Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus

Herausgeber: Schweiz Tourismus

Band: - (2009)

Rubrik: Aktivmärkte = Marchés actifs

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

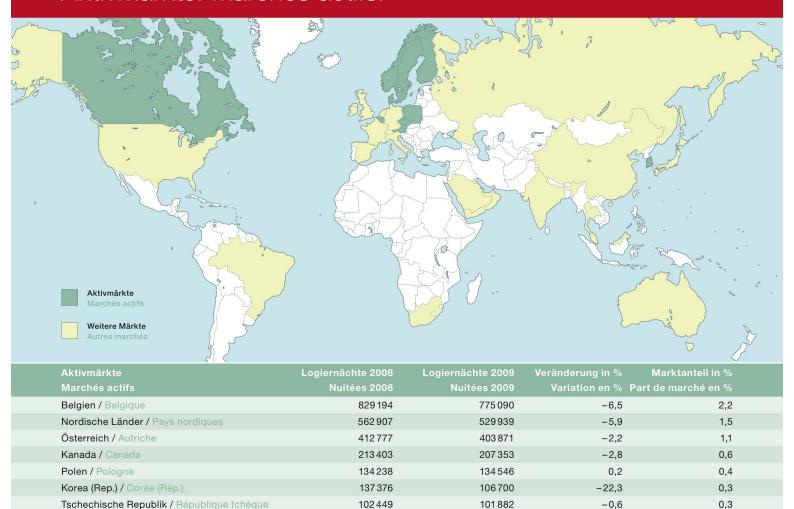
Terms of use

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: 20.11.2025

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

Aktivmärkte. Marchés actifs.



Quelle: BFS 2008 und 2009

400000

Besucher kamen 2009 aus Belgien – gemessen an der Gesamtbevölkerung so viele wie aus sonst keinem Auslandsmarkt.

400000

visiteurs sont venus de Belgique en 2009: le plus important contingent étranger en proportion de la population du pays d'origine.

Die Aktivmärkte.

Belgien, die Nordischen Länder, Österreich, Kanada, Polen, Korea (Rep.) und die Tschechische Republik stehen für 6,4% der Logiernächte und werden von ST aktiv bearbeitet. Das heisst: Je nach Struktur des Marktes kommen Elemente des Marketing-Mix zum Einsatz. Reaktiv behandelt ST die Aufbaumärkte Australien (ab 2010 ein Aktivmarkt), Brasilien, Israel, Malaysia, Südafrika, Singapur und Thailand: Sie werden durch Mandatsnehmer, zum Beispiel durch Botschaften, Handelskammern oder die SWISS, betreut.

Marchés actifs

Belgique, pays nordiques, Autriche, Canada, Pologne, Corée du Sud et République tchèque représentent 6,4% des nuitées et sont démarchés de façon active par ST. En clair, les éléments du marketing mix sont sélectionnés en fonction de la structure de chaque marché. Les marchés en développement, eux, sont traités de façon réactive: Australie (marché actif à partir de 2010), Brésil, Israël, Malaisie, Afrique du Sud, Singapour et Thaïlande. Ces pays sont gérés par des mandataires (ambassades, chambres de commerce ou SWISS, par ex.).



Fast 2.5 Millionen Belgier hörten mit: Live-Übertragung von Badio 2 aus dem Bahnhof Antwerpen. en direct de la gare d'Anvers sur Radio 2: près de 2,5 millions d'auditeurs

Stolze Siegerin mit Ivan Breiter (ST Belgien). La gagnante du concours et Ivan Breiter (ST Belgique)

Belgien: Schweizer Hüttenzauber in Antwerpen.

Auf die Bevölkerung umgerechnet kommen aus keinem Land so viele Gäste in die Schweiz wie aus Belgien. Im Oktober stellte ST ihr Chalet-Hotel Edelweiss mitten in den prunkvollen Hauptbahnhof von Antwerpen und gab rund 15 000 Besuchern zu verstehen: Den behaglichen Hüttenzauber gibt es wirklich - das Original steht in der Schweiz und ist mit dem Zug schnell erreichbar. In einem Wettbewerb gewann eine Familie eine Nacht im Chalet-Hotel. Verschiedene Medien berichteten darüber, sogar die Schweizer Tagesschau. Das Ergebnis: vier Millionen Publikumskontakte.

Die Schweiz kommt in Belgien noch aus einem anderen Grund gut an. Er heisst Intersoc, ist die Reiseabteilung einer Krankenkasse, die für ihre Mitglieder seit 60 Jahren Ferien in der Schweiz organisiert. Im Mai durfte der millionste Gast begrüsst werden. ST öffnet Intersoc die Türen zu interessierten Destinationspartnern und begleitet Marktaktivitäten.

Belgique: sous le charme des chalets suisses.

Proportionnellement à sa population, la Belgique est le pays qui envoie le plus de visiteurs en Suisse. En octobre, ST a installé son chalet-hôtel «Edelweiss» dans la gare d'Anvers-Central. Le message aux 15000 visiteurs était simple: la magie de ce chalet de carte postale existe, on peut la retrouver dans les montagnes suisses et y accéder rapidement en train! Un concours a permis à une famille de passer une nuit dans le chalet. Divers médias ont couvert la manifestation, générant au total quatre millions de contacts.

Le succès de la Suisse en Belgique s'explique aussi par un autre facteur: Intersoc, qui depuis 60 ans organise des séjours en Suisse pour les membres d'une mutuelle. En mai 2009, le 1 000 000e visiteur d'Intersoc a été accueilli en Suisse. ST met en contact Intersoc avec les partenaires touristiques suisses et accompagne leurs activités de marketing.

Fakten. Faits.

| Belgien | |
|-----------------------------|-----------|
| Logiernächte | 775 090 |
| Veränderung | -6,5% |
| Beeinflusste LN (KAM) | 371 744 |
| Tour. Umsatz in CHF (KAM) | 70,6 Mio. |
| Medienkontakte | 93,8 Mio. |
| Beeinflusste Medienartikel | 256 |
| Teilnehmer an ST-Medienreis | sen 95 |
| TV-Teams | 7 |
| Webbesucher | 574889 |
| Werbe- und | |
| Marketing-Kontakte | 26,3 Mio. |
| Distribuierte Broschüren | 620000 |
| Hochwertige Kundenkontakt | e 35000 |

| Belgique | |
|--------------------------------|-----------|
| Nuitées | 775 090 |
| Variation | -6,5% |
| Nuitées générées (KAM) | 371 744 |
| Chiffre d'affaires touristique | |
| en CHF (KAM) | 70,6 mio. |
| Contacts médias | 93,8 mio. |
| Articles générés par ST | 256 |
| Participants aux | |
| voyages de presse ST | 95 |
| Equipes de télévision | 7 |
| Visiteurs sur Internet | 574889 |
| Contacts marketing et | |
| publicité | 26,3 mio. |
| Brochures distribuées | 620000 |
| Contacts clients de qualité | 35000 |
| | |



Machten sich in Korea ein Bild: Botschafter Thomas Kupfer, Bundesrätin Doris Leuthard, ST-Marktleiterin Jean Kim und Fotograf Kyu-Yeol Lee (v.l.n.r.). ur Thomas Kupfer, la Conseillère fédérale Doris Leuthard, Jean Kim (ST

Fakten. Faits.

Korea (Rep.)

Logiernächte 106 700 -22,3% Veränderung Beeinflusste LN (KAM) 78900 Tour. Umsatz in CHF (KAM) 19.7 Mio. Medienkontakte 189 Mio. Beeinflusste Medienartikel 166 Teilnehmer an ST-Medienreisen 16 TV-Teams 6 Webbesucher 186 966 Werbe- und 182 Mio. Marketing-Kontakte 35000 Distribuierte Broschüren

Hochwertige Kundenkontakte

82751

Corée (Rép.)

Nuitées 106 700 Variation -22,3%Nuitées générées (KAM) 78900 Chiffre d'affaires touristique en CHF (KAM) 19,7 mio. Contacts médias 189 mio. Articles générés par ST Participants aux 16 voyages de presse ST Equipes de télévision Visiteurs sur Internet 186966 Contacts marketing et publicité 182 mio. Brochures distribuées 35000 Contacts clients de qualité 82751

«Schweiz. ganz natürlich.» – auch in Korea.

Die Schweizer Botschaft, der Swiss Cultural Fund und ST organisierten in Seoul mit dem «Swiss Festival» eine aufsehenerregende Schweizer Kulturwoche. Dabei rührte ST mit der Fotoausstellung «Get Natural - the Swiss Way» die Werbetrommel für die neuen Naturpärke. Die Bilder des in Korea renommierten Fotografen Kyu-Yeol Lee waren ein wahrer Zuschauermagnet und beste Werbung für das Ferienland Schweiz.

Die Fotos entstanden während einer ST-Medienreise (mehr dazu auf Seite 20) und zeigten die Naturpärke Pfyn-Finges und Binntal, die Destinationen Kandersteg und Zermatt sowie einige eindrückliche Aufnahmen der Städte Zürich, Bern und Luzern. Mit 500 Besuchern täglich wurden die Erwartungen deutlich übertroffen. Einer der Höhepunkte des «Swiss Festival» war die Eröffnungsrede von Bundesrätin Doris Leuthard, die ein grosses Medienecho auslöste.

«Suisse, tout naturellement.», en Corée.

L'ambassade de Suisse, le «Fonds Suisse pour la Culture» et ST ont organisé une semaine culturelle dans le cadre du Swiss Festival à Séoul. L'exposition de photos «Get Natural - the Swiss Way», initiée par ST, a servi à célébrer l'ouverture des nouveaux parcs naturels. Le travail du célèbre photographe coréen Kyu-Yeol Lee a attiré de nombreux spectateurs: un formidable coup de pub pour la Suisse touristique.

Ces photos ont été prises lors d'un voyage de presse organisé par ST (cf. p. 20) dans les parcs naturels de Pfyn-Finges, de la vallée de Binn, à Kandersteg et Zermatt, ainsi qu'à Zurich, Berne et Lucerne. Avec 500 visiteurs par jour, la fréquentation a dépassé toutes les attentes. Le Swiss Festival a été inauguré par la Conseillère fédérale Doris Leuthard, dont le discours a rencontré un fort écho dans la presse coréenne.





Zu Gast in Zentraleuropa.

Die Switzerland Travel Experience (STE) ist ein Zusammenschluss von 25 Schweizer Tourismusanbietern mit einem Ziel: die Anzahl Logiernächte aus den Wachstumsmärkten Zentraleuropas im Jahr 2010 um rund 5 Prozent zu steigern. ST stellt dabei das Netzwerk und die Plattformen für das Zusammentreffen der Schweizer Partner mit lokalen Reisefachvertretern zur Verfügung.

In einer von ST organisierten Roadshow bewarben die Schweizer Anbieter die fünf mitteleuropäischen Staaten Polen, Tschechien, Slowakei, Ungarn und Ukraine. Dabei trafen sie auf rund 400 Reiseveranstalter, Wirtschafts- und Reisejournalisten und lösten auch in den Tagesmedien ein erfreuliches Echo aus. Dank der Roadshow wurde das Wissen über die Schweiz verbessert, zudem konnten Angebote in den Reisekatalogen platziert und wichtige Kontakte geknüpft werden.

A la conquête de l'Europe centrale.

Le Switzerland Travel Experience (STE) rassemble 25 prestataires touristiques suisses qui ont une même ambition: augmenter d'environ 5% le nombre de nuitées en provenance des marchés émergents d'Europe centrale en 2010. ST met à disposition son réseau et ses plateformes pour mettre en contact les partenaires suisses et les professionnels au niveau local.

Dans le cadre d'un road-show organisé par ST, les prestataires suisses se sont rendus en Pologne, République tchèque, Slovaquie, Hongrie et Ukraine. Ils y ont rencontré 400 tour-opérateurs, journalistes économiques et touristiques, générant une importante couverture médiatique, notamment dans la presse quotidienne. Ce road-show a permis de placer des offres dans les catalogues de voyage, d'améliorer la notoriété de la Suisse et de nouer d'importants contacts.

Fakten. Faits.

| Polen, Tschechische Rep. & | Ungarn |
|------------------------------|-----------|
| Logiernächte | 318 841 |
| Veränderung | 0,2% |
| Beeinflusste LN (KAM) | 182 950 |
| Tour. Umsatz in CHF (KAM) 2 | 23,2 Mio. |
| Medienkontakte | 117 Mio. |
| Beeinflusste Medienartikel | 286 |
| Teilnehmer an ST-Medienreise | en 128 |
| TV-Teams | 4 |
| Webbesucher | 365 461 |
| Werbe- und | |
| Marketing-Kontakte | 49 Mio. |
| Distribuierte Broschüren | 496000 |
| Hochwertige Kundenkontakte | 51 100 |

Switzerland.

Switzerland Travel

Experience.

| Pologne, Rép. tchèque et Hongrie | | |
|----------------------------------|-----------|--|
| Nuitées | 318 841 | |
| Variation | 0,2% | |
| Nuitées générées (KAM) | 182 950 | |
| Chiffre d'affaires touristique | | |
| en CHF (KAM) | 23,2 mio. | |
| Contacts médias | 117 mio. | |
| Articles générés par ST | 286 | |
| Participants aux | | |
| voyages de presse ST | 128 | |
| Equipes de télévision | 4 | |
| Visiteurs sur Internet | 365 461 | |
| Contacts marketing et | | |
| publicité | 49 mio. | |
| Brochures distribuées | 496000 | |
| Contacts clients de qualité | 51 100 | |