

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2001)

Artikel: Herbstlich Willkommen in der Nebensaison
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-630138>

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.](#)

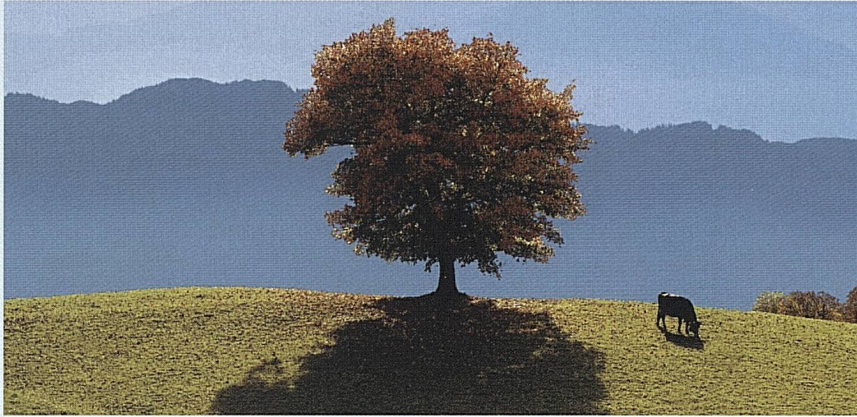
Terms of use

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: 29.11.2024

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

Herbstlich Willkommen in der Nebensaison.



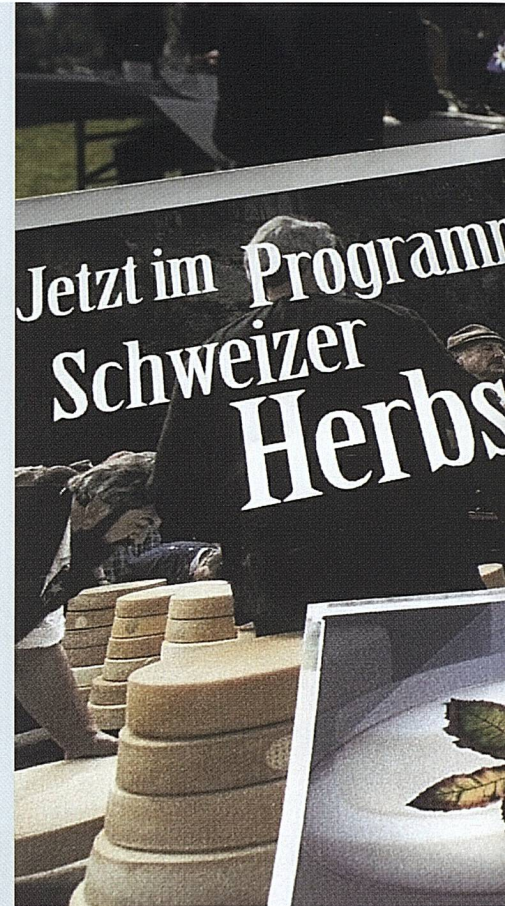
Der Herbst ist in der Schweiz die goldene Jahreszeit, die ideale Zeit zum Wandern und Entdecken der Natur- und Kulturlandschaft. Mit einem neu aufbereiteten Netz von Erlebniswegen locken die Regionen und Destinationen, wandernd die Schweiz zu entdecken. Der Herbst ist aber auch die Zeit der Ernte, der (Wein-)Feste und der reichen Kulturangebote vom Jodel über den Blues zum Choral. Über 400 dieser herbstlichen Glanzlichter wurden für die verschiedenen Kommunikationskanäle, allen voran die Herbstbroschüre und das Internet, aufbereitet und den Gästen – zum Teil direkt buchbar – angeboten.

«Herbstlich Willkommen.» war auch eine Offensive der Gastfreundschaft: So spendierten die Bergbahnen ihren Gästen feine Wanderäpfel, stellten Bündner Hotels den «Scarnuz Grischnun», einen Spezialitätenkorb der Bündner Landwirte, aufs Zimmer, nahm der Chefkoch die Gäste mit auf den herbstlichen Markt, führte der Dorfschullehrer durch prächtige Herbstwälder oder luden Bauern zum Herbstfrühstück auf die Alp. Hinter all diesem Eifer stand ein nationaler Wettbewerb für die besten Ideen zur Herbstpromotion, mit dem das Image der gastfreundlichen Schweiz verstärkt und den Gästen der

Nebensaison zugleich ein realer Mehrwert, das «Herbstmümpfeli», geboten wurde.

Die Zahlen der Kampagne sind überwältigend: In der Schweiz wurden über Railtour/RailAway eine Viertelmillion Broschüren verteilt, 2000 Bahnhöfe präsentierten «Herbstlich Willkommen.»-Plakate. Eine Million Mineralwasserflaschen trugen die Botschaft der Kampagne. Interhome und Migros schrieben tausende Kunden an und verteilten in den 56 grössten Migros Filialen Flyers. Erstmals wurden in sechs Städten Trampplakate mit Booklet-Dispensern eingesetzt. Und ebenfalls erstmals wurde auf Globe TV in fünf Lokalfernsehgeräten ein rund viertelstündiges Herbstferienmagazin ausgestrahlt.

In Deutschland erhielt die Kampagne einen aggressiven, sichtbaren Auftritt an wichtigen, frequenzstarken Standorten: Im Frankfurter Hauptbahnhof wurde das mit 250 m² grösste Werbeplakat Deutschlands aufgehängt. Megaposter wurden auch in süddeutschen Städten wie Stuttgart oder München eingesetzt. Eine Kleininserate-Kampagne verbreitete das herbstliche Willkommen in der FAZ, der Süddeutschen, der Welt am Sonntag und der Welt. Die Broschüre zur Kam-



pagne war in Teilbeilagen von Stern, Spiegel, Geo-Saison und Feinschmecker. 20 Medienschaffende wurden vor Ort ins Ferienangebot des Schweizer Herbstes eingeführt und lösten zahlreiche Medienberichte aus. Schliesslich steckte die Herbstbroschüre in den Sitztaschen aller Crossair-Flugzeuge auf Deutschland-Routen.

«In der Nebensaison Herbst steckt noch ein grosses Wachstumspotenzial, darum investiert Schweiz Tourismus eine Gesamtsumme von CHF 1.8 Millionen. Was rund 35 Millionen Herbstumsatz generieren soll.» Damit setzte Jörg P. Krebs, Verantwortlicher für das Produkt Marketing Leisure bei Schweiz Tourismus, die Messlatte.

Für jeden eingesetzten Marketingfranken sollen 22 Franken Herbstumsatz zurückkommen. So das Ziel der diesjährigen Promotion «Herbstlich Willkommen.» mit ihren drei Erlebniswelten Natur, Gastronomie und Kultur.



Partner

«Herbstlich Willkommen.» war eine sehr partnerschaftliche Promotion, die mit dem Schweizer Hotelier-Verein, GastroSuisse, dem Schweizer Tourismus-Verband, den touristischen Regionen und Destinationen sowie, neu in diesem Herbst, auch dem Verband öffentlicher Verkehr und den Seilbahnen Schweiz breit abgestützt war. Die Dachverbände bis hin zu den einzelnen Leistungsträgern engagierten sich aktiv für die Promotion und schenkten den Gästen in vielfacher Form ihr herbstliches Willkommen.

Erlebniswege im Trend

Zum Beispiel die Geschichte des Zigers auf dem «Ziger-Highway» über Mollis. Oder die Geschichte der Transitwege über die Alpen auf der Via Spluga von Thusis nach Chiavenna. Ob auf dem Windrädliweg im Toggenburg, dem Schmetterlingspfad im Obwaldnerland, dem Vogelscheuchenpfad in den Weinbergen oberhalb Morges oder entlang den Saurierspuren am Monte San Giorgio, die Lust aufs Herbstwandern ist geweckt.



Gewichtige Auszeichnung

Am 30. Oktober 2001 erhielt die Produkt Managerin der Herbstpromotion 2000, Ladina Giovanoli, den «Milestone. Tourismuspreis Schweiz.» von der hotel + tourismus revue. Sie hat den Preis als Nachwuchskraft für ihre Kompetenz, aber auch ihren persönlichen Einsatz in der erfolgreichen Konzeption und Umsetzung der Herbstkampagne im Jahre 2000 erhalten. Gleichzeitig wurde mit dem Milestone auch Schweiz Tourismus für ihre Nachwuchsförderung ausgezeichnet. (Heute ist Ladina Giovanoli Produkt Managerin Wellness.)

