

# ST will mehr «High Society» und Kunst-Community aus China

Mit einer «Swiss Alpine Suite» im Hotel Eclat in Peking wirbt Schweiz Tourismus (ST) bei der chinesischen Kunst- und Design-Community für den Schweizer Winter.



Jean-Jacques de Dardel, Schweizer Botschafter in China, Simon Bosshart, Direktor Asien-Pazifik Schweiz Tourismus, Dany Lützel, Direktor Hotel Eclat, Romain Barrabas, stv. Leiter der Sektion Kultur & Medien, Schweizer Botschaft Peking (v.l.).

Bild: V. Photos

Schweiz Tourismus (ST) lancierte am Donnerstag bereits zum sechsten Mal seit 2013 ihre Winterkampagne in China und zielt dieses Jahr einmal mehr auf das Segment der Individualreisenden und dort auf die Luxusgäste. «Im Moment gehen wir schon von einem Anteil von 35 bis 40 Prozent Individualreisenden aus in China aus. Diese Zahl möchten wir bis im Jahr 2020 um 10 Prozent steigern», erklärt Simon Bosshart, Direktor Asien-Pazifik bei ST. Indikator für das bisherige Wachstum der Individualtouristen sind unter anderem die Umsätze des Swiss Travel Passes in China («GA für Touristen»): 17.7 Mio. CHF im Jahr 2017 (inkl. Hong Kong & Taiwan, +17.1 % gegenüber Vorjahr).

### **Schweizer Winter als Hotelsuite im Hotel Eclat Peking**

Die klassische Marketingmassnahmen und Medienarbeit werden dieses Jahr ergänzt mit der Präsentation einer speziell eingerichteten «Swiss Alpine Suite» im berühmten Hotel Eclat in China – Treffpunkt der Pekinger «High Society» und Kunst-Community. Damit sollen aus diesen Top-Segmenten unter den chinesischen Individualreisenden Gäste für das Reiseland Schweiz gewonnen werden, wie die nationale Tourismusorganisation in einer Mitteilung schreibt.[IMG 3-4]

Die Suite im Hotel mit dem Schweizer Direktor Dany Lützel steht in der Tradition zahlreicher Themensuiten dort und wurde von der Hongkonger Hoteldesignerin Monique McLintock im alpinen Swiss-Winter-Chic gestaltet.

Sie hatte sich dazu im vergangenen Sommer in Gstaad inspirieren lassen. Die Gäste werden mit Angebotsinformationen für Individual- und Luxusreisen und authentischer Atmosphäre auf den Schweizer Winter in den Bergen eingestimmt.  
(htr)

2017 haben Gäste aus China (inkl. Hong Kong und Taiwan) über 1.6 Mio. Hotelübernachtungen in der Schweiz generiert. Das sind 14.1 % mehr als im Vorjahr. China bildet somit den viertwichtigsten Auslandsmarkt für den Schweizer Tourismus, nach Deutschland, den USA und dem Vereinigten Königreich. Nach wie vor ist der Sommer die beliebteste Reisezeit für Chinesen in der Schweiz (68 %), das Potential für den Winter ist jedoch klar vorhanden – nicht zuletzt auch im Hinblick auf die chinesische Begeisterung für den Wintersport im Rahmen der Olympischen Winterspiele 2022 in Peking.

Publiziert am Donnerstag, 18. Oktober 2018