Von analog zu digital

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): **- (2016)**

PDF erstellt am: **25.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-685610

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Von analog zu digital

1994 beginnt eine neue Zeitrechnung, das Internet setzt zum Quantensprung an. Als Online-Pionier im Tourismus mischt Schweiz Tourismus ganz früh ganz vorne mit.

Willkommen auf switzerlandtourism.ch, heisst es 1994. Nur gerade ein Jahr nach der Öffnung des World Wide Web ist die Tourismusorganisation mit einem ersten Webauftritt sofort bei den Leuten. 1983 schon hatte man die Arbeitsgruppe «Neue Medien im Schweizer Tourismus» einberufen und damit das digitale Zeitalter eingeläutet.

Die Marketingwelt steht Kopf

Der wahre Durchbruch gelingt 1999. «Wie sich eine Reisedestination im Web präsentiert, wird in Zukunft matchentscheidend sein. Denn der Feriengast wird seine Reise immer öfter virtuell zusammenstellen», prophezeit Schweiz Tourismus – und schaltet die bahnbrechende Plattform MySwitzerland.com frei. Heute 16-sprachig und auf 36 Länder massgeschneidert, ist die touristische Schweiz dank dem modernen Portal mit über 14 000 Unterseiten überall auf dem Schirm. Automatisch ist nun der Gast am Drücker: «Träumen, planen – und dann in drei Klicks zur Buchung.» Von Beginn weg klinkt sich das Ferienland Schweiz ins virtuelle Schaufenster ein und markiert dort konstant Präsenz.

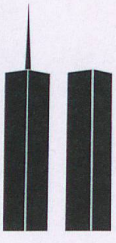
Wie damals, bei Radio und TV: Auch da war die SVZ in der ersten Reihe mit dabei. Im gleichen Tempo belieferte man später per Telex und Fax die Reisebüros rund um den Globus mit Fahrplanauskünften und Zugreservationen. Im Inland war man mit der Telefonnummer 120 bis weit in die 1990er-Jahre hinein allzeit auf Draht für die beliebten Reisetipps der Woche. Heute sind es innovative Apps – unter ihnen der absolute Bestseller «Snow Report» für alle Winterfans. Klug vernetzte Social-Media-Plattformen bündeln und multiplizieren die Werbeeffekte. Unaufhaltsam wandelt sich Schweiz Tourismus zum Multimediahaus.

Prominente und gezielte Promotion der Nebensaison. Die damalige Botschaftergattin und US-Model Shawn Fielding lanciert als Patin die Herbstkampagne.

Nach 71 Jahren Ende der Swissair mit dem Grounding und der Ankunft des letzten Linienflugs am 1. April 2002 in Zürich.

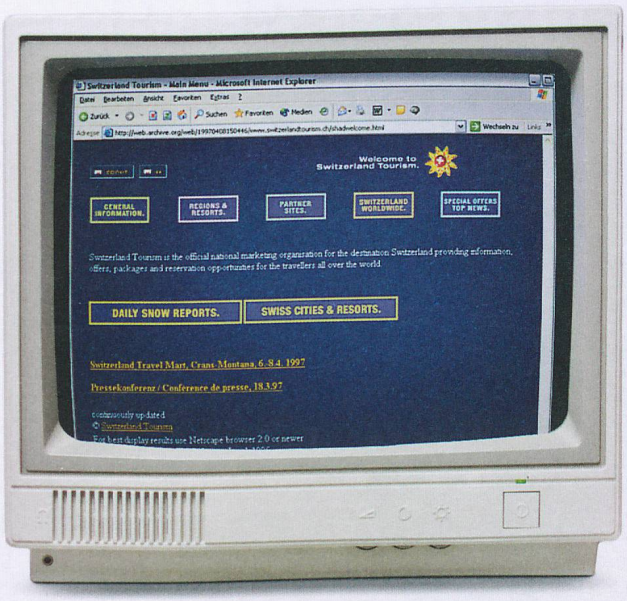
2000

2001

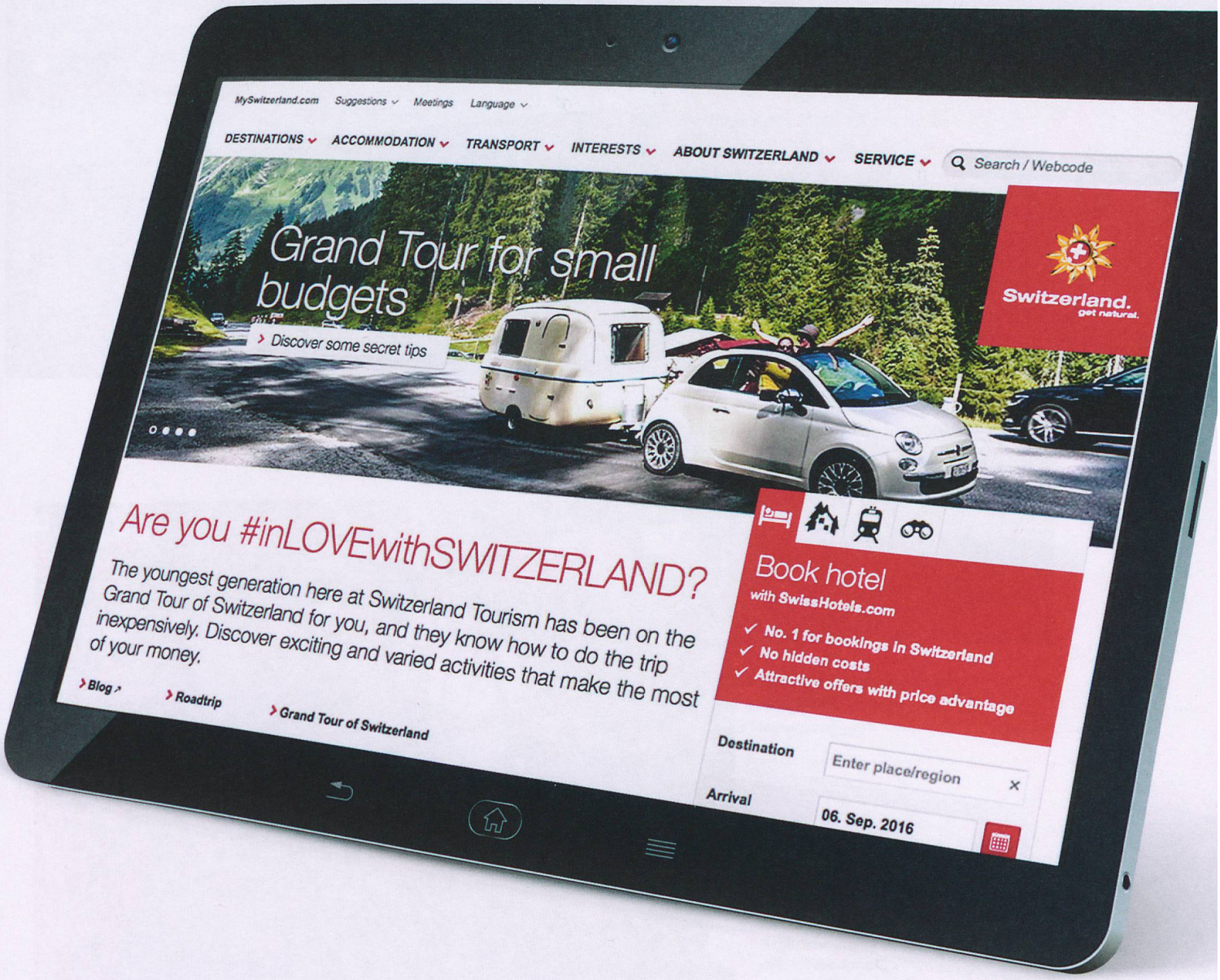


Der Terror in den USA lässt die Gästezahlen einbrechen. Kurzfristig wird die Schweiz in den europäischen Hauptmärkten und im Inland mit einer Kampagne als Ort der «Ruhe und Geborgenheit in einer Zeit der Unsicherheit» beworben.

2002



Aus einer simplen Textseite (1996) wird eine multimediale Plattform, die inzwischen über 30 Millionen Besuche pro Jahr verbucht: **das Webportal MySwitzerland.com**



Der Verkaufsevent des Schweizer Tourismus schlechthin:
Der Switzerland Travel Mart 2015 erstmalig und unkonventionell vom Kongresszentrum ins Bergdorf nach Zermatt.

Seit 2004 in grossem Stil präsent: China wird zu einem wichtigen Standbein für den Schweizer Tourismus.