

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Band: - (1996)

Artikel: Gemeinsam Wirkung erzielen
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-630105>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

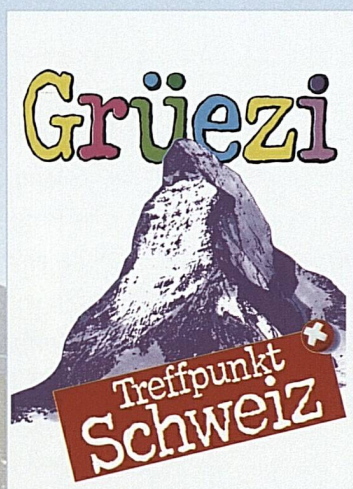
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

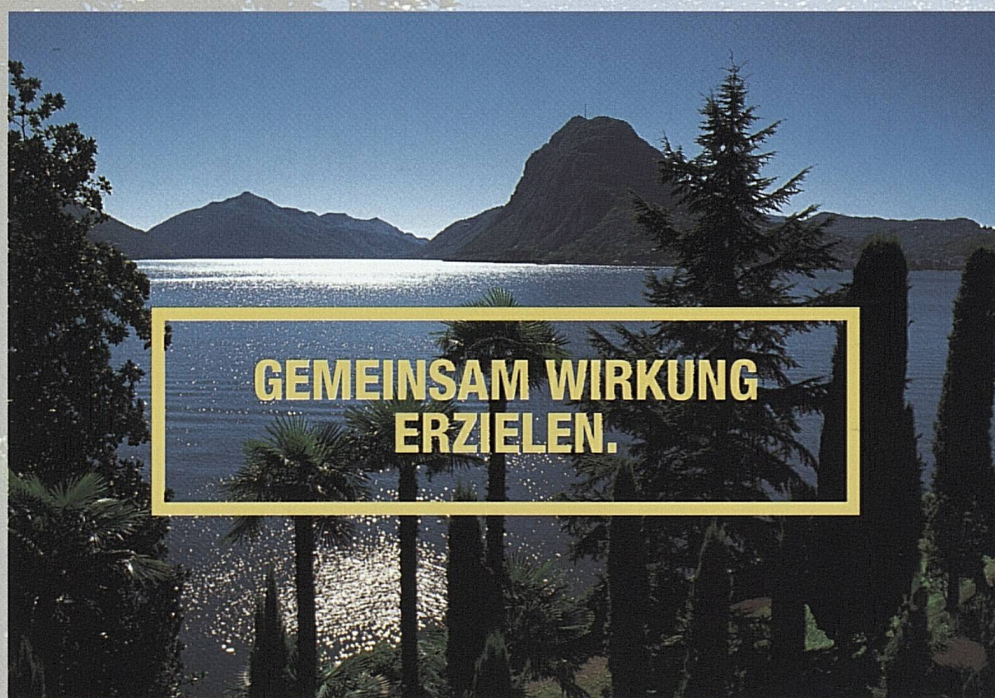
Download PDF: 22.11.2024

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



«Anlässlich Treffpunkt Schweiz konnte sich die Schweiz in Deutschland mit 45 Millionen Kontakten auch als attraktives Reiseziel von der besten Seite zeigen. Über zwanzig Fernsehbeiträge berichteten über diese Schweiz-Kampagne. Höhepunkte bildeten zwei Events: die Schweizer Lichtervisionen in Leipzig und die Messturmbesteigung durch die Schweizer Freeclimberin Evelyne Binsack in Frankfurt. Das Interesse der deutschen Tourismusbranche an der Schweiz konnte spürbar gesteigert werden. Eine gute Basis, um die Präsenz unseres Angebots im deutschen Markt zu festigen.»

*Peter Michel, Leiter Schweiz Tourismus Deutschland,
Projektleiter Treffpunkt Schweiz*



Treffpunkt Schweiz

In Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung OSEC und dem Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit BIGA hat Schweiz Tourismus unter der Schirmherrschaft von Bundes-

präsident Jean-Pascal Delamuraz die Projektleitung der Standortpromotion Treffpunkt Schweiz in Deutschland übernommen. Die Tournee führte von Leipzig nach Magdeburg, Frankfurt, München und Hamburg und wird im Jahr 1997 in deutschen Städten fortgesetzt.

Schweiz Tourismus sieht sich gegenüber den einzelnen touristischen Leistungsträgern auf betrieblicher, lokaler, regionaler und nationaler Ebene als Initiator, Motor, Koordinator und Leader von nachfragewirksamen Marketingprogrammen. Ziel ist es, der touristischen Branche Auftrittsplattformen anzubieten und ihr als Partner, Berater, Marketingprofi und globaler Distributionspartner zur Seite zu stehen.

Mit verschiedenen Partnerorganisationen – zum Beispiel mit den Top 50, den 50 wichtigsten regionalen und lokalen Verkehrsvereinen und touristischen Leistungsträgern, mit den Hotelgruppen der Schweiz, mit den Incoming-Büros der Schweiz, mit dem Board of Airline Representatives in Switzerland BAR – wurden die Zusammenarbeit verstärkt und auch neue Wege von Partnerschaften gesucht. Die Kooperationsvereinbarung mit den Schweizer Tourismusregionen, deren Interesse die Regionaldirektorenkonferenz vertritt, hat sich bewährt und anlässlich von zehn Sitzungen im vergangenen Jahr bereits zu einer intensiven Zusammenarbeit geführt.



BIGA-Direktor J.-L. Nordmann, Bundespräsident J.-P. Delamuraz, ST-Präsident P. Reutlinger, ST-Direktor M. Hartmann bei der Konstituierung des Schweizer Tourismusrates.

Tourismusrat

Auf Einladung des Vorstandes von Schweiz Tourismus fand am 21. März 1996 in Bern die Konstituierung des Schweizer Tourismusrates statt. Bundespräsident Jean-Pascal Delamuraz nahm die offizielle Gründung vor. Er unterstrich die Notwendigkeit von Kooperationen, die über die Branche hinausgehen. Der Schweizer Tourismusrat umfasst 36 Delegierte und liefert Input für die strategische Planung von Schweiz Tourismus.

Tourismustag

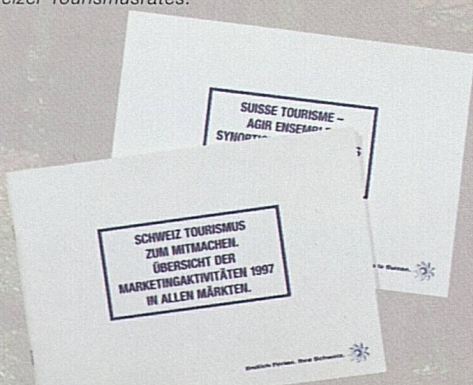
Am 2. und 3. Mai 1996 haben sich 375 Verantwortliche der Tourismusbranche zum 3. Schweizer Tourismustag in Lugano getroffen, um über die Zukunft des Tourismusstandortes Schweiz zu beraten. Schwerpunkte dieser von Schweiz Tourismus organisierten Tagung waren die Angebotsgestaltung, die Länder-Marketingaktionen 1997 sowie das Total-Quality-Management-Programm. In Workshops und Präsentationen wurden die Teilnahmemöglichkeiten an den Schweiz Tourismus-Marketingaktivitäten evaluiert und diskutiert. Informationsstände gaben Auskunft über aktuelle Projekte wie Mailinghouse, Werbekampagne, Events, Marktforschung und Internet.

Kooperationsvereinbarung mit SCIB

Mit dem Switzerland Convention & Incentive Bureau SCIB unterzeichnete Schweiz Tourismus am 16. Dezember 1996 erstmals eine Kooperationsvereinbarung, um gemeinsam die Nachfrage für die Kongress- und Incentive-Destination Schweiz zu steigern.

Swiss Highlights

Unter diesem Motto gastierte die Schweiz für je zwei Wochen in grossen Einkaufszentren von Singapur und Kuala Lumpur. Der Auftritt wurde zusammen mit der Koordinationskommission für die Präsenz der Schweiz im Ausland KOKO, der Schweizerischen Zentrale für Handelsförderung OSEC und Pro Helvetia in die Wege geleitet.



Erfolg für Schweiz Tourismus. 1400 Anmeldungen trafen von touristischen Partnern ein, um 1997 bei 280 Aktionen mitzumachen.