und welches Potenzial in ihr steckt. Dies zu fördern, das attraktive Angebot des Tourismuslandes Schweiz in die Welt hinauszutragen, ist unsere Aufgabe. Wir sind diese Mission mit viel Feu Sacré, Esprit, Engagement und Freude angegangen und werden sie weiter fortsetzen. Das Jahr 2001 hat unsere Arbeit belohnt. Die Zukunft wird es hoffentlich auch tun. Wir freuen uns, im Jahr 2002, dem Jahr der Berge, unsere Kernstärken Berge und das einzigartige Naturerlebnis Schweiz voll auszuspielen.

*Jürg Schmid*  
*Direktor Schweiz Tourismus*



