



swi⁺zerland

© Switzerland Tourism

02.05.2024 17:35 CEST

Schweiz Tourismus lanciert nach fast 30 Jahren neue Markenwelt

Nach fast 30 Jahren Schweizer Tourismuswerbung im Zeichen der «Goldblume» ebnet die Destination Schweiz den Weg für eine umfassende Markenwelt mit dem neuen Logo «Switzerland». Am 29. April präsentierte Schweiz Tourismus (ST) den neuen Auftritt beim größten Branchen-Event des Schweizer Tourismus, dem Ferientag, in Genf. Auch die neue digitale Markenwelt steht für das langjährige touristische Versprechen der Schweiz: Natur, Gastfreundschaft und Zuverlässigkeit.

1995 wurde aus der «Schweizerischen Verkehrszentrale SVZ» die heutige nationale Tourismusmarketing-Organisation Schweiz Tourismus (ST) mit Sitz

in Zürich. Unter dem Dach eines Logos, der «Goldblume», wurde das gemeinsame Image der touristischen Schweiz geschaffen. Eine Generation lang war die Goldblume das bekannte und beliebte Erkennungszeichen für die Schweizer Tourismuswerbung. An der Seite von Markenbotschafter Roger Federer haben internationale Stars wie Robert De Niro («No drama», 2021), Anne Hathaway («No one upstages the Grand Tour of Switzerland», 2022) oder Trevor Noah («The Grand Train Tour of Switzerland: The ride of a lifetime», 2023) die Marke Schweiz erfolgreich in die Welt hinausgetragen. Damit wurden neue Standards in der globalen Tourismuswerbung gesetzt.

«Switzerland» – eine geschärfte Marke

Heute, knapp 30 Jahre später, hat ST beschlossen, eine neue, wiedererkennbare und digitale Markenwelt zu schaffen. Der 1995 eingeschlagene Weg wird damit auf einem neuen Niveau konsequent weitergegangen. «Switzerland» – ausschließlich in englischer Sprache – ist die logische Basis für die Marke des Urlaubs- und Reiselandes Schweiz. Sie steht für das globale touristische Versprechen an alle Gäste der Schweiz über die Natur, unsere Gastfreundschaft sowie die Zuverlässigkeit der Schweiz. Anstelle des Buchstabens t in der Wortmarke «Switzerland» versinnbildlicht ein Schweizer Kreuz die Herkunft. Das symbolische Kreuz geht jedoch über eine reine Landesflagge hinaus: Es wurde mit einem sogenannten «Farbklang» von fünf verschiedenen Rottönen versehen – ein Zeichen für Moderne, Vielfalt und Eigenständigkeit.

Martin Nydegger, Direktor ST, freut sich: «Die Goldblume war für eine Generation von Touristikerinnen und Touristikern ein bewährter Meilenstein. Die Marke «Switzerland» vermittelt Vertrauen, präsentiert sich einem modernen Design und ist zukunftsweisend für eine weitere Generation angelegt.»

Der neue Markenauftritt wurde zusammen mit der Zürcher Branding-Agentur MADE Identity erarbeitet.

Weitere Informationen zum Urlaub in der Schweiz gibt es im Internet unter [MySwitzerland.com](https://www.myswitzerland.com), der E-Mail-Adresse [info@MySwitzerland.com](mailto:info@myswitzerland.com).

Informationen an die Medien

Weitere Bilder zur touristischen Schweiz stellen wir Ihnen auf <https://sam.myswitzerland.com> zur Verfügung.

Kontaktpersonen



Valerie von Oppeln

Pressekontakt

Ansprechpartnerin für Medien in Norddeutschland (Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Bremen)

valerie.vonoppeln@switzerland.com

+49 (0)30 166 375 072



Andrea Daniele

Pressekontakt

Ansprechpartnerin für Medien in Berlin/Ostdeutschland

andrea.daniele@switzerland.com

+49 (0)30 166 375 074



Krisztina Keilani-Schmidt

Pressekontakt

Ansprechpartnerin für Medien in Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Saarland

krisztina.keilani@switzerland.com

+49 (0)69 509 551 005



Chantal Mayr

Pressekontakt

Ansprechpartnerin für Medien in Baden-Württemberg und Bayern

chantal.mayr@switzerland.com

+49 (0)711 - 207 030 32