

Optimistisch trotz schwierigem Umfeld

An der 131. Generalversammlung präsentierte sich Zürich Tourismus fit für Herausforderungen und optimistisch für die Zukunft. Dank integriertem Standortmarketing, lancierten Meilensteinen wie der «Digitale Concierge» und FOOD ZÜRICH sowie einem Hochsommer der Kultur ist der Destinationsvermarkter zuversichtlich, auch im Jahr 2016 viele Gäste in der Tourismusregion Zürich begrüßen zu dürfen.

Über 12 Millionen Franken investierte Zürich Tourismus 2015 in die Destinationsvermarktung. An der 131. Generalversammlung der grössten Marketingorganisation für den Standort Zürich zeigte Präsident Guglielmo L. Brentel auf, dass diese Summe gut und nachhaltig investiert ist. Für den Standort Zürich und für einen prosperierenden Tourismus, der allen nützt: Der Bevölkerung, der Wirtschaft, der Kultur und nicht zuletzt auch der Forschung. Brentel sprach zudem über Herausforderungen wie etwa die digitale Revolution oder der Preisdruck in der Hotellerie. Und er schilderte, wie Zürich Tourismus diese mit ihrer Strategie angeht.

Meilensteine lanciert

Mit dem «Digitalen Concierge» und mit FOOD ZÜRICH konnte Zürich Tourismus zwei Meilensteine lancieren. Der Digitale Concierge ersetzt die verstaubten Mappen in den Hotelzimmern. Jeder Gast, der in Zürich übernachtet, erhält seine eigene digitale Mappe in Form eines Tablets. Als neue Dachmarke der Zürcher Food-Festivals setzt Zürich Tourismus mit FOOD ZÜRICH eine Markierung auf der kulinarischen Landkarte und im Reisekalender der Foodies. Herzstück der Initiative von Zürich Tourismus und Partnern ist ein elftägiges Festival. Vom 8. bis 18. September 2016 wird es von Fine Dining bis Street Food in und um Zürich mehr als 90 Food-Events geben.

Inoffizielle Kulturhauptstadt von Europa

Das laufende Jahr steht im Zeichen der Kultur. Mit dem Dada-Jubiläum und der Manifesta 11 finden gleich zwei bedeutende Kulturveranstaltungen in der Stadt Zürich statt. Dada ist eine künstlerische und literarische Bewegung, die 1916 gegründet wurde und 2016 das 100-Jahre-Jubiläum feiert. Die Manifesta 11 ist eine europäische Kunstbiennale und für jede Stadt, die sie austragen darf, ein Grossereignis. Beide Anlässe ziehen garantiert viele Besucher an und machen Zürich einen Sommer lang zur inoffiziellen Kulturhauptstadt Europas. Zürich Tourismus war von Anfang an involviert, um die beiden Anlässe auch international in den Märkten zu bewerben.

Zürich Tourismus

Zürich Tourismus ist verantwortlich für das Destinationsmarketing und damit für die touristische Markenprofilierung der Stadt und Region Zürich als vielfältige Tourismusdestination. Zürich Tourismus beschäftigt über 70 Mitarbeitende und ist aktiv in den Märkten Schweiz, Deutschland, Grossbritannien, Nordamerika, Italien, Frankreich und Spanien sowie in den Wachstumsmärkten Brasilien, Russland, Indien, China, Golfstaaten und Südostasien. Die Destination Zürich bietet Freizeitgästen und Geschäftsreisenden Natur, Kultur, Kunst, Shopping und Gastronomie – alles in unmittelbarer Nähe.

Kontakt

Mediendienst Zürich Tourismus
Telefon +41 (0)44 215 40 13
media@zuerich.com

Zürich Tourismus
Stampfenbachstrasse 52, CH-8006 Zürich
zuerich.com