

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2010)

Rubrik: Städte

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: 27.04.2026

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



Städte.

Die Konjunktur-Barometer.

Schweizer Städte sind beliebte Reiseziele. Sie bieten internationales Flair und lokal verwurzelte Kultur zugleich – das garantiert höchste Lebensqualität. Oft an Seen, Flüssen oder im Grünen gelegen und historisch gewachsen, sind die Schweizer Städte dank guter Bahnverbindungen ideale Ausgangspunkte für Ausflüge in die Berge und Nachbarstädte. Im Konjunkturverlauf spielen Schweizer Städte eine besondere Rolle: Oft verzeichnen sie in Krisen als Erste Einbussen. Im Sommer 2010 aber erholten sich die Städte mit einem Logiernächte-Plus von 6 % auch als Erste wieder. So gilt bei ST ein besonderes Augenmerk der Städte-Hauptkampagne, die prioritär in den Nahmärkten sowie in Spanien und dem Vereinigten Königreich platziert ist. Dabei setzt ST Kunst, Architektur, Events, Shopping und Design ins Zentrum der Vermarktung.

Hauptpartner der Städte-Kampagne:



Vierrad-Antrieb.



Promotion

Hochwertig in Kunst und Architektur.

International Schweizer Städte vereinen Lifestyle und Design auf engstem Raum, eingebettet in grosszügige natürliche Erholungsräume. Davon überzeugt die ST-Broschüre «Städte.» für Deutschland, das Vereinigte Königreich, Italien, Frankreich und Spanien. Mit einer Auflage von 2,5 Millionen Exemplaren beleuchtete in diesen Ländern zusätzlich eine Städtebeilage in hochwertigen Magazinen klassische und moderne Meisterwerke aus Kunst und Architektur.



Zahlen und Fakten.

Städte	2010
Budget	CHF 9 Mio.
Anteil am Gesamtbudget	10,7 %
Ziellmärkte	BE, CH, DE, ES, FR, IT, RU, UK, US (inkl. CA)
Distribuierte Exemplare von Broschüren	2,7 Mio.
Besuche auf MySwitzerland.com	5,6 Mio.
Teilnehmer an ST-Medienreisen	320
Medienkonferenzen im In- und Ausland	14
Medienkontakte (Leser, Zuschauer, Zuhörer)	1,4 Mia.

eMarketing

«City Guide»: ortskundig dank iPhone.

International Schweizer Städte bieten eine Fülle an Sehenswürdigem, Geschäften und Veranstaltungen. Mit der 2010 entwickelten iPhone-App «City Guide» für Basel, Bern, Genf, Lausanne, Lugano, Luzern und Zürich sind Städtebummler perfekt bedient: Offline-Stadtpläne, GPS-unterstützte interaktive und thematisch konzipierte Stadtrundgänge, Tipps zu umliegenden Hotels und Restaurants, Toiletten und Geldautomaten und viel Praktisches mehr. Und das alles je nach Stadt auf Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch.



Key Media Management

Spielend durch Fribourg und Bern.

International 31 Journalisten aus den wichtigsten ST-Märkten erlebten auf ihrer Medienreise die «Swiss Cities Delights» auf besondere Weise. Etwa indem sie Fribourg spielerisch bei einer Partie Golf erkundeten. Oder Bern höchstpersönlich entdeckten: in Gesprächen mit Stadtoriginalen, die den Journalisten die Höhepunkte ihrer Heimat auf amüsante Art näherbrachten.



Erstklassige Schweiz – ganz natürlich.

International Unter dem Titel «Luxury Switzerland» luden ST und Swiss Deluxe Hotels im Juli 44 Medienvertreter aus 22 Ländern in die Schweiz ein. Zum Auftakt ging es nach Gstaad und von dort weiter nach Basel, Genf, Luzern und Zürich. Dabei erlebten die Journalisten die Schweiz zwar von ihrer erstklassigen Seite, doch stets natürlich und mit einem Sinn fürs Authentische.



Key Account Management

«Film ab» für Schweizer Städte.

Frankreich Grosser Vorhang für die Schweiz: 70 französische Reiseagenten und 45 Medienschaffende liessen sich den Pariser Kinoabend nicht entgehen, mit dem sie von ST über die Schweizer Städte ins Bild gesetzt wurden. Kurzfilme über urbane Attraktionen und spannende Präsentationen verschafften den Reiseverkäufern neue Einblicke in die nahe Schweiz. Den Abend organisierte ST zusammen mit sieben Schweizer Städten, der Rhätischen Bahn, TGV Lyria und Swiss Travel System.

