

Schweiz Tourismus.



Schweizer Ferientag 2020 ff.

Ausschreibung / Anforderungen.

[STnet.ch](https://stnet.ch)

Schweizer Ferientag 2020 ff.

Ausschreibung / Anforderungen.

STnet.ch

An Interessenten Schweizer Ferientag 2020-2022

Von Schweiz Tourismus
Touristische Partnerschaften
Tödistrasse 7
8027 Zürich

Kontakt Katja Rosselli
Leiterin Touristische Partnerschaften
044 288 12 41
katja.rosselli@switzerland.com

Datum September 2018

Vertraulich Nur für interne Verwendung

Inhaltsverzeichnis

1	EVENT INFORMATION.	3
1.1	Durchführungsdaten (Wunschdaten Schweiz Tourismus)	4
1.2	Teilnehmer	4
2	TERMINE / EVENT-VERGABE.	5
3	NUTZEN FÜR GASTGEBER-DESTINATION.	6
4	ANFORDERUNGEN.	7
4.1	Generelle Informationen	7
4.2	Eventblöcke	7
4.3	Lokalitäten	7
4.4	Messebauten / Partnerstände / Infrastrukturen allgemein	9
4.5	Parkplätze	9
4.6	Transfers	10
4.7	Logistik allgemein	10
4.8	F&B (Beispiel zweitägiges Programm inkl. Synergy Night)	11
4.9	Bedarf / Reservation Hotelzimmer	12
4.10	Bewerbungsdossier	13
4.11	Auswahlverfahren	13
5	FINANZIELLES.	14
6	DIVERSES.	16
7	ANHANG: BUDGETKALKULATION, VERTRAULICH.	17

1 EVENT INFORMATION.

Die Anforderungen basieren auf dem neuen Ferientag-Konzept, welches den Anlass an zwei Halbtagen vorsieht. Aus zahlreichen, frei wählbaren und parallel stattfindenden Breakout Sessions stellt sich jeder Teilnehmer sein eigenes Ferientag-Programm zusammen. Einige davon werden zu Randzeiten früh morgens oder spät nachts ausgetragen.

- Der Schweizer Ferientag - die Schweiz Tourismus Plattform des internationalen Marketings - ist die wichtigste jährliche Branchenveranstaltung.
- Schweiz Tourismus (ST) organisiert diesen Event in enger Zusammenarbeit mit der veranstaltenden Destination/Region und ihren Partnern.
- Als Gastgeber kann sich der Durchführungsort zusammen mit seinen Partnern profilieren und wertvolle Kontakte knüpfen.
- Rund 1000-1500 Tourismuspartner nehmen insgesamt am Schweizer Ferientag teil. Es sind dies Vertreter von
 - Regionen, Destinationen, Orten
 - Dachorganisationen, Ausbildungsinstitutionen, Fachhochschulen, Universitäten
 - Leistungsträger aus den Bereichen Transport, Unterkunft, Gastronomie, Kultur, Freizeit
 - Kommerzielle Anbieter von touristischen Produkten und Leistungen
- Die strategischen und offiziellen Wirtschaftspartner von Schweiz Tourismus sind prominent vertreten.
- Als VIP-Gäste sind Vertreter aus der nationalen und lokalen Politik und Wirtschaft eingeladen.
- Rund 160 Mitarbeitende von Schweiz Tourismus (Hauptsitz und Märkte) sind am Schweizer Ferientag präsent.
- Hochkarätige Referenten beleuchten globale Fragen. Podiumsdiskussionen, Foren, Breakout Sessions und Interviews behandeln praxisbezogene Themen.
- Durchgehende Networkingzeiten bieten Gelegenheit zum Austausch mit den weltweiten ST-Vertretern, den Wirtschaftspartnern von ST und unter den Teilnehmern selbst.
- Individuell gestaltbares Programm, welches sich auf die individuellen Bedürfnisse und Interessen der Teilnehmer ausrichten lässt.
- Kalkulationsbasis für die veranstaltende Destination ist ein Gesamttotal von 1000-1500 Teilnehmer.

1.1 Durchführungsdaten (Wunschdaten Schweiz Tourismus)

Daten Schweizer Ferientag 2020 und ff. (Unter Berücksichtigung von Ostern)		
2020	Ferientag FT / Key Partner Meetings KPM	zwischen 06.4.-29.5.
2021	Ferientag FT / Key Partner Meetings KPM	zwischen 12.4.-28.5.
2022	Ferientag FT / Key Partner Meetings KPM	zwischen 04.4.-25.5.

Wir haben bereits einige Interessensbekundungen erhalten. Wir empfehlen Ihnen daher, sich für mehrere Jahre zu bewerben. Je mehr Optionen und Daten Sie unterbreiten, desto grösser sind Ihre Kandidatur-Chancen.

„Kollisions-Daten“

Folgende Daten bitte bei der Bewerbung berücksichtigen:

- Religiöse Feiertage
- Golden Week – China und Japan (Wichtigkeit wie Weihnachten in Europa)
- German Travel Mart GTM
- Arabian Travel Market ATM, Dubai
- IMEX Frankfurt (bedeutende Meeting- und Incentive-Messe)
- WTF World Tourism Forum Luzern
- Andere wichtige Fachmessen

1.2 Teilnehmer

- Ca. 1000 Schweizer Tourismuspartner: Vertreter von Regionen, Destinationen, Orten, Dachorganisationen sowie Leistungsträger aus den Bereichen Transport, Unterkunft, Gastronomie u.a.
- ca. 160 Mitarbeitende von Schweiz Tourismus (Hauptsitz und Märkte)
- ca. 100 Studierende von tourismusspezifischen Ausbildungsinstitutionen
- ca. 80 VIP-Gäste
- ca. 80 strategische und offizielle Wirtschaftspartner von Schweiz Tourismus
- ca. 10-20 Medienvertreter
- ca. 50 Referenten / Foren-Leiter
- 13 Pax Vorstand Schweiz Tourismus

2 TERMINE / EVENT-VERGABE.

Versand Anforderungsprofil	September 2018
Deadline Einreichung Bewerbung	30. November 2018
Reko und Auswahlverfahren	1. Dezember bis 15. Januar 2019
Ankündigung Ferientag 2020	anl. Ferientag 2019

Anschliessend werden alle verbleibenden Partner, die eine Kandidatur eingereicht haben kontaktiert, um ihr Interesse für die Folgejahre abzuklären. Sofern nicht mehr genügend Kandidaturen vorhanden sind, erfolgt eine neue Ausschreibung. Bitte senden Sie Ihr Bewerbungsdossier in Deutsch, Französisch, Italienisch oder Englisch per Mail an katja.rosselli@switzerland.com.

3 NUTZEN FÜR GASTGEBER-DESTINATION.

- Gastgeber für die wichtigsten Vertreter der Schweizer Tourismusbranche.
- Gastgeber für die wichtigsten Vertreter der Wirtschaftspartner von Schweiz Tourismus.
- Gastgeber für VIPs, Gäste und hochkarätige internationale und nationale Referenten.
- Profilierung als Konferenz-, Seminar-, Meeting- und Feriendestination.
- Grusswort durch Kanton-/Stadtvertreter anl. Ferientag und Mitgliederversammlung.
- Einladung von VIPs der Gastgeber-Destination.
- Namentliche Erwähnung und Logopräsenz der Destination und lokalen Sponsoren/Partnern mit Link auf STnet.ch (Webplattform von ST für die Branche und weitere Partner) während rund 5 Monaten.
- Extensive Präsenz auf STnet.ch: Willkommensbotschaft, Destinationsseite, Logopräsenz, Hotelplattform. Namentliche Erwähnung und Beschrieb in Rubrik Partnerstände, Logopräsenz mit Verlinkung.
- Ausschreibung des Schweizer Ferientages(elektronisch) mit Erwähnung der Gastgeber- Destination und ihren Partnern an
 - rund 7000 Adressen von Schweiz Tourismus
 - rund 2000 Adressen von hotelleriesuisse
 - rund 400 Adressen von GastroSuisse
 - Adressen der Gastgeber-Destination und ihrer Partner
- 4-5 Nachfass-Aktionen per E-Newsletter mit Erwähnung der Gastgeber-Destination/Partner.
- Partnerstand (inkl. Lounge-Element) mit Logodisplay am Ferientag.
- Medienarbeit / Medienpräsenz am Anlass.
- Möglichkeit zur Abgabe einer Dokumentation an die rund 1000-1500 Teilnehmer.
- Möglichkeit zur Abgabe von Give-Aways an die rund 1000-1500 Teilnehmer.
- Erhalt Adressetiketten der Teilnehmer des Schweizer Ferientags nach dem Event.
- Ankündigung als nächstjährige Gastgeber-Destination anlässlich des aktuellen Ferientags.

4 ANFORDERUNGEN.

4.1 Generelle Informationen

Der Schweizer Ferientag beinhaltet folgende Veranstaltungen: Ferientag FT, Key Partner Meetings KPM, Vorstandssitzung und Mitgliederversammlung MV. FT und KPM finden zwingend nacheinander statt und sollten idealerweise in der gleichen Lokalität durchgeführt werden. Die Vorstandssitzung und die MV können je nach Datum und Lokalität evtl. dezentral durchgeführt werden.

Nachfolgend finden Sie die generellen Anforderungen an Lokalitäten, Unterkunft, Verpflegung sowie an Ihr Bewerbungsdossier.

4.2 Eventblöcke

Events	
Vorstandssitzung	½ Tag
Mitgliederversammlung	½ Tag
Ferientag/Synergy Night	Zwei Halbtage inkl. Nacht
Key Partner Meetings	1 Tag

4.3 Lokalitäten

Belegungsdaten inkl. Auf- und Abbau	
Aufbau Ferientag	2-3 Tage
Mitgliederversammlung/Vorstandssitzung	1 Tag
Ferientag/Synergy Night	1 Tag
Key Partner Meetings	1 Tag
Abbau Ferientag/KPM	1-2 Tage
Gesamthaft	6-8 Tage

Die Aufbauzeit variiert je nach Lokalität und Infrastruktur vor Ort.

Flächenbedarf Lokalitäten	
Plenumsveranstaltungen	1500 Pax - ca. 2000m2 Konzertbestuhlung; falls möglich aufsteigende Tribünensitze (vorhanden oder zu erstellen) Grosszügige Bühne für Projektionen auf Grossleinwand
Partner-, Markt- und ST- Stände, sowie darin integrierte Buffetstationen für Networking Pausen, Lunch, Dinner, Synergy Night	1500 Pax - ca. 1800 m2
Foyer/Check-in/Welcome Desks (Nähe Plenum)	1500 Pax - ca. 300m2
16 Räume für Breakout Sessions/Foren in 10 Min. zu Fuss erreichbar	5 Räume 40-60 Pax 6 Räume 60-100 Pax 5 Räume 100-150 Pax
Garderobe	1000-1500 Pax
1 Büroraum für ST (möglichst nah an Plenum/Partnerstände)	3-4 Arbeitsplätze ISDN/W-Lan/Ethernet-Anschluss
1 Raum für Lagerung IT-Material	1-2 Arbeitsplätze und Lagerung für IT-Material ISDN/W-Lan/Ethernet-Anschluss - abschliessbar
1 Raum für Medien	1-2 Arbeitsplätze ISDN/W-Lan/Ethernet-Anschluss
Totaler Bedarf	5000-5500 m2

Synergy Night

- In gleicher Lokalität wie Ferientag
- 1000-1500 Pax – Buffet-Stationen, grosszügiger Apéro/Bar-setup; Sitzgelegenheiten in Form von „casual seating“, Partnerstände, etc.
- Alternative: innovative, kreative, ungewöhnliche Lokalität, Nähe Ferientag oder mit öV leicht erreichbar.

Key Partner Meetings KPM (z.B. Folgetag FT)

- Am Vortag: ca. 2 Std. Plenum: Bühne/Leinwand/Theaterbestuhlung für ca. 260 Pax; idealerweise Nutzung des FT-Plenums.
- ab ca. 08h: 21 Einzelräume für Key Partner Meetings – Raumgrössen zwischen 10-40 Pax; Konzertbestuhlung, Leinwand/weisse Wand für Projektion, Beamer (durch ST oder Miete vor Ort).
- Lunchpause (Stehlunch), Kaffee-Wasserstationen durchgehend zur Selbstbedienung.

Mitgliederversammlung (z.B. nach FT)

- 1 Raum für ca. 150 Pax
- Konzertbestuhlung, Leinwand, Bühne, Beamer (Technik vor Ort oder Zumiete durch ST)
- Kann gleicher Raum sein wie für Foren/Breakout Sessions
- Foyer für Check-in und ev. Verpflegung

Vorstandssitzung (z.B. gleicher Tag wie MV)

- 1 Raum für ca. 16 Pax
- Blocktisch, Leinwand/weisse Wand für Projektion resp. LED-Bildschirm (Beamer durch ST oder vor Ort)
- Verpflegung im Raum

4.4 Messebauten / Partnerstände / Infrastrukturen allgemein

Plenum

- Nutzung Infrastruktur vor Ort sowie Zumiete durch ST
- Bei Bedarf wird Tribüne durch ST erstellt

Markt-, ST-, Partner-Stände, Buffet-Stationen

- Partnerstände, Infrastruktur sowie Zumiete Material durch ST
- Auf-/Abbau durch ST
- Buffet-Stationen: Infrastruktur Auf-/Abbau durch Caterer/Gastgeber-Destination

Networkingzeiten

- Kaffeepausen, Lunch, Dinner (Synergy Night)
- Infrastruktur und Mobiliar: gestellt durch Gastgeber-Destination resp. Zumiete durch ST
- Genügend Zirkulationsmöglichkeiten und Platz für Buffets

Synergy Night

- Nutzung bestehende Strukturen plus Zumiete Technik durch ST

Mitgliederversammlung, Vorstandssitzung, Breakout Sessions, Key Partner Meetings

- Nutzung Infrastruktur vor Ort sowie Zumiete durch ST
- Auf-/Abbau durch ST oder Gastgeber-Destination, je nach Infrastruktur

4.5 Parkplätze

Schweiz Tourismus sowie der Strategische Partner SBB fördern den öffentlichen Verkehr. Trotzdem reisen einzelne Partner mit PKW an. Parkmöglichkeiten im/Nähe Kongresszentrum sind erwünscht.

4.6 Transfers

Öffentlicher Transport

- ST fördert den öffentlichen Verkehr. ST und der Strategischer Partner SBB streben an, ein für die Teilnehmer kostenloses „Ferientag-Ticket“ abzugeben.
- Darin integriert sollte auch der lokale Transport mit öV vor Ort sein (finanziert von Gastgeber-Destination resp. Transportpartner).
- Alternative: Gastgeber-Destination stellt lokale Fahrkarten kostenlos zur Verfügung resp. lässt diese durch lokalen Transportpartner sponsern.
- Je nach Standort der Hotels und Messelokalität ist während den Stosszeiten Zusatz-Service durch öV notwendig.

Shuttle Service

- Je nach Standort der Hotels, Programm und Messelokalität ist ein Shuttle Service notwendig.

4.7 Logistik allgemein

Anforderungen an Infrastruktur und Technik

- Moderne, belastbare Basisinfrastruktur.
- Strom, Licht, Heizung, Lüftung, Air Condition, Beschallung: state-of-the-art, anspruchsvolle Infrastrukturen.
- Sanitäre Installationen müssen modernen Standard aufweisen, fest installiert und in genügender Anzahl vorhanden sein.
- Strom: Verteilgeräte auf Basis 380V oder bei genügend Steckdosen/Stromkreisen direkt mit 230V.
- Internetanschlüsse auf Basis ISDN/W-Lan, Swisscom HotSpot oder Ethernet.
- Netz und WIFI für Mobiltelefonie muss sichergestellt sein.
- Anschlüsse für Catering vorhanden, resp. müssen eingerichtet werden können (vor allem für Wasser, Abwasser und Strom).
- Zufahrt zu den Lokalitäten muss für Lastwagen möglich sein.
- Parking für OK Team und Teilnehmer müssen in genügender Anzahl und in der Nähe der Ferientag-Lokalität vorhanden sein.

4.8 F&B (Beispiel zweitägiges Programm inkl. Synergy Night)

Ferientag, Key Partner Meetings, Mitgliederversammlung, Vorstandssitzung		
Ferientag		
Mittagessen kalt/warm	Buffets in Partnerstände-Infrastruktur	1000-1500 Pax
Durchgehendes Networking	Getränke, Früchte, Snacks	1000-1500 Pax
Dinner/Synergy Night	Buffets in Partnerstände-Infrastruktur	1000-1500 Pax
Durchgehendes Networking	Getränke, Früchte, Snacks	1000-1500 Pax
Quick-Lunch kalt/warm	Buffets in Partnerstände-Infrastruktur	1000-1500 Pax
Key Partner Meetings		
Morgen	Kaffee, Tee, Jus, Gipfeli	200 Pax
Quick-Lunch kalt/warm	Buffets Nähe Meetingsräume	230 Pax
Durchgehend	Kaffee-/Wasserstationen	230 Pax
Mitgliederversammlung		
Stehlunch vor MV oder Aperitif	Buffets	150 Pax
Vorstandssitzung		
Während Meeting	Kaffee, Tee, Jus, Wasser, Gebäck	16 Pax

Schweizer Ferientag

Für ein optimales Catering muss die Lokalität folgende Voraussetzungen erfüllen.

- genügend Platz für F&B innerhalb Partnerstände
- genügend Platz für Buffet Stationen
- genügend Platz für „Ruhe-Ecken“

Dinner / Synergy Night

- Die Synergy Night ist der „Social und Networking Event“ des Schweizer Ferientags, an dem ST den Teilnehmern die Gelegenheit geben möchte, in ungezwungener Atmosphäre unter sich zu sein.
- Disco-Unterhaltung nach ca. 22 Uhr ist möglich, entweder an Synergy Night oder in Disco vor Ort.
- Wichtigstes Element ist das Networking. Es ist daher wichtig, dass die Platzverhältnisse/ Lokalitäten grosszügig bemessen sind und eine freie Zirkulation innerhalb der Partnerstände während dem Essen ermöglichen.
- Die Synergy Night bietet der Gastgeber-Destination die Möglichkeit, für die Gäste mit einem innovativen F&B-Angebot ein nachhaltiges Erlebnis zu schaffen und sich so bei der Branche zu positionieren.

4.9 Bedarf / Reservation Hotelzimmer

Für den Schweizer Ferientag werden zwischen 900-1300 Zimmer (EZ oder DZ zur Einzelnutzung ohne Zuschlag) in 3*-5* Hotels benötigt. Die Anzahl ist sehr stark abhängig vom Programm, von der geografischen Lage der Gastgeber-Destination, Anzahl Teilnehmer und dem Wochentag des FT.

Die Zimmer sollten aus logistischen Gründen auf so wenig Hotels wie möglich verteilt sein (im Idealfall nicht mehr als 10-15 Hotels). Eine zentrale Lage zu den Veranstaltungsorten und kurze Distanzen zwischen den Hotels sind wünschenswert.

Check-in:

Early Check-in am Tag des Ferientags ist wünschenswert; late Check-in (nach Synergy Night) ist Voraussetzung.

Check-out:

Early Check-out am Tag des Ferientags; late Check-out (nach Key Partner Meetings) ist wünschenswert.

Zimmerpreis für FT Teilnehmer (Selbstzahler):

5*: CHF 180.- bis 220.- EZ oder DZ zur Einzelnutzung, inkl. Frühstück, MWST, Service, Taxen

4*: CHF 150.- bis 180.- EZ oder DZ zur Einzelnutzung, inkl. Frühstück, MWST, Service, Taxen

3*: CHF 130.- bis 150.- EZ oder DZ zur Einzelnutzung, inkl. Frühstück, MWST, Service, Taxen

Zimmerpreis für VIPs, ST-Mitarbeiter, Auf-/Abbau-/Technik-Team (von ST bezahlt):

5*: CHF 140.- bis 170.- EZ oder DZ zur Einzelnutzung, inkl. Frühstück, MWST, Service, Taxen

4*: CHF 120.- bis 140.- EZ oder DZ zur Einzelnutzung, inkl. Frühstück, MWST, Service, Taxen

3*: CHF 100.- bis 120.- EZ oder DZ zur Einzelnutzung, inkl. Frühstück, MWST, Service, Taxen

2*: CHF 80.- bis 100.- EZ oder DZ zur Einzelnutzung, inkl. Frühstück, MWST, Service, Taxen

Belegungsdauer (stark vom Programm Abhängig):

1te Nacht ca. 100-200 Übernachtungen

2te Nacht ca. 500-900 Übernachtungen

3te Nacht ca. 200-300 Übernachtungen

Reservation:

- Die Gastgeber-Destination ermöglicht ein direktes online Reservationssystem mit einem Spezialzugang für die FT-Teilnehmer. Diese Buchungsplattform wird von der Destination kostenlos zur Verfügung gestellt und bewirtschaftet.
- Die Teilnehmer reservieren online und bezahlen direkt im Hotel (Kreditkarte oder bar).
- Rund 550 Zimmer werden für VIPs, Referenten, ST-Mitarbeiter, Auf-/Abbau-/Technik-Team benötigt. Die Zuteilung und Kosten werden von ST übernommen. Dieses Kontingent erscheint nicht auf der Hotelbuchungsplattform.

4.10 Bewerbungsdossier

Ihr Dossier sollte folgende Punkte beinhalten:

Checkliste:

- | | |
|--|--------------------------|
| ▪ Durchführungsdaten | ☐ |
| ▪ Pläne und technische Angaben zu allen Lokalitäten | ☐ |
| ▪ Alternative Räumlichkeiten für Durchführung der Breakout Sessions | ☐ |
| ▪ Schätzung Mietpreise für Lokalitäten | ☐ |
| ▪ 1-2 Vorschläge für MV/Synergy Night/KPM, falls nicht in gleicher Lokalität | ☐ |
| ▪ Konkret verfügbare Hotelkontingente inkl. Preise für Teilnehmer/ST Kontingent | ☐ |
| ▪ Details zu Hotels (Anzahl, Lage, Sternekategorie) | ☐ |
| ▪ Bestätigung für Hotelplattform gemäss Vorgabe | ☐ |
| ▪ Bestätigung Einbindung lokaler öV | ☐ |
| ▪ Catering-Partner, inkl. Info, ob sich ST Partner ggf. selbst einbringen kann | ☐ |
| ▪ Technik-Partner, inkl. Info, ob sich ST Partner ggf. selbst einbringen kann | ☐ |
| ▪ Bestätigung finanzielles Engagement durch Gastgeber-Destination inkl. Budget | ☐ |
| ▪ Kontaktdaten Projekt-Verantwortliche/r Gastgeber-Organisation für alle Anlässe | ☐ |

4.11 Auswahlverfahren

Der finale Entscheid über die Vergabe des Schweizer Ferientags inkl. aller vor-/nachgelagerten Anlässe wird von der ST-Geschäftsleitung gefällt und basiert auf folgenden Punkten:

- Erfüllung der Anforderungen / Durchführbarkeit (Musskriterien)
- Kreativität und Qualität des Bewerbungsdossiers
- Vollständigkeit des Bewerbungsdossiers
- Einhaltung des Kostenrahmens
- Durchführungsorte der vergangenen Ferientage/STMs
ST ist an einer gleichmässigen, geografischen Verteilung über die ganze Schweiz interessiert.
- Häufigkeit der früher durchgeführten FTs/STMs (resp. zeitlicher Abstand seit dem letzten Ferientag/STM)
- Mitgliedschaft bei ST

5 FINANZIELLES.

- Schweiz Tourismus kommt für den Hauptanteil des Totalbudgets auf.
- Der Schweizer Ferientag ist ein hochkarätiger Anlass mit prominenten Gastreferenten und einem breiten Spektrum von touristischen Partnern und Wirtschaftspartnern.
- Das hohe Niveau reflektiert auch die Teilnehmerzahlen, die sich in den letzten Jahren konstant halten: 2012: 1480 Pax / 2013: 1477 Pax / 2014: 1430 Pax / 2015: 1270 Pax / 2016: 1240 Pax* / 2017: 1250 Pax* / 2018: 1270 Pax* (*limitierte Platzkapazität).
- Verbunden mit dem steigenden Erfolg des Ferientags sind die Bedürfnisse an die Qualität und Quantität der Infrastrukturen gestiegen, um unserem Ziel und unserer Verpflichtung zur Durchführung eines top Anlasses nachkommen zu können.
- Für die Planung und Budgetkalkulation gehen wir von einer Teilnehmerzahl von 1300 Pax aus (inkl. VIPs, Gäste, Referenten, ST Delegation).
- Die Gesamtkosten eines Ferientags belaufen sich auf CHF 550'000.- bis 800'000.-. (exkl. Reisekosten ST-Delegationen). Dieser Betrag ist stark abhängig von den Mietkosten für die Kongresslokalitäten, den nutzbaren Infrastrukturen vor Ort, der Teilnehmerzahl und der Kooperation mit der Gastgeber-Destination im Bereich Miete, Sachleistungen und Co-Sponsoring.
- Das finanzielle Engagement der Destination beläuft sich auf rund CHF 150'000.- bis 250'000.-. Dies ist ein Richtwert und stark abhängig vom Engagement der lokalen Partner in Form von gutem Pricing und Sachleistungen, den Infrastrukturen vor Ort, dem lokalen Sponsoring sowie der Teilnehmerzahl.
- Die Gastgeber-Destination hat die Federführung bei den Preisverhandlungen in den Bereichen Hotellerie, Catering sowie Miete Kongresslokalität. Das Pricing wird danach mit ST besprochen und falls nötig nachverhandelt.
- Schweiz Tourismus bestimmt die Inhalte, hat die Federführung bei der Gesamt-Organisation und Umsetzung aller Anlässe sowie beim Gesamt-Budget.
- Für eine reibungslose Koordination des Budgets muss ST von Anfang an in die Preisdiskussionen eingebunden sein.
- ST unterhält strategische Kooperationen mit Wirtschaftspartnern, die mit hohem finanziellem Engagement und teilweise Exklusivität vertreten sind. Es ist daher wichtig, dass die Gastgeber-Destination Sponsoring von z.B. Sachleistungen vorher mit ST abklärt.
- Es besteht für die Gastgeber-Destination die Möglichkeit, Sponsoren einzubinden, sowohl für Sachleistungen als auch für ein finanzielles Engagement. Als Gegenleistung offeriert ST diverse Plattformen, die individuell nach Höhe der Sponsorenleistung definiert werden. Die Akquisition der Sponsoren muss mit ST koordiniert werden, um Interessenskonflikte mit den Wirtschaftspartnern von ST zu vermeiden.

Erläuterung Detailbudget: s. Anhang

- Kolonne „Schätzung Einzelkosten“ enthält den „Wunschwert“, den die Leistung haben soll, resp. die geschätzten Kosten, basierend auf Erfahrungswerten von ST.
- Kolonne „Schätzung effektive Kosten“ enthält die Gesamtkosten für die einzelnen Leistungen.
- Kolonne „Anteil ST Budget“ enthält die Pauschalansätze/Beiträge, die ST als Barzahlung an die Gastgeber-Destination entrichtet, resp. die ST für Leistungen investiert.
- Kolonne „Anteil Gastgeber-Destination Budget“ ist die Differenz zwischen den Pauschalen/ Investitionen von ST und dem Wunschwert. D.h. diese Leistungen können von der Gastgeber-Destination als Sachleistungen oder Sponsoring bei ihren Partnern eingeholt werden, resp. müssen durch die Destination absorbiert werden.
- Dies bedeutet für die Gastgeber-Organisation: Wenn ihre regionalen/lokalen Partner und Leistungsträger interessiert und bereit sind, die Differenz zwischen der „Schätzung Einzelkosten“ und den von ST geleisteten Barzahlungen durch gutes Pricing zu absorbieren, verringert sich die Cash-Investition seitens der Gastgeber-Destination.
- Selbstverständlich hat die Gastgeber-Destination ebenfalls die Möglichkeit, cash Sponsoring durch regionale/lokale Institutionen wie Politik, Wirtschaft, Lotteriefonds etc. zu generieren. Auch hier ist eine vorherige Kontaktnahme mit ST notwendig, um Interessenskonflikte zu verhindern.

6 DIVERSES.

- Voraussetzung für eine erfolgreiche Durchführung ist ein gut eingespieltes Team vor Ort.
- Erfahrungsgemäss sind 1-2 Personen der Gastgeber-Destination ab einem Jahr vor dem Ferientag und den angeschlossenen Anlässen im Einsatz. 1-2 Monate vor den Anlässen erhöht sich der Personalbedarf.
- Die letzten Jahre haben gezeigt, dass es nicht notwendig ist, zusätzliche Mitarbeitende speziell für den Ferientag einzustellen.
- Es ist wünschenswert, dass die FT-projektverantwortliche Person der Gastgeber-Organisation nicht auch für den STM verantwortlich ist.
- Die Gastgeber-Destination erhält die Möglichkeit, VIP-Gäste an den Ferientag inkl. Synergy Night einzuladen. Die Anzahl ist limitiert und ist u.a. abgestimmt auf das finanzielle Engagement der Destination und ihrer Partner. Die Gästeliste wird mit ST abgesprochen und die Einladung erfolgt durch ST.
- Die Gastgeber-Destination erhält eine Partnerstandpräsenz am Ferientag sowie kostenlose Teilnahme am Ferientag inkl. Synergy Night für eine limitierte Anzahl an Mitarbeitenden.
- Lokale Partner und Sponsoren von Cash- und Sachleistungen können in diesen Partnerstand integriert werden.

Wir hoffen, Ihnen mit diesem Dokument alle notwendigen Basisinformationen für Ihre Kandidatur zu vermitteln. Gerne besprechen wir weitere Details persönlich mit Ihnen und freuen uns auf eine erfolgreiche Partnerschaft!

Anhang: Budgetkalkulation (nächste Seite)

7 ANHANG: BUDGETKALKULATION, VERTRAULICH.

Budgetkalkulation Schweizer Ferientag 2020			Stand September 2018 / Aenderung vorbehalten		
Kalkulation: 1300 pax	EK	PAX	Budget	ST	Gastgeber
Richtpreis Hotels CHF: 5* 140-170.- / 4* 120-140.- / 3* 100-120.- inkl. ZF, Service, MWST / EZ resp. DZ zur Einzelnutzung					
Gesamtleistungen	Schätzung Einzelkosten	PAX	Schätzung effektive Kosten	Anteil ST Budget	Anteil Gastgeber Destination Budget
Infrastruktur FT, KPM, Synergy Night, MV			CHF	CHF	CHF
Miete Lokalitäten			offen	zwei Drittel	ein Drittel
Miete Breakouts Lokalitäten			offen	zwei Drittel	ein Drittel
Technik, Inszenierung, Bühne			200'000	200'000	-
Total Infrastruktur			offen	offen	offen
Food & Beverage FT inkl. Mwst	CHF		CHF	CHF	CHF
Mittagessen Tag 1: Stehlunch (ST 2/3 Gastgeber 1/3)	48	1'300	62'400	41'600	20'800
Mittagessen Tag 2: einfach (ST 2/3 Gastgeber 1/3)	22	1'300	28'600	19'067	9'533
Getränke Alkohol Tag 1&2	17	1'300	22'100	-	22'100
Getränke durchgehend Tag 1&2 (Kaffee, Softdrinks, Früchte & Snacks)	30	1'300	39'000	-	39'000
Total F & B Ferientag	117		152'100	60'667	91'433
Synergy Night	CHF		CHF	CHF	CHF
Technik/Unterhaltung/Miete					
Technik			10'000	10'000	-
Unterhaltung (DJ)			effekt. Kosten	effekt. Kosten	-
Miete Lokalität			offen	zwei Drittel	ein Drittel
Total Infrastruktur Synergy Night			offen	offen	offen
Food & Beverage					
Apéro Häppchen u. Dinner (ST 2/3 / Gastgeber 1/3)	100	1'300	130'000	86'667	43'333
Mineral, Softdrinks, Bier, Wein, Schaumwein	30	1'300	39'000	-	39'000
Total F & B Synergy Night			169'000	86'667	82'333
Total Synergy Night	130		179'000	96'667	82'333
Key Partner Meetings	CHF		CHF	CHF	CHF
Infrastruktur inkl. Technik					
1 Plenumsraum		260	offen	zwei Drittel	ein Drittel
21 Tagungsräume		230	offen	zwei Drittel	ein Drittel
Total Key Partner Meetings			offen	offen	offen
Food & Beverage					
Getränke durchgehend (Kaffee, Softdrinks, Früchte & Gifpeli)	16	230	3'680	-	3'680
Quick Lunch inkl. Getränke (ST CHF 15.- / Gastgeber CHF 15.-)	30	230	6'900	3'450	3'450
Total F & B Key Partner Meetings			10'580	3'450	7'130
Total Key Partner Meetings	46		10'580	3'450	7'130
Mitgliederversammlung	CHF		CHF	CHF	CHF
1 Plenumsraum		150	Offen	zwei Drittel	ein Drittel
F&B (Morgenkaffee, Apéro-riche)	0	150	Offen	effekt. Kosten	evtl. Sponsoring
Total Mitgliederversammlung			Offen	Offen	Offen
Geschenk Gastgeber (optional)		1'300		-	offen
Transporte vor Ort - kostenlos durch Gastgeber		1'300		-	offen
Kosten Vorstandsitzung, Manpower, Partnerstände-Infrastruktur, Produktionen Deko/ Signalisationen, Printmitteln, Filmproduktionen, Uebersetzungen, Hotels VIPs und ST Mitarbeiter, Honorare, VIP Betreuung etc. werden von ST absorbiert			250'000	250'000	
Gesamttotal Kosten			791'680	610'783	180'897
Finanzierung: Der "Anteil Gastgeber-Destination" entspricht nicht zwingend Cash-Aufwendungen. Bei Spezialpreisen, Sponsoring von Sachleistungen, Cashbeitrag seitens der lokalen Partner sowie Cash-/Sachleistungs-Sponsoring durch zB Kanton und Gemeinde reduziert sich der Cash-Aufwand anteilmässig für beide Parteien. An Schweiz Tourismus fliesst kein Cash von der Destination oder den Leistungsträgern.					