

Objekttyp: **TableOfContent**

Zeitschrift: **Annual Report / Switzerland Tourism**

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

PDF erstellt am: **24.09.2024**

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.

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

<http://www.e-periodica.ch>

Contents

Born in the Bundeshaus	5
100 campaigns in 100 years	7
Trademark photography	9
Representations around the globe	12
Exhibition Switzerland	17
Swiss poster art leads the way	18
Creative campaigns meet zeitgeist	22
The humour strategy	24
“Switzerland. get natural.”	27
Tourism advertising without kitsch?	28
Masterpieces of film	30
Skilled media relations	33
Important strategic partnerships	34
Focus on the visitor	36
A symbol for the industry	40
From analogue to digital	42
Book the bestseller with a travel pro	45
“Switzerland. meeting excellence.”	46
In love with Switzerland	49
The next generation – Switzerland Tourism of the future	50



*“We must maintain this personal style
in the landscape, inviting our visitors to find
something special here, too.”*

Gabriel Despland, President (1963–1972)



*“I have learnt that there can be
no real tourism without a deep culture
of welcome and hospitality.”*

Dick Marty, President (1996–2007)



*“There can be no commercial advertising
without cultural advertising and no cultural
advertising without tourism advertising.”*

Werner Kämpfen, Director (1960–1979)



*“(…) Tourism as the driving force
for prosperity as well as for mutual
respect and friendship between
the peoples of our world (…)”*

Jean-Jacques Cevey, President (1978–1994)