

# Expertenbeitrag

## Entscheidend ist ein ausgewogener Kommunikationsmix





**Autor  
Emch Urs**

[urs.emch@switzerland.com](mailto:urs.emch@switzerland.com)  
<http://www.MySwitzerland.com>

Urs Emch ist seit August 2000 Mitglied der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus. Bis Ende 2004 war er Leiter Marketing Services & Brand Management und seit 1. Januar 2005 führt er das Gesamtmarketing von Schweiz Tourismus.

**Informationsfluten prägen unseren Alltag. Die direkte Ansprache mit segment- und interessensspezifischen Angeboten wird immer wichtiger. Trotzdem hat die klassische Werbung für die Tourismusbranche nach wie vor eine hohe Bedeutung. Sie eignet sich, um die Lust auf ein Produkt zu fördern und die Marke zu kommunizieren. Erfolgsentscheidend ist jedoch ein ausgewogener Kommunikationsmix.**

#### **Schweiz Tourismus**

Schweiz Tourismus ist die nationale Marketing- und Verkaufsorganisation für das Reise-, Ferien- und Kongressland Schweiz. Sie steht ganz im Dienste des Gastes und arbeitet intensiv mit touristischen Partnern und Anbietern in der Schweiz und ihren Geschäftsstellen in der ganzen Welt zusammen, um den Schweiz-Gästen ein unvergessliches Ferienerlebnis bieten zu können.

#### **Kommunikationsplattform und Wissenspool für Mitglieder**

Unseren Mitgliedern bieten wir die Möglichkeit, bei gemeinsamen Kampagnen mitzuwirken, an Messen und Events teilzunehmen und unsere elektronischen Plattformen zu nutzen. Zudem profitieren sie von unserer Medienarbeit und von unseren Erfahrungen und Markteinschätzungen, die wir offen weitergeben. Unsere Empfehlungen für die Kommunikation basieren auf dem aufgebauten Wissen aus den Präsenzen in den verschiedenen Märkten und betreffen insbesondere die Kommunikations- und Distributionskanäle.

#### **Ausgewogener Kommunikationsmix bei Schweiz Tourismus**

Für die Kommunikation unserer Anliegen nutzen wir einerseits Medien des Direct Marketing und andererseits klassische Medien. Ein ausgewogener Kommunikationsmix ist entscheidend. Im DM setzen wir auf die Instrumente Mailing und Online-Newsletter. Dabei spielen der richtige Zeitpunkt, hochqualifizierte Adressen und eine Botschaft und Ansprache, die auf das Zielpublikum abgestimmt ist, eine wichtige Rolle.

#### **Tourismusbranche kommuniziert klassisch und direkt**

Klassische Werbemedien haben in der gesamten Tourismusbranche nach wie vor einen hohen Stellenwert. Gründe sind die sinkende Loyalität der Kunden und das veränderte Freizeitverhalten. Demzufolge ist es wichtig, über klassische Massnahmen die Lust auf ein Produkt zu fördern und die Marke zu kommunizieren. Direct Marketing besticht durch die Messbarkeit des Erfolgs und durch das rasche Feedback. Zudem lassen sich Botschaften spezifisch auf die Empfänger ausrichten. Eine zunehmend hohe Bedeutung hat Direct Marketing insbesondere bei der Kundenpflege.

#### **DM mit steigender Bedeutung**

Während den letzten Jahren wurde Direct Marketing auch in der Tourismusbranche professionalisiert und intensiver genutzt. In unserem von Informationsfluten geprägten Alltag wird die direkte Ansprache mit segment- und interessensspezifischen Informationen und Angeboten auch in Zukunft immer wichtiger werden.

**Weitere Informationen unter [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint).**

Die Schweizerische Post  
PostMail  
Direct Marketing  
Viktoriastrasse 21  
3030 Bern

Telefon 0848 888 888  
E-Mail [directpoint@post.ch](mailto:directpoint@post.ch)  
Internet [www.post.ch/directpoint](http://www.post.ch/directpoint)