

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweiz Tourismus
Herausgeber: Schweiz Tourismus
Band: - (2008)

Rubrik: Aktivmärkte = Marchés actifs

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

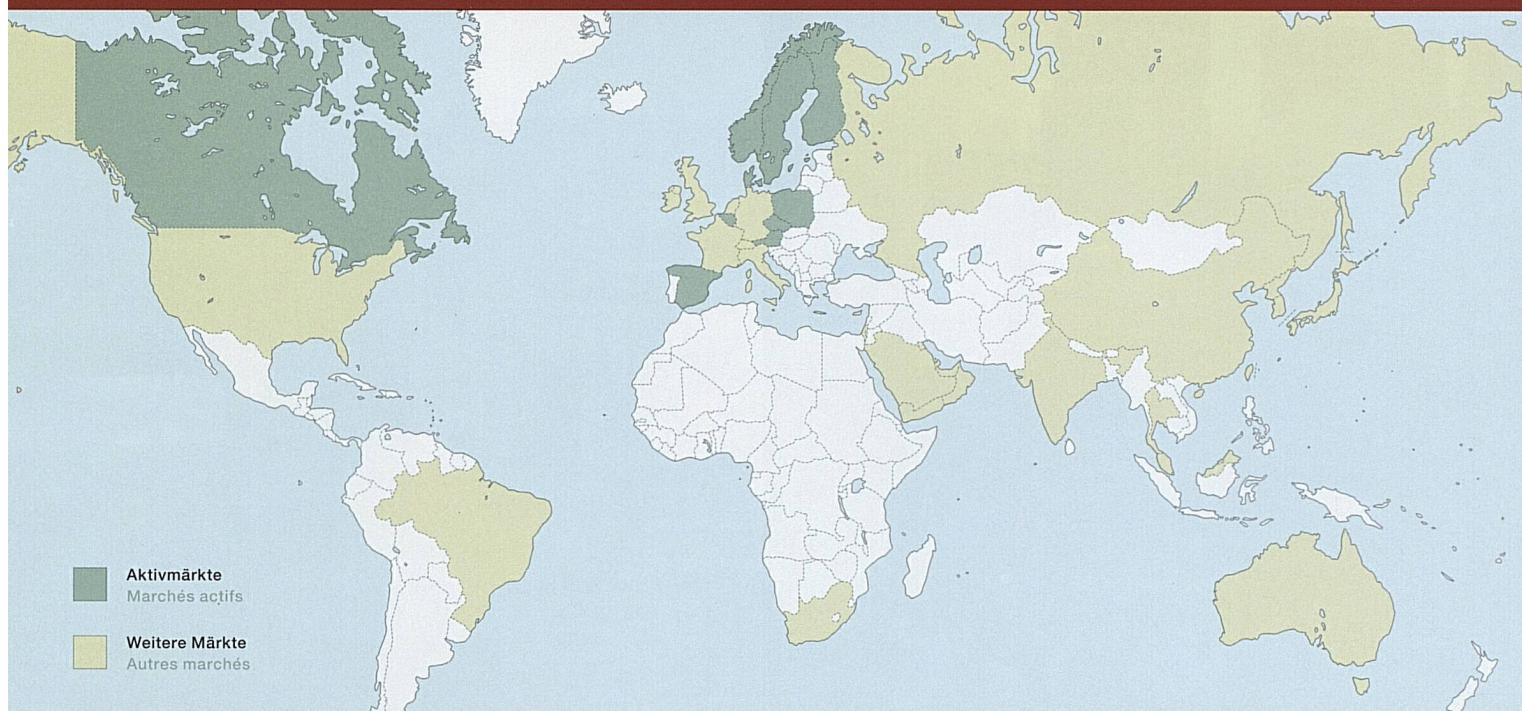
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

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: 30.03.2025

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



Aktivmärkte Marchés actifs	Logiernächte 2007 Nuitées 2007	Logiernächte 2008 Nuitées 2008	Veränderung in % Variation en %	Marktanteil in % Part de marché en %
Belgien / Belgique	798 808	829 194	3,8	2,2
Nordische Länder / Pays nordiques	515 946	469 603	-9,0	1,3
Spanien / Espagne	448 248	462 132	3,1	1,2
Österreich / Autriche	386 824	412 777	6,7	1,1
Kanada / Canada	215 064	213 403	-0,8	0,6
Polen / Pologne	120 286	134 238	11,6	0,4
Tschechische Republik / République tchèque	85 885	102 449	19,3	0,3

Quelle: BFS 2007 und 2008
Source: OFS 2007 et 2008

19,3%

beträgt die Steigerungsrate der Übernachtungen von Touristen aus der Tschechischen Republik im 2008. Insgesamt waren es 102 449 Übernachtungen, das sind 16 564 mehr als im Vorjahr.

19,3%

Tel est l'accroissement du nombre de nuitées des touristes de la République tchèque en 2008. Elles ont augmenté de 16 564 pour atteindre 102 449 nuitées.

Die Aktivmärkte.

Österreich, Belgien, Kanada, die Nordischen Länder, die Tschechische Republik, Polen und Spanien stehen für 7,7% der Logiernächte und werden von ST aktiv bearbeitet. Das heisst: Je nach Struktur des Marktes kommen Elemente des Marketing-Mixes zum Einsatz. Spanien entwickelt sich so gut, dass ST das Land ab 2009 als strategischen Wachstumsmarkt führt (siehe Seite 32). Reaktiv behandelt ST die Aufbaumärkte Australien, Brasilien, Israel, Malaysia, Südafrika, Singapur und Thailand: Sie werden zum Beispiel von Botschaften im Mandat betreut.

Marchés actifs.

Autriche, Belgique, Canada, Scandinavie, République tchèque, Pologne et Espagne génèrent 7,7% des nuitées en hôtels et sont démarchés activement par ST. En clair, les instruments du marketing-mix sont utilisés en fonction de la structure du marché. Le marché espagnol a progressé à tel point que, dès 2009, ST gèrera ce pays comme marché stratégique de croissance (v. p. 32). ST traite de façon réactive, par exemple en mandant des ambassades, les marchés suivants: Afrique du Sud, Australie, Brésil, Israël, Malaisie, Singapour et Thaïlande.



CREES QUE ESQUIAR MIRA QUÉ PR

precios por persona en habitación doble estándar y régimen indicado, válidos para determinadas fechas hasta el 31 de marzo de 2018. *Consulta fechas y condiciones de aplicación.

Gute Aussichten auf berühmte Berge und perfekte Pisten locken immer mehr Spanier in die Schweiz.
De belles perspectives sur des sommets célèbres et d'excellentes pistes attirent de plus en plus d'Espagnols en Suisse.

Ein Grund des Trends: die Sonderaktionen von ST.
Une raison de cette tendance: les promotions de ST.

In Spanien hält der Schweizer Winter Einzug.

Die Kaufhauskette El Corte Inglés ist mit 470 Reisebüros Marktführerin unter den spanischen Ferienverkäufern und stand im Mittelpunkt einer grossen ST-Offensive. Inserate in der Tagespresse und im Radio sowie 550 Banderolen in den Kaufhäusern warben für den Schweizer Winter im Allgemeinen und die Jungfrauregion und das Wallis im Besonderen. Sie verwiesen auf die Reisebüros von El Corte Inglés, deren Webauftritt ebenfalls von der Sehnsucht nach der winterlichen Schweiz geprägt war und deren Angestellte explizit von ST geschult wurden.

Ausserdem lud ST in Madrid und Barcelona zu Medienkonferenzen ein und konnte Vertreter von Zeitungen und Radiosendern begrüessen, die ein Gesamtpublikum von 10 Millionen Spaniern erreichen. Ziel dieser Marketing-Offensive ist, die Logiernächte von Spaniern im Winter um 10% zu steigern.

Offensive hivernale suisse en Espagne.

La chaîne de grands magasins El Corte Inglés, qui compte 470 agences de voyages, est le leader du secteur en Espagne. Elle a fait l'objet d'une vaste offensive de ST. Des annonces dans les quotidiens et à la radio ainsi que 550 banderoles déployées dans les magasins ont fait la promotion de l'hiver suisse en général, de la Région de la Jungfrau et du Valais en particulier. Elles renvoyaient aux agences d'El Corte Inglés, dont le site web était habillé aux couleurs de l'hiver suisse. Les employés des agences ont été spécialement formés par ST.

De plus, en organisant des conférences de presse à Madrid et à Barcelone pour les représentants de la presse écrite et de la radio, ST a pu toucher une audience cumulée de 10 millions d'Espagnols. Cette offensive de marketing vise à augmenter de 10% les nuitées hivernales des Espagnols.

Fakten. Faits.

Spanien

Logiernächte	462 132
Steigerung	3,1%
Beeinflusste LN (KAM)	37 000
Touristischer Umsatz (KAM)	8,9 Mio.
Medienkontakte	154 Mio.
Beeinflusste Medienartikel	225
Teilnehmer an ST-Medienreisen	92
TV-Teams	13
Webbesucher	492 000
Werbe- und Marketing-Kontakte	70 Mio.
Distribuierte Broschüren	1,4 Mio.
Hochwertige Kundenkontakte	26 000

Espagne

Nuitées	462 132
Augmentation	3,1%
Nuitées générées (KAM)	37 000
Chiffre d'affaires touristique (KAM)	8,9 mio.
Contacts médias	154 mio.
Articles générés par ST	225
Participants aux voyages de presse ST	92
Equipes de télévision	13
Visiteurs sur Internet	492 000
Contacts marketing et publicité	70 mio.
Brochures distribuées	1,4 mio.
Contacts clients de qualité	26 000



Gents Bürgermeister Tremont gefiel die Aktion ebenso wie den Kindern, die auf 40 Tonnen echtem Schnee erste Erfahrungen mit dem Schweizer Winter machten.
Le maire de Gand Tremont a apprécié cette action tout comme les enfants qui ont fait leurs premières expériences de l'hiver suisse grâce à 40 tonnes de neige.

Fakten. Faits.

Belgien

Logiernächte	829 194
Steigerung	3,8%
Beeinflusste LN (KAM)	350 000
Touristischer Umsatz (KAM)	66,5 Mio.
Medienkontakte	74,7 Mio.
Beeinflusste Medienartikel	173
Teilnehmer an ST-Medienreisen	72
TV-Teams	4
Webbesucher	426 000
Werbe- und Marketing-Kontakte	23,6 Mio.
Distribuierte Broschüren	580 000
Hochwertige Kundenkontakte	21 400

Belgique

Nuitées	829 194
Augmentation	3,8%
Nuitées générées (KAM)	350 000
Chiffre d'affaires touristique (KAM)	66,5 mio.
Contacts médias	74,7 mio.
Articles générés par ST	173
Participants aux voyages de presse ST	72
Equipes de télévision	4
Visiteurs sur Internet	426 000
Contacts marketing et publicité	23,6 mio.
Brochures distribuées	580 000
Contacts clients de qualité	21 400

ST inszeniert in Belgien den Alpenwinter.

In der Altstadt von Gent errichtete ST zusammen mit Österreich Werbung und 20 Feriendestinationen ein kleines, romantisches Winteralpendorf. 40 Chalets mit Informationsständen, eine Kletterwand aus Eis, der Snowboard-Simulator und verschiedene Degustationsstände zogen Neugierige in ihren Bann. Insgesamt konnten in der «Snowcity» gegen 35 000 Schneesportbegeisterte begrüßt werden.

Gents Bürgermeister liess es sich nicht nehmen, den Event persönlich zu eröffnen. Neben der märchenhaften Alpenstimmung stand das Spektakel auf der kurzen Skipiste im Mittelpunkt: Gebaut wurde sie mit 40 Tonnen Schnee aus einer naheliegenden Skisporthalle. Gent liegt zwischen Brüssel und Antwerpen und ist die drittgrösste Stadt Belgiens.

Mise en scène hivernale en Belgique.

Dans la vieille ville de Gand, en partenariat avec Österreich Werbung et 20 destinations de vacances, ST a construit un petit village alpin romantique en hiver. 40 chalets dotés de stands d'information, un mur de glace pour l'escalade, un simulateur de snowboard et divers stands de dégustation ont fasciné les curieux. Au total, «Snowcity» a accueilli quelque 35 000 fans de sports d'hiver.

Le maire de Gand a inauguré en personne cette manifestation. En plus de l'atmosphère alpine féérique, le spectacle s'est aussi déroulé sur la petite piste de ski construite avec 40 tonnes de neige provenant d'une halle de ski voisine. Gand, située entre Bruxelles et Anvers, est la troisième ville de Belgique.



Sportlicher Einsatz: M. Bähler (Bern Tourismus) und M. Capodanno (ST Kanada) mit den Eishockey-Nationalspielern Peter Guggisberg, Ronnie Rüeger und Mathias Seger (v. l. n. r.).
Missions sportives: M. Bähler (Berne Tourisme) et M. Capodanno (ST Canada), P. Guggisberg, R. Rüeger et M. Seger (de g. à dr.), joueurs de la sélection nationale de hockey sur glace.

Kanada spielt der Schweiz den Puck zu.

Die Schweiz ist 2009 Gastgeberland der Eishockey-Weltmeisterschaft. An der WM 2008 im kanadischen Québec benützte ST die Gelegenheit, die Werbetrommel für das Ferienland Schweiz zu rühren. Im Stadion mit 16 000 Sitzplätzen wurde vor jedem Spiel ein Drei-Minuten-Clip über den Schweizer Sommer und das öffentliche Transportsystem gezeigt. An einem prominent platzierten Messestand warb ST für die WM 2009 in der Schweiz und generierte durch einen attraktiven Wettbewerb Adressen von Schweiz-Interessierten.

Ausserdem konnten Schweizer Nationalspieler sowie prominente Schweizer Hockeyspieler der amerikanischen NHL als Zugpferde für die Öffentlichkeitsarbeit gewonnen werden: Sie verteilten am ST-Stand Autogramme. Schöner Zufall: Genau in dieser Zeit führte der Schweizer Hockeystar Mark Streit damals die «Montreal Canadiens» in die Playoffs und sorgte für viel Gesprächsstoff.

Le Canada passe le palet à la Suisse.

En 2009, la Suisse accueillera le Championnat du monde de hockey sur glace. ST a profité de l'édition 2008 à Québec pour profiler la Suisse comme destination de vacances. Avant chaque match, un clip de trois minutes sur l'été suisse et les transports publics a été projeté dans la patinoire de 16 000 places. Sur un stand bien placé, ST a fait la promotion du Championnat 2009 en Suisse et a pu recueillir les adresses d'hôtes potentiels grâce à un concours attrayant.

En outre, les internationaux helvétiques et les meilleurs hockeyeurs suisses de la NHL ont été recrutés pour donner des autographes sur le stand de ST. Heureux hasard: la vedette du hockey suisse Mark Streit, alors leader des «Montreal Canadiens» dans les éliminatoires, était justement au centre des conversations.

Fakten. Faits.

Kanada und USA

Logiernächte	1,7 Mio.
Steigerung	-7.9%
Beeinflusste LN (KAM)	244 460
Touristischer Umsatz (KAM)	66 Mio.
Medienkontakte	632 Mio.
Beeinflusste Medienartikel	536
Teilnehmer an ST-Medienreisen	119
TV-Teams	9
Webbesucher	854 000
Werbe- und Marketing-Kontakte	151 Mio.
Distribuierte Broschüren	1,5 Mio.
Hochwertige Kundenkontakte	101 847

Canada et Etats-Unis

Nuitées	1,7 mio.
Augmentation	-7,9%
Nuitées générées (KAM)	244 460
Chiffre d'affaires touristique (KAM)	66 mio.
Contacts médias	632 mio.
Articles générés par ST	536
Participants aux voyages de presse ST	119
Equipes de télévision	9
Visiteurs sur Internet	854 000
Contacts marketing et publicité	151 mio.
Brochures distribuées	1,5 mio.
Contacts clients de qualité	101 847