

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

Artikel: Gemeinsam stärker
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-630180>

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: 26.11.2024

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

Gemeinsam stärker.

Partnerschaften erlauben dem Tourismus Spitzenleistungen.



Kein einziger Anbieter vermag heute noch alleine ein nachhaltiges Kampagnenbudget aufzubringen, all seine Absatzmärkte zu betreuen, seine Marke zu bilden und zu führen und den E-Channel zu bedienen. Partnerschaft ist das Zauberwort. Und es wirkt. Immer häufiger suchen die touristischen Leistungsträger der Schweiz die gemeinsame Angebotsbildung und bringen sich in die von Schweiz Tourismus lancierten und betreuten Kampagnen und Marketingstrukturen ein. Mit wirtschaftlichem Erfolg und einem erkennbaren, eigenständigen Profil.

Schweiz Tourismus bietet verschiedene Formen der Partnerschaft an: Die einfachste Form, die so genannte Basis, bildet die Mitgliedschaft, heute insgesamt 540 Organisationen. Neben dem Zugang zu den Grundleistungen von Schweiz Tourismus, der nicht kommerziellen Nutzung des Logos und der Teilnahme mit Stimmrecht an der Mitgliederversammlung, nutzen die Mitglieder aktiv die Marketingplattformen im In- und Ausland, wie Werbereisen und Workshops, Messen und Events; sie besuchen den Schweizer Ferientag und verwenden die Online-Informationenplattformen, insbesondere den Branchenkanal STnet.ch.

Eine weitere Form der Partnerschaft ist die Mitgliedschaft im Schweizer Tourismusrat. Dieser wird ab 2002 sukzessive ausgebaut und soll sich vom «Advisory Board» zum interaktiven Gremium wandeln: Zu den Leistungen gehören die Grundleistungen, die Schweiz Tourismus erbringt, die nicht kommerzielle Logonutzung mit dem Claim «Mitglied Schweizer Tourismusrat», die Teilnahme

am Jahrestreffen, an Studienreisen und Marktbesuchen im Ausland, an VIP-Anlässen sowie am Schweizer Ferientag. Ebenso gehören der Zugang zu Marktforschungsdaten, die Erwähnung mit Link auf MySwitzerland.com und die Nutzung der verschiedenen Online-Informationsplattformen von Schweiz Tourismus dazu.

Weitere an Bedeutung gewinnende Arten von Partnerschaften sind die Kooperationen, die Schweiz Tourismus mit Wirtschaftspartnern abschliesst, die so genannten strategischen Partnerschaften. Schweiz Tourismus öffnet ihren Wirtschaftspartnern über ihre Kommunikationsplattformen und Distributionskanäle gezielt den Zugang zu einem Potenzial von Millionen Kunden in aller Welt mit überdurchschnittlichem Einkommen und hohem Qualitätsbewusstsein. Die strategischen Partner werden weltweit in alle Marketing- und Promotionsaktivitäten eingebunden und dürfen den Titel «Official Partner of Switzerland Tourism» für ihre eigenen Auftritte verwenden.

Im Jahr 2001 unterhielt Schweiz Tourismus Partnerschaften mit Bucherer, Crossair, Europcar, Global Education und Global Refund, SBB, SWEA (Verband der Schweizerischen Weinexporteure), Swiss Dairy Food, Swisscom, Swissair, Top Events of Switzerland.

Eine einzigartige Stütze der Volkswirtschaft

Der Umsatz, den der Tourismus jährlich generiert, ist nicht allein frankenmässig bedeutend für die Volkswirtschaft, erbringt er doch beinahe 6% des Bruttoinlandproduktes. Die Einzigartigkeit des touristischen Einkommens ist dessen weite Verbreitung: Kein anderer Wirtschaftszweig, mit Ausnahme der Landwirtschaft, ist bis in die hintersten Zipfel des Landes verteilt und sorgt auch in den kleinsten Dörfern in entlegensten Gebieten für ein Auskommen.

Und, wie neuste volkswirtschaftliche Studien zeigen, der Tourismus ist nicht nur ein Wirtschaftszweig mit einer grossen Zukunft, er ist für die Volkswirtschaft wichtiger als erwartet. Denn es wird immer deutlicher, dass der Tagestourismus einen weit höheren Umsatz generiert als bisher angenommen. Auch Tagesgäste und Kurzurlauber können sich über Ausflugsmöglichkeiten wie Themenrouten, Erlebniswege, hunderte von Städtetipps oder kulturelle Veranstaltungen auch auf MySwitzerland.com informieren.

**Strategische Partner
(Stand Januar 2002)**

BUCHERER

Europcar

SBB CFF FFS



swisscom

swiss dairyfood

SWISS POST



WENGER®
THE GENUINE SWISS ARMY KNIFE™