

htr.ch

Sesselrücken

Neuer Marketingleiter für die Schweizer Jugendherbergen

Der diplomierte Marketingmanager André Eisele kehrt in die Tourismusbranche zurück und hat per 1. September 2019 die Position des Director Marketing und Kommunikation am Zürcher Hauptsitz der Schweizer Jugendherbergen übernommen.



André Eisele.

Bild: zvg

Die Schweizer Jugendherbergen (SJH) haben ihre vakante Position der Marketingleitung neu besetzt: Seit dem 1. September 2019 verantwortet André Eisele als Director Marketing und Kommunikation vom Hauptsitz in Zürich aus die Marketing- und Kommunikationsaktivitäten der Schweizer Jugendherbergen. Zu seinen Tätigkeitsbereichen gehören in erster Linie die Konzeption, Planung und die operative Umsetzung der Marketingstrategie. Die Position wurde neu geschaffen. Bis zum Eintritt von André Eisele lag die Marketingverantwortung bei CEO Janine Bunte.

Der ausgebildete Marketingmanager und Hotelier war neben verschiedenen Tätigkeiten in der mexikanischen Hotellerie während insgesamt elf Jahren im Product Management bei TUI Suisse und FTI Touristik tätig. Vor seinem Wechsel zu den Schweizer Jugendherbergen kümmerte sich der heute 43-jährige während zwei Jahren beim Reise- und Assistanceversicherer Allianz Global Assistance als Key Account Manager Travel um die Betreuung und Weiterentwicklung lokaler und globaler Schlüsselkunden sowie um die Implementierung digitaler Vertriebspartner.

«Wir freuen uns, mit André Eisele einen ausgewiesenen Marketingfachmann und Vollblut-Touristiker gewonnen zu haben. Mit seiner Expertise im Bereich Marketing in Kombination mit seiner Erfahrung in der Hotellerie und im Tourismus bringt er alles mit, um die Position der Schweizer Jugendherbergen im Markt weiter zu stärken und das Unternehmen sowohl auf nationaler wie auch internationaler Ebene strategisch voranzutreiben», sagt Janine Bunte, CEO der Schweizer Jugendherbergen. (htr)

Publiziert am Mittwoch, 11. September 2019

Schweizer Jugendherbergen

Der Verein Schweizer Jugendherbergen betreibt ein Netzwerk von 51 Häusern, bestehend aus 45 eigenen und 6 Franchise-Betrieben, die vom romantischen Schloss über den städtischen Design-Betrieb bis zum Wellnesshostel reichen. Im Fokus der Non-Profit-Organisation mit rund 82'000 Mitgliedern steht der qualitätsbewusste, nachhaltige und preisgünstige Jugend- und Familientourismus. In den eigenen Betrieben wurden 2018 mit 577 Mitarbeitenden 723'030 Übernachtungen generiert.