

TOURISMUS MARKETING-KONZEPT FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

Auftraggeber:

Regierung des Fürstentums
Liechtenstein

Fremdenverkehrszentrale

Gewerbe- und Wirtschaftskammer

lokale Verkehrsvereine

Projektleitung

Christophe M. Soutter

swisstop marketing network, thalwil

Zielsetzung

“wertschöpfungsrelevante, kurz- bis
mittelfristige Massnahmen zur
Belebung des Tourismus im Fürstentum
Liechtenstein erarbeiten“

Grundsatz:

Entscheidend ist die
Wahrnehmung des Gastes.

Inhalts-Übersicht

Projekt-Mitglieder	2	Zielgruppe Event/Sport	22
Tourismus-Marke	6	Zielgruppe Kultur	23
Submarken	8	Zielgruppe Busreisende	24
Logo/Tourismus-Marke	10	Zielgruppe Gourmets	25
Positionierung	11	Touristische Infrastruktur	26
Strategische Allianzen	14	Events	28
Logo-Partnerschaften	16	Cross-Selling	31
Zielgruppen/Märkte	17	Zielgruppenspezifische Angebote	32
Zielgruppe Familie	18	Produkte Sommer	33
Zielgruppe Business	19	Produkte Winter	34
Zielgruppe Tages-Gäste	20	Produkte Familie	35
Zielgruppe Senioren	21	Produkte Business	36

Inhalts-Übersicht

Produkte Tages/Bus-Gäste	37	Print-Kampagne	54
Produkte Senioren	38	Info-Center	56
Produkte Event/Sport	39	Gäste-Marketing/Gäste-Karte	57
Produkte Kultur	40	Call-Center	59
Produkte Gourmet	41	Internet	61
Wochenprogramm	42	Ortsbild	62
Marketing-Konzept	43	Proaktives Marketing	63
Reaktives Marketing	44	Promotionen	64
Corporate Design	45	Incoming	66
Ferienmagazin	46	Medien	67
Dialog-Marketing	51	Tourismus-Strukturen	68
Gästezeitschrift	52	Modell Liechtenstein Tourismus	69

Inhalts-Übersicht

Mitglieder-Versammlung	70
Tourismus-Rat	71
Round-Table	72
Kommissionen	73
Geschäftsführer/in	74
Mitarbeiter/innen	75
Örtliche Infrastruktur	76
EDV-Infrastruktur	77
Marketing-Controlling	78
Finanzen / Mittel-Bedarf	80
Mittel-Beschaffung	81
Massnahmen-Plan	82