

Städte

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweiz Tourismus**

Band (Jahr): - **(2012)**

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Städte.

Erfrischende Trendsetter.

Flüsse, Seen und idyllische Weiher: In den Schweizer Städten sorgen die Gewässer für Lebensqualität. ST machte sie dieses Jahr zum Hauptthema.

Die kulturelle Vielfalt Basels, die historische Magie Berns oder die Internationalität Genfs: Ohne das Wasser hätten Schweizer Städte kaum diese unwiderstehliche Ausstrahlung. Auch die kleineren Städte verdanken ihre Atmosphäre oft einem See oder einem Fluss. Die ST-Sommerkampagne setzte darum ganz auf das Thema Wasserland.

Hauptpartner der Städtekampagne:

Basel⁺
Culture Unlimited.

BERN⁺

GENÈVE
EINE WELT FÜR SICH[®]

Lausanne
OLYMPISCHE HAUPTSTADT

LUGANO⁺
swiss mediterranean style

LUZERN⁺
ГІСЄВІЄ
DIE STADT DER SEE, DIE BERGE.

St.GallenBodensee
entdecken•erleben•wissen

...winterthur...

zürich⁺
WIRTSCHAFTS- UND KULTURSTADT

International.

Immer dabei: die besten Städtetipps.

Als iPad-Version führt die eBroschüre «Städteverführer.» von ST auf einer 24-Stunden-Tour durch 24 Schweizer Städte, verrät dabei zahlreiche Insidertipps und präsentiert die klassischen Sehenswürdigkeiten. Daneben gibt es neu nicht mehr nur fürs iPhone, sondern auch für Android die «City Guide»-App mit vielen Funktionen für acht Schweizer Städte. 138 843 Nutzer luden sich 2012 die App herunter.



Zahlen und Fakten.

Städte	2012	2011
Budget	CHF 8,2 Mio.	CHF 10,2 Mio.*
Anteil am Gesamtbudget	8,1 %	10,8 %
Ziellmärkte	BE, CH, DE, ES, FR, IT, RU, UK, US (mit CA)	
Distribuierte Exemplare von Broschüren	3 Mio.	4 Mio.
Teilnehmende an ST-Medienreisen	381	332
Medienkonferenzen im In- und Ausland	23	24
Medienkontakte (Leser, Zuschauer, Zuhörer)	2,09 Mia.	2,3 Mia.
Alle Zahlen inklusive Impulsprogramm		

* Verstärkte Marketingmassnahmen (TV-Spot «Städte.»)

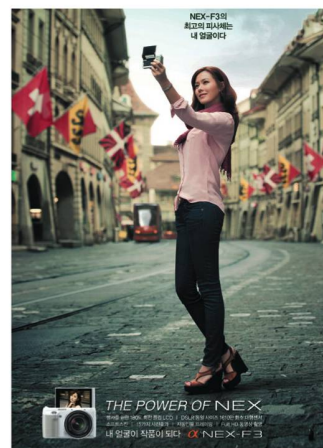
„Die schöne Schweizer Landschaft inspirierte fast ganz Korea.“

Seunghoon Kim, Marketing Communications Manager bei Sony Korea Corporation

Korea.

Die Schweiz im Fokus von Sony.

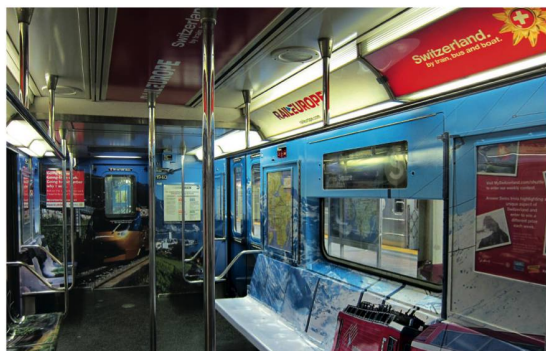
In Korea stand das neuste Kameramodell ganz im Zeichen der Schweiz. Als wichtigster Verbündeter soll die Kamera ihren Besitzer zu den schönsten Zielen begleiten. So waren prächtige Bilder von Schweizer Städten und Bergen während zweier Monate im koreanischen Fernsehen, in den Kinos und in Magazinen präsent und erzielten insgesamt 4,2 Milliarden Medien- und Marketingkontakte. ST unterstützte Sony Korea unter anderem bei der Produktion der Kampagne in der Schweiz.



USA.

Den New Yorkern fuhr die Schweiz ein.

Zwischen der Grand Central Station und dem Times Square in New York befördert der «42nd Street Shuttle» der U-Bahn täglich rund vier Millionen Passagiere. Diese sahen im Frühling während eines ganzen Monats rot-weiss: Die Wagen des Shuttles waren innen und aussen dekoriert mit Schweizer Sujets. Die Aktion wurde während der ganzen Zeit begleitet von diversen Promotionen, Events und Wettbewerben.



Komplett im Schweiz-Look: die Wagen des «42nd Street Shuttle» der New Yorker U-Bahn.

China.

Im Festival-Rhythmus der Schweiz.

Zum dritten Mal brachte das «China Drifting Festival» in Zürich chinesische und Schweizer Künstler zusammen. Die diesjährige Ausgabe fand ihren Höhepunkt an der Street Parade, an der sich chinesische DJs mit ihren europäischen Kollegen massen. Unter dem Titel «Swiss Kiss» lancierte ST in China einen Social-Media-Wettbewerb, bei dem als Gewinn eine Reise an die grosse Technoparty lockte. Acht Journalisten aus allen Landesteilen Chinas begleiteten Raver und DJs und berichteten in ausführlichen Reportagen über den Schweizer Festivalsommer.