

**Zeitschrift:** Jahresbericht / Schweiz Tourismus  
**Herausgeber:** Schweiz Tourismus  
**Band:** - (2011)  
  
**Rubrik:** Städte

### **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>**



# Städte.

## Urban, verwurzelt und frisch.

Schweizer Städte bringen internationales Flair und lokal verwurzelte Kultur zusammen – das verspricht höchste Lebensqualität vor erfrischend grüner Kulisse.

Die Lage an Seen, Flüssen oder im Grünen, die Anbindung ans einzigartige Bahnverkehrsnetz, die erlebbare Geschichte, das einmalige Angebot für Kunst, Architektur, Events, Shopping und Design: Um den Qualitäten der Schweizer Städte Rechnung zu tragen, rückte sie ST innerhalb ihrer Sommerkampagne ins Zentrum der Aufmerksamkeit.

Hauptpartner der Städtekampagne:



### Vierrad-Antrieb.



Promotion

## Mehr als nur Berge. Viel mehr.

**International** Sebi und Paul, die Steinträger aus dem ST-Sommer-Spot 2010, zeigen, dass die Schweiz nicht nur Berge zu bieten hat: Im prämierten Städte-TV-Spot (Seite 43) entdecken sie eine Schweizer Stadt in all ihren Facetten, Schmunzeln inklusive. Der Spot wurde auf Youtube und Dailymotion knapp 500 000 Mal angeschaut – zweieinhalbmal mehr als erhofft – und erreichte weltweit 192 Millionen Fernsehzuschauer.



## Zahlen und Fakten.

Städte	2011	2010
Budget	CHF 10,2 Mio.	CHF 9 Mio.
Anteil am Gesamtbudget	10,8 %	10,7 %
Ziellmärkte	BE, CH, DE, ES, FR, IT, RU, UK, US (mit CA)	
Distribuierte Exemplare von Broschüren	4 Mio.	2,7 Mio.
Teilnehmer an ST-Medienreisen	332	320
Medienkonferenzen im In- und Ausland	24	14
Medienkontakte (Leser, Zuschauer, Zuhörer)	2,3 Mia.	1,4 Mia.

Städte.



### Promotion

## Insidertipp: 24-Stunden-Stadtführung.

**International** In 24 Stunden kann man viel erleben: Die Broschüre «Der Städteverführer.» verrät auf 80 Seiten, wie Besucher in 23 Städten deren individuellen Charme kennenlernen und einen perfekten Tag verbringen können: mit je rund zehn Stationen, begonnen beim Mittags-apéro im lauschigen Innenhof über den anregenden Museumsbesuch und das romantische Abendessen bis zu Insider-Nachtprogramm und Hoteltipp. 590 000 Exemplare in fünf Sprachen inspirierten die Städtebummler.



## Natur und Städte in Seouls U-Bahn.

**Korea** «Swiss hiking by train.» – damit rückte ST Korea die einzigartige Kombination von Städtereisen und Naturerlebnissen, verbunden durch ein umweltfreundliches Verkehrsnetz, ins Zentrum der Aufmerksamkeit. In acht U-Bahn-Stationen in Seoul weckten auffällige Leuchtdisplays bei rund 32 Millionen Pendlern Lust auf Schweiz-Ferien. Für den Hauptpartner der Aktion, Swiss Travel System, ein Grosserfolg: 2011 verkaufte er in Korea 7768 «Swiss Passes» – knapp 35 % mehr als im Vorjahr.

### Key Media Management



## Wenn Berge und Städte verschmelzen.

**Niederlande** Die Sommerlancierung in Amsterdam rückte die Schweizer Städte noch näher an die Berge: Alphornklänge empfingen 95 Medienvertreter und Reiseveranstalter, der Städtespot entführte sie ins urbane Umfeld. Floorthe Dessing, Reisereporter-Legende und Schweiz-Fan, berichtete von den Vorzügen der Schweizer Städte. Das begeisterte: Online-, Fernseh- und Presseberichte sorgten für rund 1,1 Millionen Medienkontakte.

Das ST-Team Niederlande und seine Schweizer Partner empfangen 95 Gäste zur vielbeachteten Sommerlancierung.



### Key Account Management

## Schweizer Stadtsommer auf Tour.

**Italien** Zwei auffällige Städte- und Sommer-Trailer machten auf der Roadshow, die ST mit den Hauptpartnern Luzern, Zürich, Engadin St. Moritz, der Rhätischen Bahn und Swiss Travel System, dem Tessin und Wallis durchführte, Halt in Turin, Bologna und Mailand. An Workshops für Reiseveranstalter sowie Medienkonferenzen und Eröffnungsveranstaltungen verzeichnete die Roadshow rund 3000 hochwertige Direktkontakte.