

Medienmitteilung

«Trusted Brands 2019»: Das Tessin gilt als vertrauenswürdigste Schweizer Ferienregion

Die Reader's Digest Marktforschungsstudie «Trusted Brands 2019» hat erstmals auch die Kategorie Schweizer Ferienregionen und -orte in ihrer Konsumentenbefragung integriert. In der etablierten Verbraucherstudie wurde dabei das Tessin als vertrauenswürdigste Schweizer Ferienregion ermittelt.

Zu den wichtigsten Kriterien der Wahl zur vertrauenswürdigsten Schweizer Ferienregion gehören nach Angaben der Studie das Thema Qualität und Preis-Leistungsverhältnis. «Vertrauenswürdigste Schweizer Ferienregion zu sein ist eine grossartige Auszeichnung für unsere Destination. Das Tessin ist vor allem ein beliebtes Ziel bei Individualreisenden und bietet innerhalb der Schweiz wahrlich ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, da bei uns kein Massentourismus vorherrscht.», erklärt Kaspar Weber, Direktor ad Interim bei Ticino Turismo. «Darüber hinaus wurde in den letzten Jahren viel in das Produkt investiert. Ein Strukturwandel, der mit der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels einherging und wie die Studie zeigt, von den Gästen wahrgenommen wurde. Ausserdem spiegelt sich die Qualität in der Tessiner Gastronomie wider. Sowohl im kleinen Grotto wie auch in der Gourmetgastronomie wird grossen Wert auf lokale Produkte gelegt.»

Ein weiterer Punkt der Studie zeigt, dass Schweizer ihrem persönlichen Umfeld am meisten trauen, d.h. 90 % vertrauen vor allem den persönlichen Empfehlungen von Freunden, Verwandten und Bekannten. «Der grösste Teil unserer Gäste kommt aus der Schweiz, besucht uns regelmässig und das schon seit Jahrzehnten. Viele davon waren das erste Mal bereits in ihrer Kindheit im Tessin, weshalb unsere Region vertrautes Umfeld und Feriendestination zugleich ist», ergänzt Manuela Nicoletti, Marketingdirektorin von Ticino Turismo. «Ein Vertrauen, das unsere Hotels und Leistungsträger immer wieder aufs Neue gewinnen müssen. Das gilt ebenso für unsere Werbebotschaften, mit denen wir unseren Gästen Lust auf Ferien im Tessin machen.» Auch dies spiegelt sich in der Studie wider. Denn als Optimierungspotential für Unternehmen und Marken geben 80% der Befragten an, dass Unternehmen und Dienstleister ehrlich und vertrauenswürdig beraten sollen. «Das Ergebnis der Reader's Digest Marktforschungsstudie «Trusted Brands 2019» zeigt einmal mehr, dass ein Branding sich auf echte Erlebnisse stützen muss. Wir freuen uns, dass wir mit unserem im Jahr 2018 neu lancierten Marketingauftritt diesen Zeitgeist getroffen haben. Denn authentische Erlebnisse stehen im Mittelpunkt unserer Marketingstrategie. Ideen für einen Aufenthalt im Tessin anhand wahrer Geschichten über Menschen der Region zu kommunizieren, ist ein weiterer Schwerpunkt unseres Markenauftritts.»

Für weitere Informationen:

TICINO TURISMO

Jutta Ulrich, Leitung Kommunikation

Tel: +41 91 821 53 34, E-Mail: jutta.ulrich@ticino.ch,

Via C. Ghiringhelli 7, CH – 6501 Bellinzona

www.ticino.ch