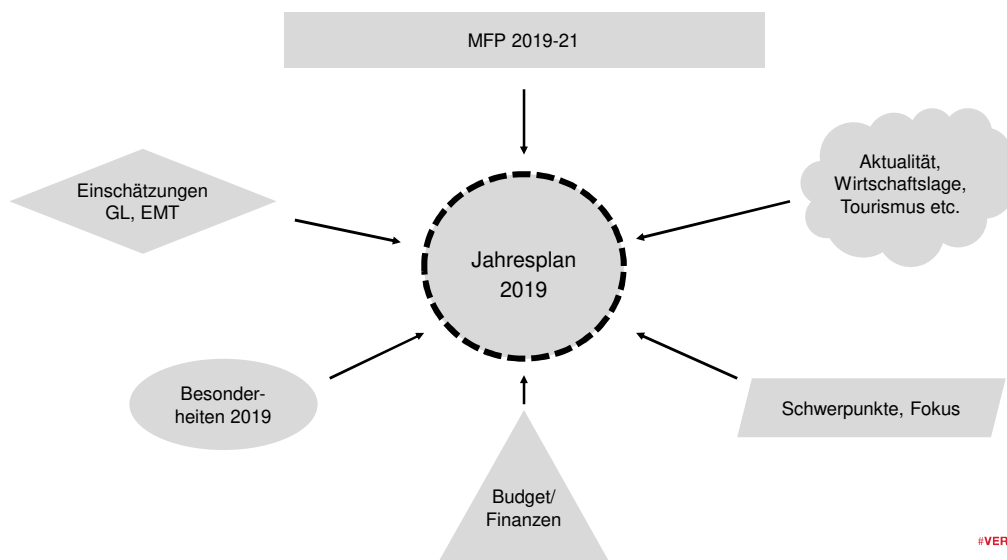






Jahresplan 2019.



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

4

Play just as Roger Federer.

Ludwig Hasler, Publizist und Philosoph



“Anders als die Haudraufs, die den Gegner von der Grundlinie wegdrücken wollen, muss Federer seine Schläge mischen, sein Spiel raffinierter, also riskanter machen. Das gibt zu tun. Vor allem Arbeit im Kopf. Er erfindet unermüdlich Strategien, Rezepte gegen jeden Gegner, er plant, er denkt, kein Wunder, ist er wandlungsfähig wie sonst keiner. Klar gewinne er gern, sagt er, doch was ihn am Tennis reize, sei das Spiel als solches: die Arbeit am Spiel, Arbeit am schlaueren Spiel.”

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

5

ST – Spirit.



Professionell
Kreativ
Agil

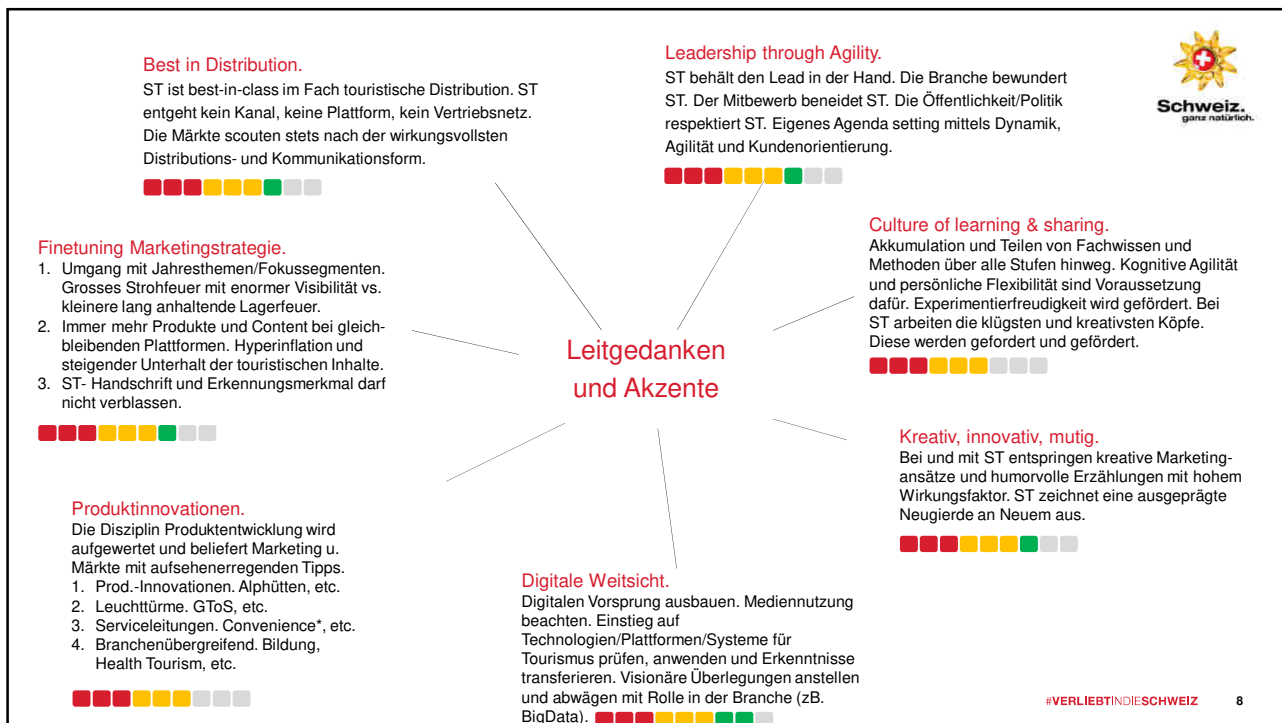
Gäste
Schweiz
Partner

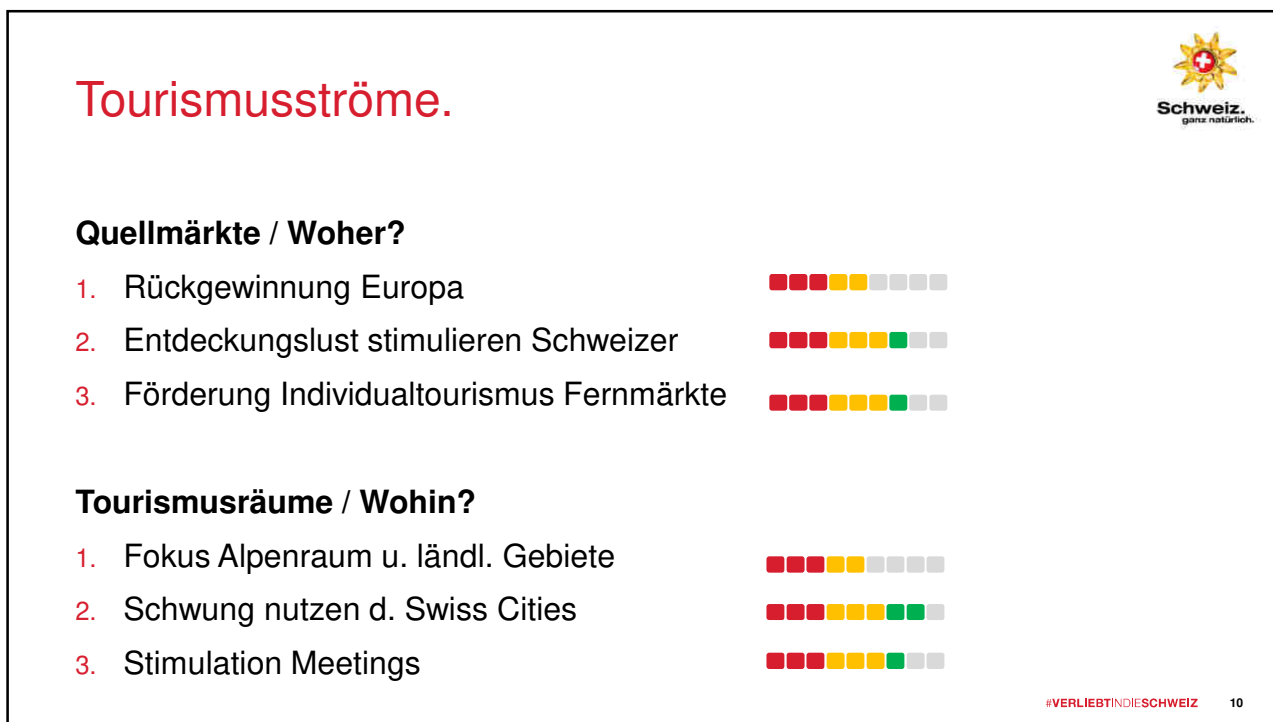
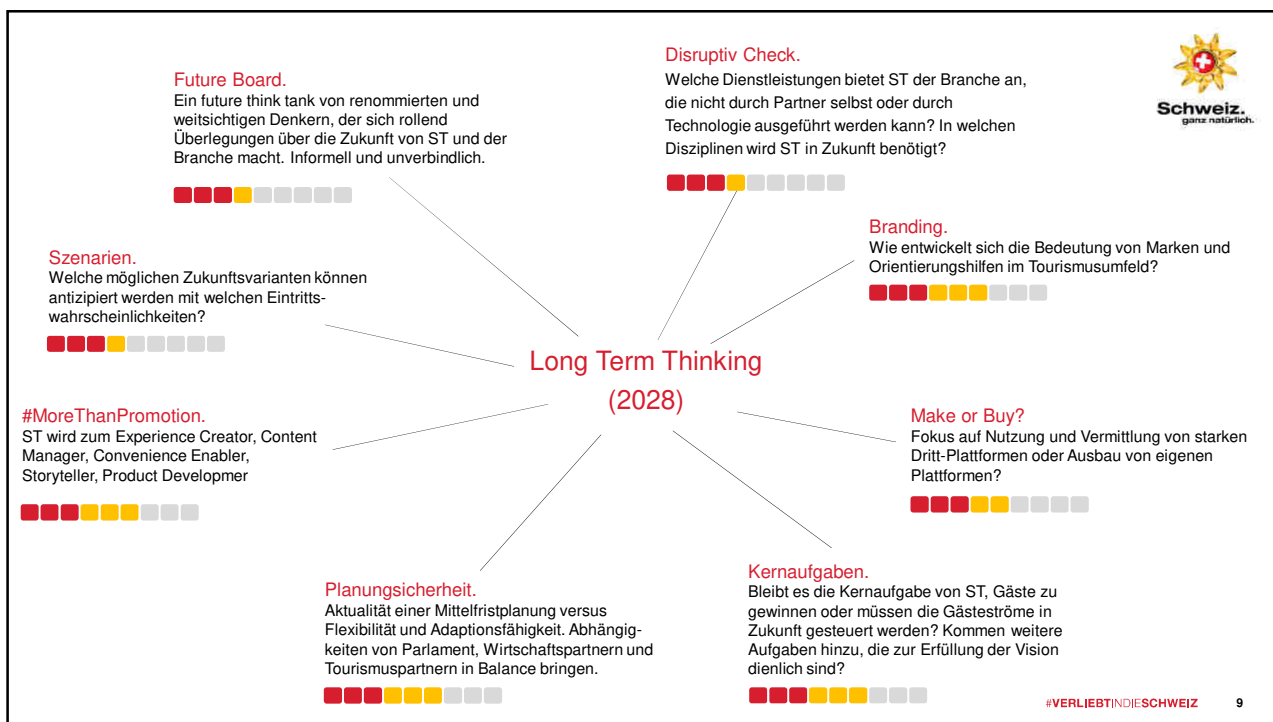
#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

6

New Management Crew

Recap.





Aktuelles.

Int. Wirtschaftsentwicklung 16-19.

KOF Prognose LN nach Tourismusjahr.



	Bruttoinlandprodukt					Privater Konsum				
	06-15 ^{a)}	2016	2017	2018	2019	06-15 ^{a)}	2016	2017	2018	2019
Schweiz	1.9	1.4	1.0	2.5	1.8	1.7	1.5	1.2	1.6	1.4
EU-28	0.8	1.9	2.5	2.3	1.9	0.5	2.3	2.0	1.7	1.7
Deutschland	1.5	1.9	2.5	2.4	2.0	0.9	1.9	2.1	1.5	1.8
Frankreich	0.9	1.1	2.0	2.2	1.8	1.0	2.1	1.3	1.7	1.7
Italien	-0.5	1.0	1.5	1.3	1.1	-0.4	1.4	1.3	1.1	1.1
UK	1.2	1.9	1.7	1.5	1.4	0.8	2.9	1.7	1.2	1.2
USA	1.5	1.5	2.3	2.6	2.2	1.7	2.7	2.7	2.8	2.3

Leicht tiefer als
Top-Jahr 2018

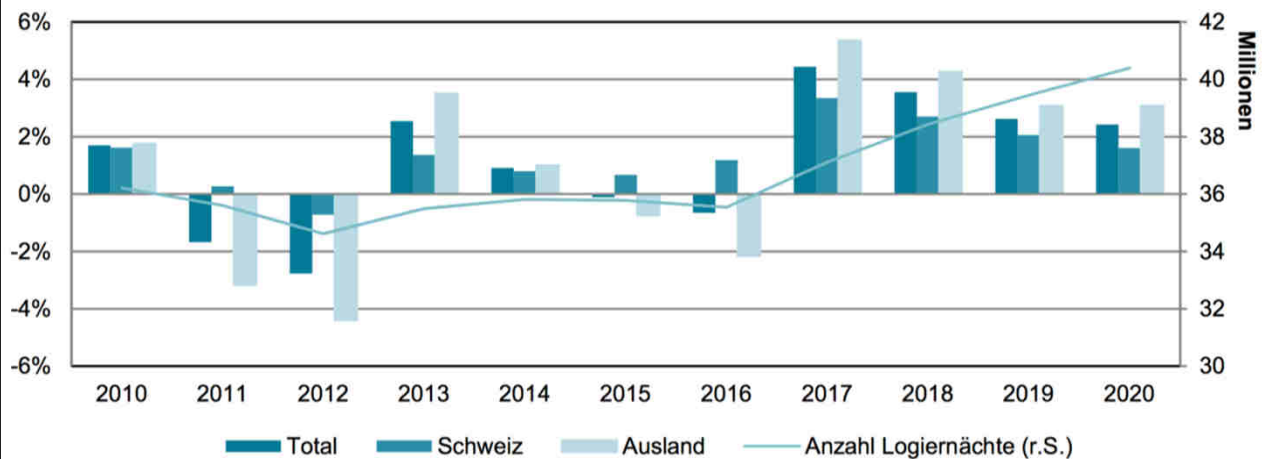
Gleich wie
Top-Jahr 2018

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

12

Mittelfristiges Wachstum zw. 2-3% p.a.

KOF Prognose LN nach Tourismusjahr.



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 13

Wachstum weiterhin aus CH und Fernmärkten.

KOF Prognose. LN nach Jahr und Herkunft.



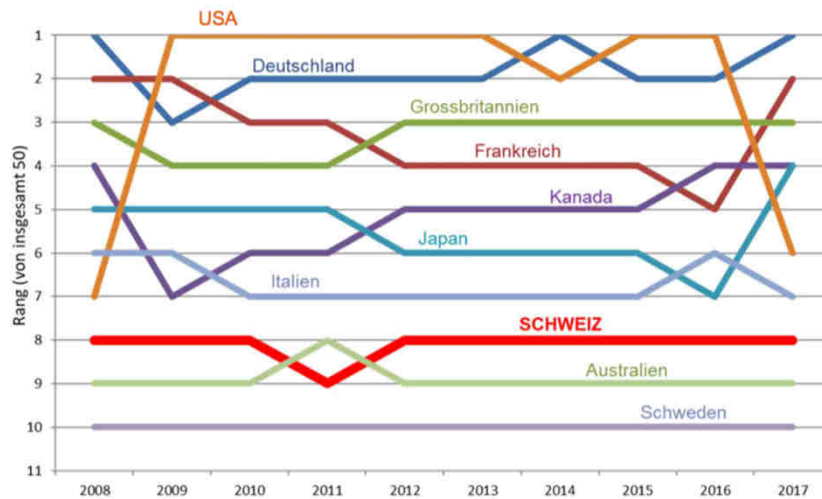
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total	-0.1%	-0.7%	4.4%	3.6%	2.6%	2.4%
Schweiz	0.7%	1.2%	3.3%	2.7%	2.1%	1.6%
Ausland	-0.7%	-2.2%	5.4%	4.3%	3.1%	3.1%
Deutschland	-10.8%	-5.5%	0.6%	3.0%	0.8%	0.4%
Vereinigtes Königreich	-0.9%	0.2%	-2.1%	1.5%	0.0%	-1.7%
USA	5.5%	5.3%	11.4%	2.6%	4.4%	3.3%
Frankreich	-5.9%	-2.3%	0.4%	2.5%	1.7%	0.7%
Italien	-5.9%	-1.4%	-2.0%	2.5%	-0.5%	0.1%
Übriges Ausland	4.0%	-2.6%	8.5%	5.8%	4.5%	5.1%

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 14



Starkes, kleines Land inmitten der G7.

Nation Brand Index 2017 (Anholt-GfK Roper)



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 15



Begehrlichkeit nach Tourismus-Schweiz gestiegen.

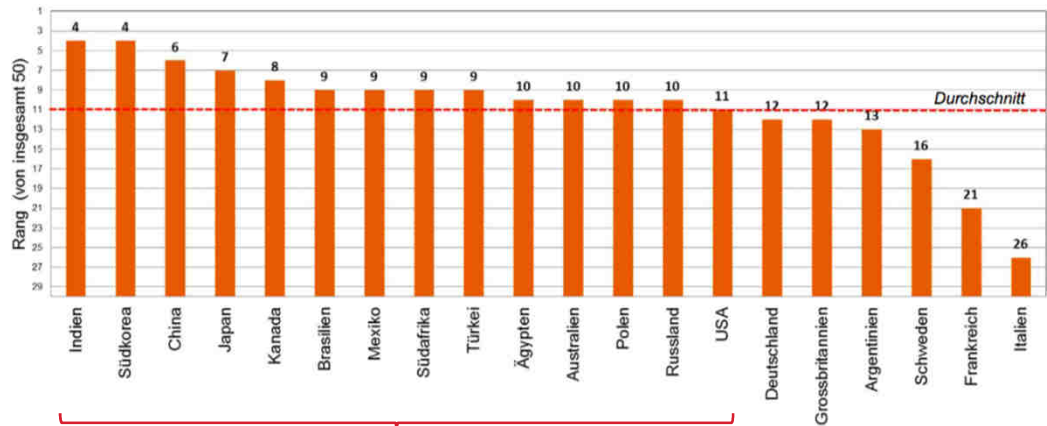
Nation Brand Index 2017

Dimension: Tourismus (Tourism)	8	11	11	10	10	11	11
Visit: Respondent would like to visit the country if money were no object	4	7	7	7	7	7	5
Natural beauty: Rich in natural beauty	4	4	4	4	4	4	4
Historic buildings: Rich in historic buildings and monuments	16	17	17	17	18	18	18
Vibrant city: Vibrant city life and urban attractions	12	12	12	12	12	12	12

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 16

Rang der Tourismus-Schweiz nach Quellmarkt.

Nation Brand Index 2017

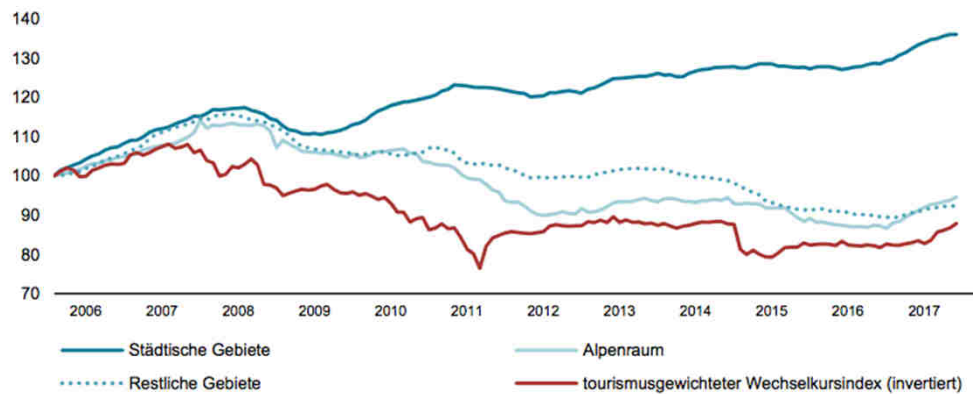


Fernmärkte bewerten Tourismusimage deutlich höher

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 17

Was macht der Euro?

Städte signifikant resistenter im Vgl. Alpen.



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 19

GR, VS, TI, BE reagieren stark auf Wechselkurs.

(Währungs-Koeffizient: Fr. um 1% Aufwertung = -2%LN (Bspw. GR))



Tourismusregion	Koeffizient	Std. Err.	Tourismusregion	Koeffizient	Std. Err.
Graubünden	<u>2.034</u>	0.306	Waadtland	0.940	0.166
Ostschweiz	0.987	0.383	Genf	<u>0.408</u>	0.098
Zürich Region	<u>0.337</u>	0.220	Wallis	<u>1.850</u>	0.343
Luzern / Vierwaldstättersee	1.482	0.297	Tessin	<u>1.827</u>	0.544
Basel Region	<u>-0.068</u>	0.179	Fribourg Region	<u>0.140</u>	0.239
Bern Region	<u>1.831</u>	0.245	Region Aargau	0.958	0.295
Jura & Drei-Seen-Land	0.465	0.309			

Wechselkurselastizität nach Tourismusregion

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 20

Wechselkursprognosen ggü. CHF

September 2018



Währung	Aktueller Kurs	12-Monats-Tendenz	Kurserwartung in 3 Monaten	Kurserwartung in 12 Monaten
USD	0.97	↗	1.00	1.01
EUR	1.13	↗	1.14	1.17
GBP	1.26	↗	1.23	1.30
JPY	0.87	↗	0.90	0.91

Quelle: SHBK

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

21



Zwischen Hammer und Amboss.

Harmonisierung MFP und BP



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

22



Herleitung.

- Strategische Dokumente sind extrem wichtig zwecks Orientierung
- Aufwändige Erstellung von MFP (90S.) und BP (70S.)
- Grosse Redundanzen und doppelte Inhalte
- Detaillierungsgrad unterschiedlich pro Bereich
- Mix zwischen bereichsübergreifend und bereichsspezifisch
- Navigation fehlt zwischen *welche Info steht in MFP und welche in BP?*

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 23



Miserable Nutzung von Branche.

Downloads ab stnet.ch

Businessplan 2018 Downloads	
DE	149
FR	25
IT	4
EN	8
Total	186
MFP Downloads	
DE	7
FR	1
IT	0
EN	1
Total	9

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 24

Ziel.



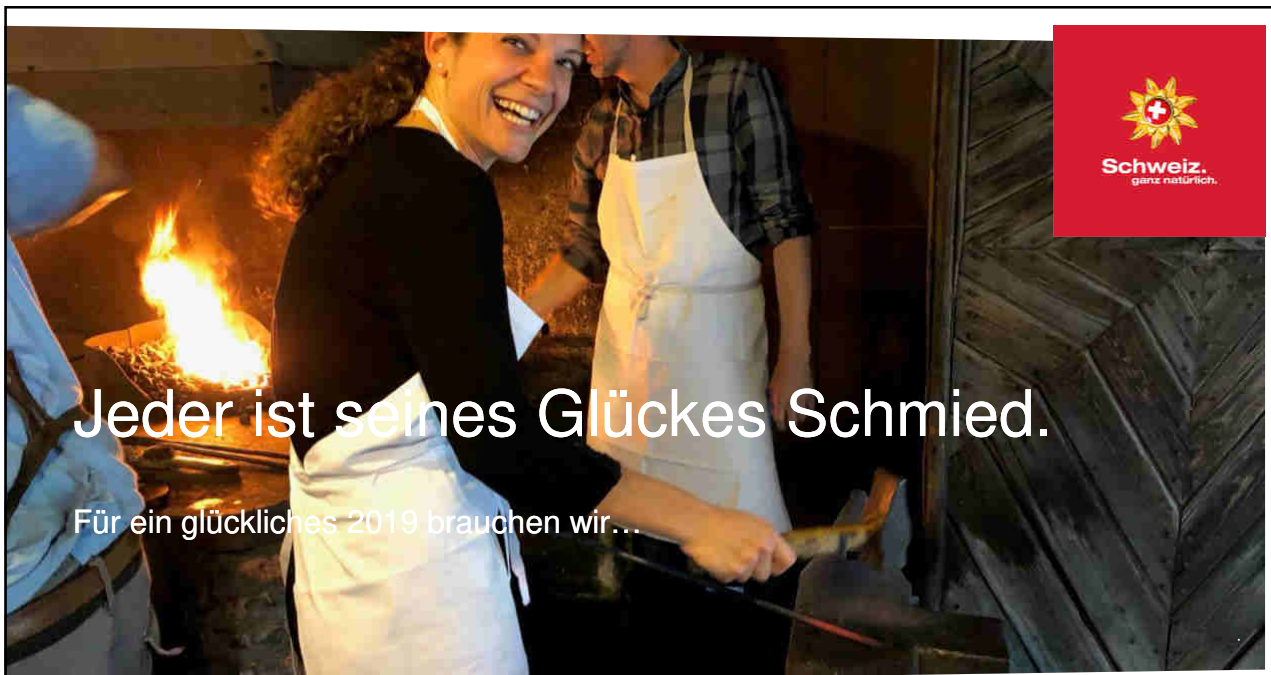
- Kürzer, straffer, klarer
- Leichter, flexibler, lesefreundlicher

Harmonisierung beschlossen.



- Ein einziges strategisches Dokument mit 3 Kapiteln
- Bearbeitungszyklus bleibt bestehen
- Neu Jahresplanung statt Businessplan

	1. Umfeldanalyse	2. MFP	3. Jahresplanung
Dez-Klausur	Erstellung	Erstellung	
Juni-Klausur	(Aktualisiert)		Erstellung

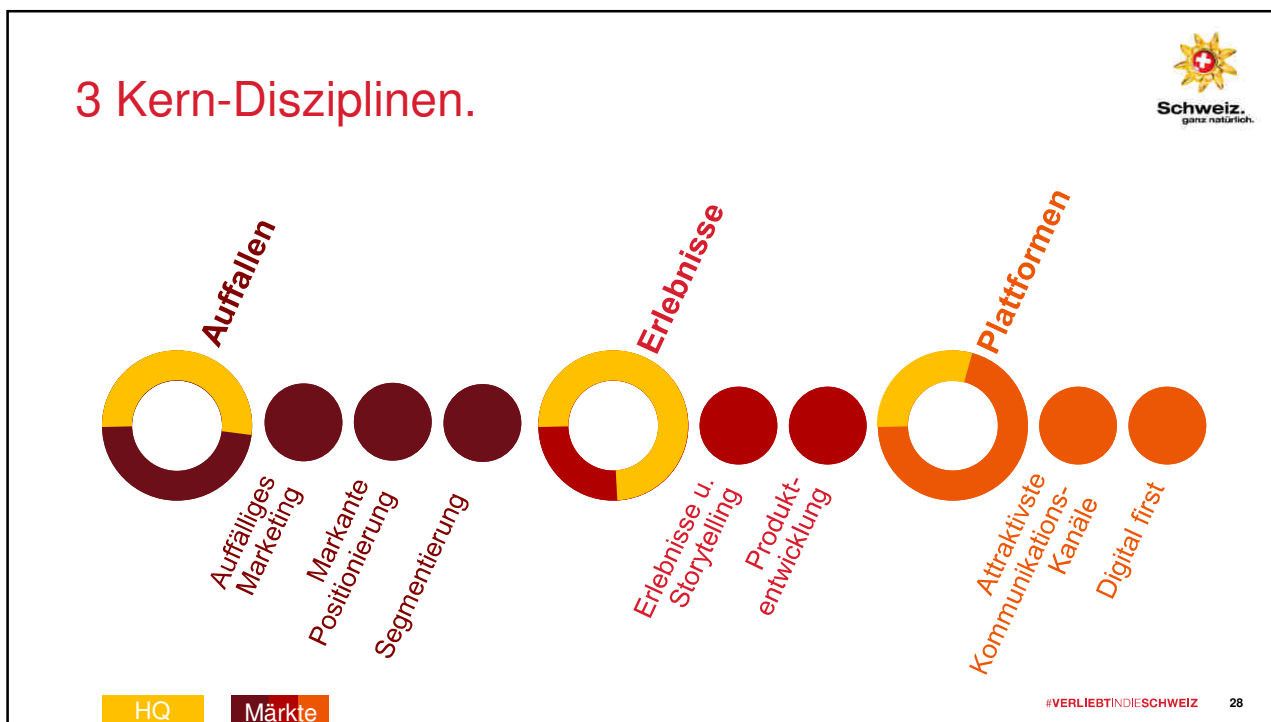


Jeder ist seines Glückes Schmied.

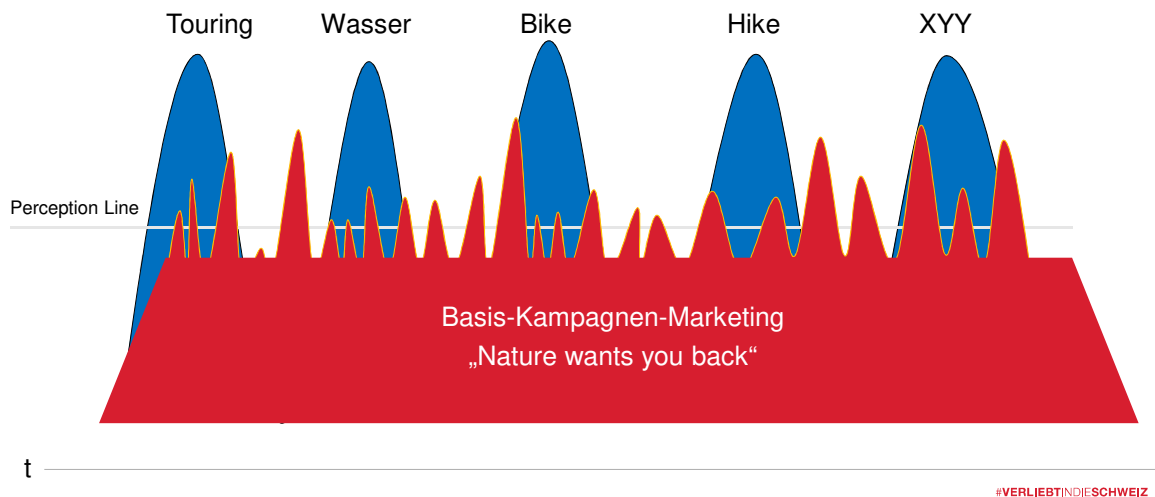
Für ein glückliches 2019 brauchen wir...

Schweiz.
ganz natürlich.

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 27



Auffallen ohne Themenjahr.



Schwerpunkte für 2019.



- Perfektionieren der 3 ST-Kerndisziplinen
 1. Auffallen
 2. Content/Experience
 3. Plattformen/Kanäle
- Europa, Europa, Europa
- Berggebiete
- New Place – New Spirit
- Innovation Company: Health Tourism, MyS2019, Kids4free, Dest. Wedding etc.
- ST-Finanzierung 2020-23

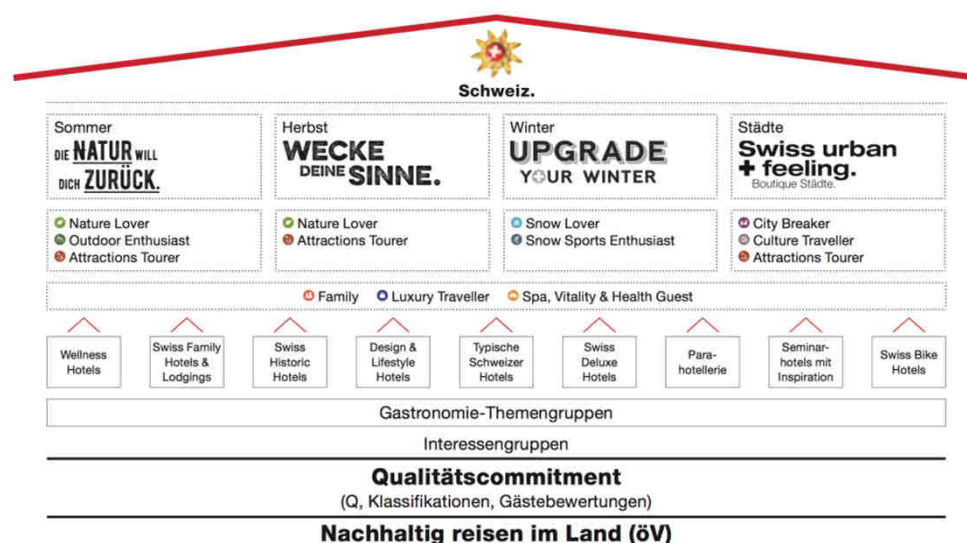
6 Hauptziele 2019.



- 17 KPI's
- Kooperation mit Branche
- Rückgewinnung europäische Gäste
- Wandersommer 2019
- Gesundheitstourismus
- Upgrade your Winter 19/20

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 31

Marketing 2019.



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 32

Shaping up for..



- Produktentwicklung
 - Remix, PE-Netzwerk
 - Kids4Free, Iconic Hiking Trails, Trail Running, City Hub+Spoke, Oenotourismus
- Social Media
 - Learn, Try & Adapt
 - Community Mgmt, Social Influencers KOL, Summit
- Stay talk-of-town
 - New POV. Neue Sicht gewähren
 - Laufende Lancierungen statt einmalige Feuerwerke

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 33

Märkte.



Europa West	Europa Zentral - Ost	Americas	Asia-Pacific	Watchlist	Direkte Führung ML
Frankreich	Deutschland	USA	China	Iran	Indien
Benelux	CZ	Canada	Australien	LATAM	GCC
Italien	Nordics	Brasilien	Japan	Eur-Asia	Schweiz
Spanien	Österreich		Korea	Balkan	UK
	Polen		Südostasien	ASO	
	Russland			Expat	

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 34

Kernprojekte Märkte.

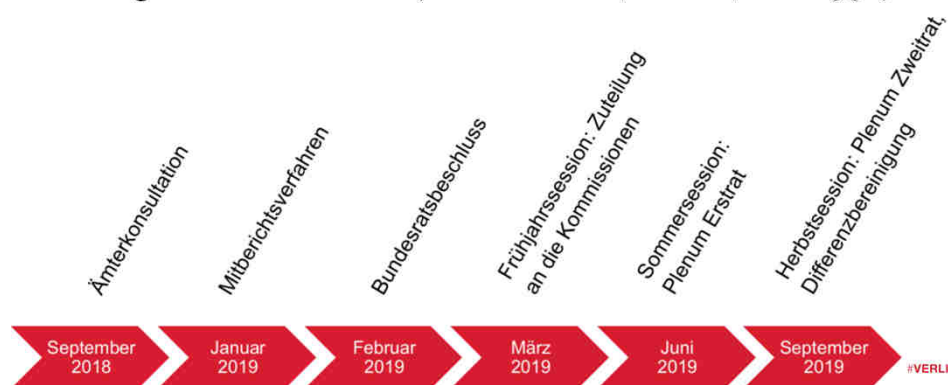


- Stopover
- Flagship/ Pop-Up Store
- STM, STE, Workshops
- Set-up: Dest. Wedding, Gesundheits-TS

ST-Finanzierung 2020–23.



- Periode 2016-19: 210 Mio. (Parl. hat 230 Mio. gesprochen, Kürzungen)
- Antrag 2020-23: 240 Mio. (Referenz 230 Mio., f. Status Quo +10 Mio.)
- SECO-Antrag: 220 Mio. (Referenz 210 Mio., TS erholt, Währung gut)



Wichtigste Argumente für solide ST-Finanzierung.



1. Basisargumente

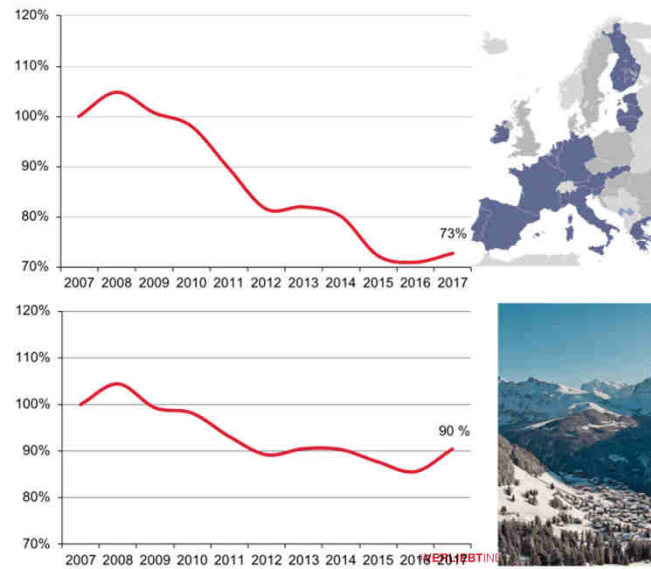
- Schweiz, Europa, Fernmärkte
- Produktentwicklung, Digitale Exzellenz

2. Teil-Etappenerfolg

- Volumen ungleich Wertschöpfung
- Verlust 8 Jahre bei weitem nicht erholt

3. Future-ready

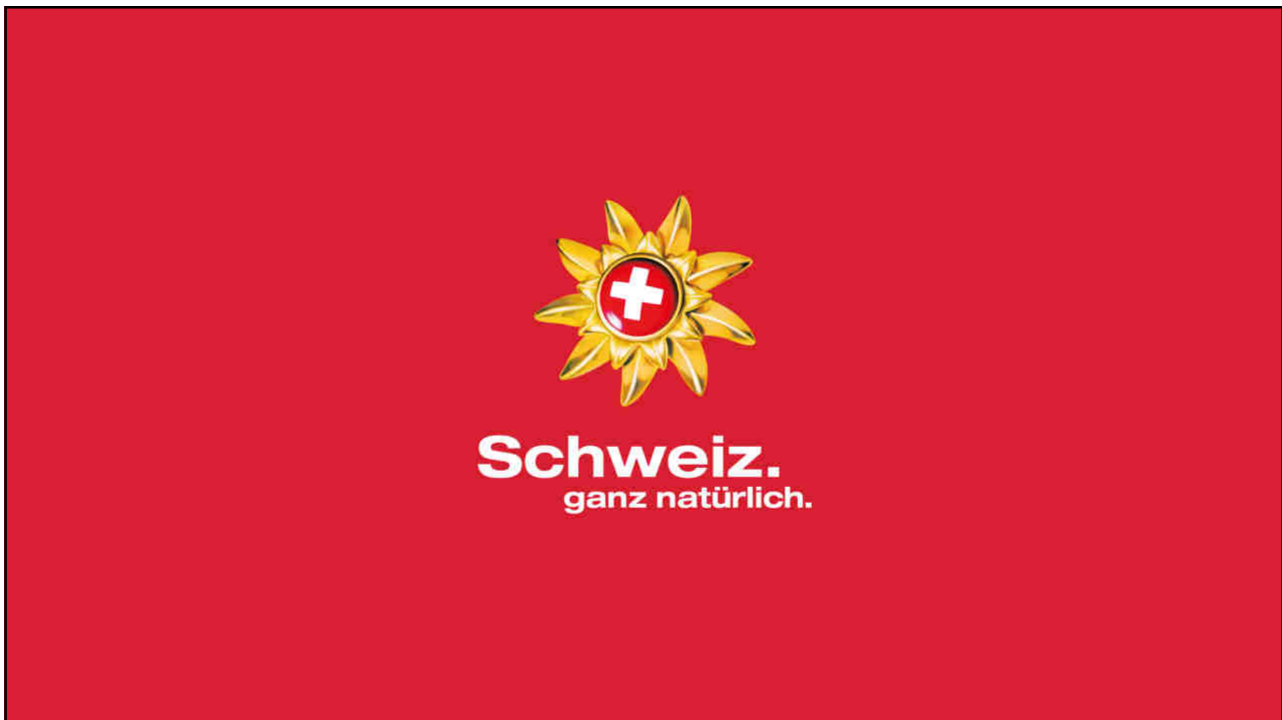
- Qualitäts-/ Individualtourismus
- Marketing/Kommunikation im Wandel



Diskussion.

A) Aufführungen

B) Jahresplan19



Themenübersicht.



- EU Pauschalreiserichtlinien – Änderungen ab 1. Juni 2018
- Mehrwertsteuerteilrevision 2018
- Interkulturelle Kompetenz – Publikation zu Gast
- Zukunftsprojekte Produktentwicklung
- Kandidatur Ferientag 2020ff



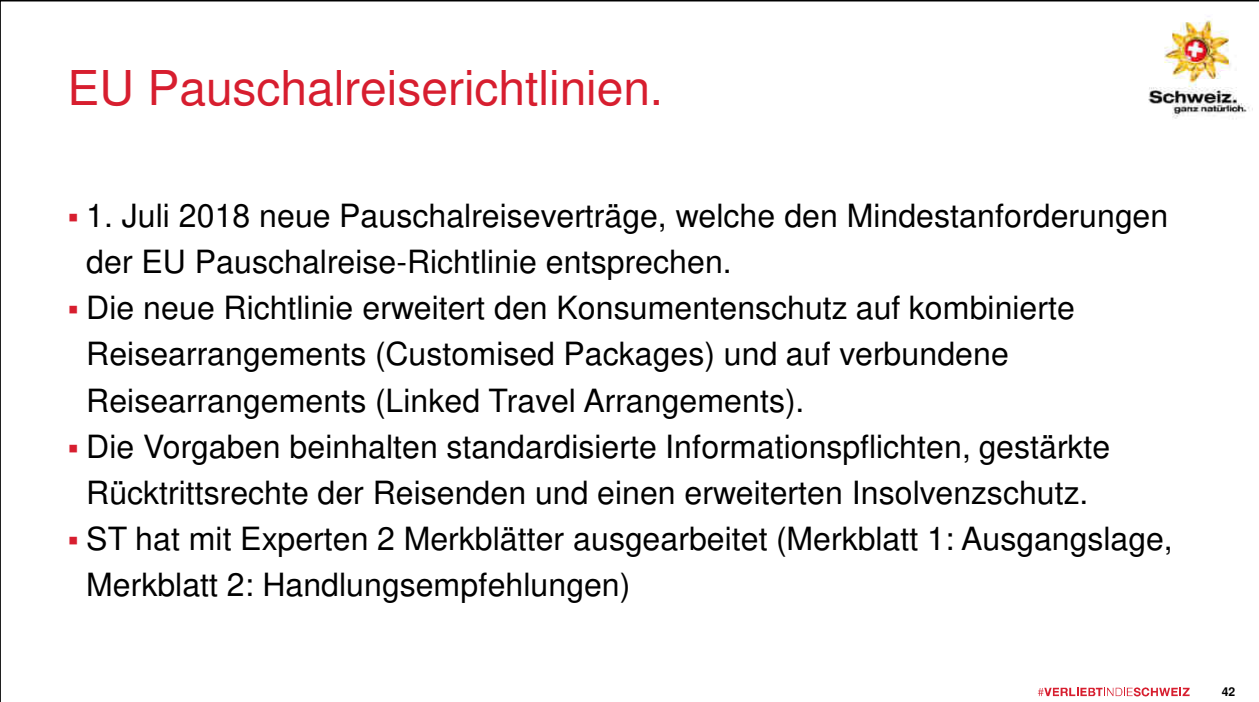
EU Pauschalreise Richtlinien.
Änderungen ab 1. Juli 2018

RDK, 24. September 2018


 Schweiz.
ganz natürlich.

Gstaad, Bern

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 41

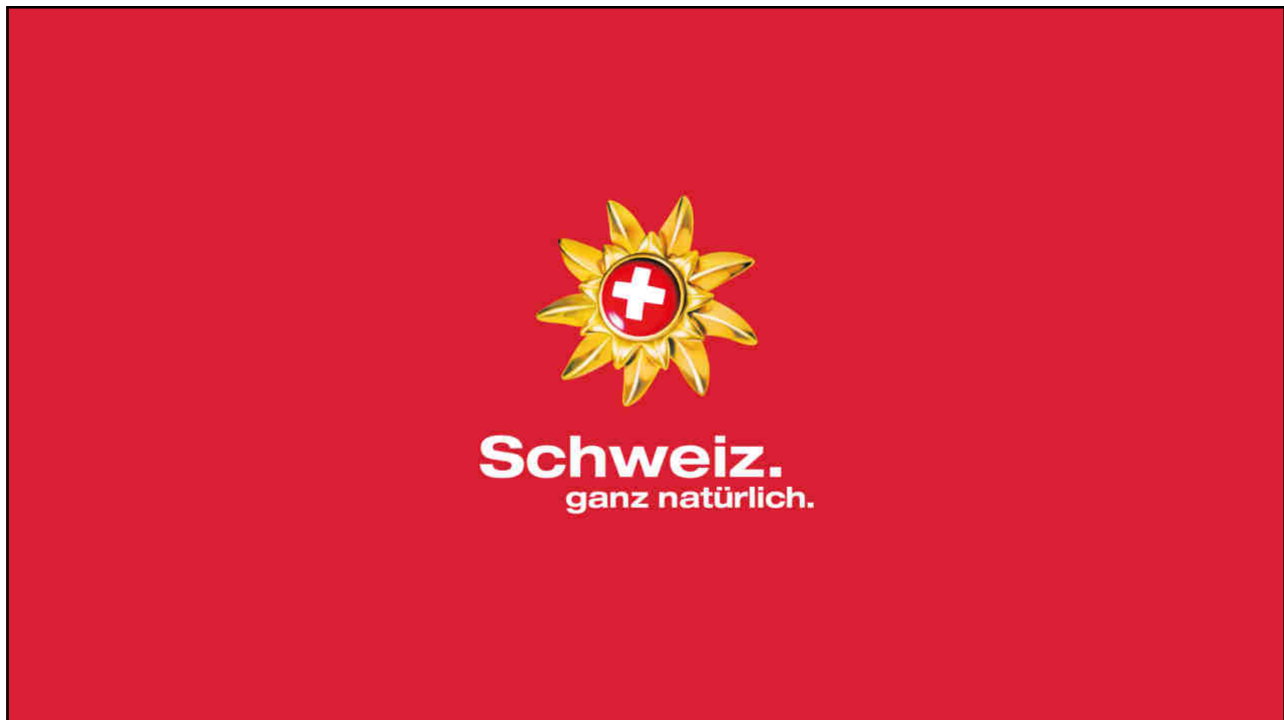


EU Pauschalreiserichtlinien.


 Schweiz.
ganz natürlich.

- 1. Juli 2018 neue Pauschalreiseverträge, welche den Mindestanforderungen der EU Pauschalreise-Richtlinie entsprechen.
- Die neue Richtlinie erweitert den Konsumentenschutz auf kombinierte Reisearrangements (Customised Packages) und auf verbundene Reisearrangements (Linked Travel Arrangements).
- Die Vorgaben beinhalten standardisierte Informationspflichten, gestärkte Rücktrittsrechte der Reisenden und einen erweiterten Insolvenzschutz.
- ST hat mit Experten 2 Merkblätter ausgearbeitet (Merkblatt 1: Ausgangslage, Merkblatt 2: Handlungsempfehlungen)

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 42



A landscape photograph showing a calm lake at sunset or sunrise, with a tall, thin tower structure on the left side. The sky is hazy and the water reflects the light.

A small version of the Swiss logo on a red background, with the text "Schweiz. ganz natürlich." below it.

Update: Mehrwertsteuer-Teilrevision 2018.

RDK Sitzung, 24. September 2018

Bürgenstock - Hammetschwandlift

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

44



Mehrwertsteuer-Teilrevision 2018. Wichtigste Änderung.

- Ab 1.1.2018: Neuregelung der MWST-Pflicht. Ein Agent/Veranstalter, der weltweit mehr als CHF 100'000.00 / Jahr Umsatz generiert wird neu schon ab dem ersten Umsatz in der Schweiz steuerpflichtig.



Mehrwertsteuer-Teilrevision 2018. Diskussion mit der Eidg. Steuerverwaltung.

Juni.

- Diskussion mit Eidg. Steuerverwaltung, die bisherige Praxis (gültig bis Ende 2017), hat sich bewährt und nicht zu Missbrauch geführt.
- Unser Vorschlag: Die bisherige Verwaltungspraxis trotz geänderter Rechtslage weiterzuführen.



Mehrwertsteuer-Teilrevision 2018. Entscheid Eidg. Steuerverwaltung.

August.

- Leider hat die Eidgenössische Steuerverwaltung den Vorschlag der Praxisänderung für ausländische Veranstalter nicht akzeptiert.

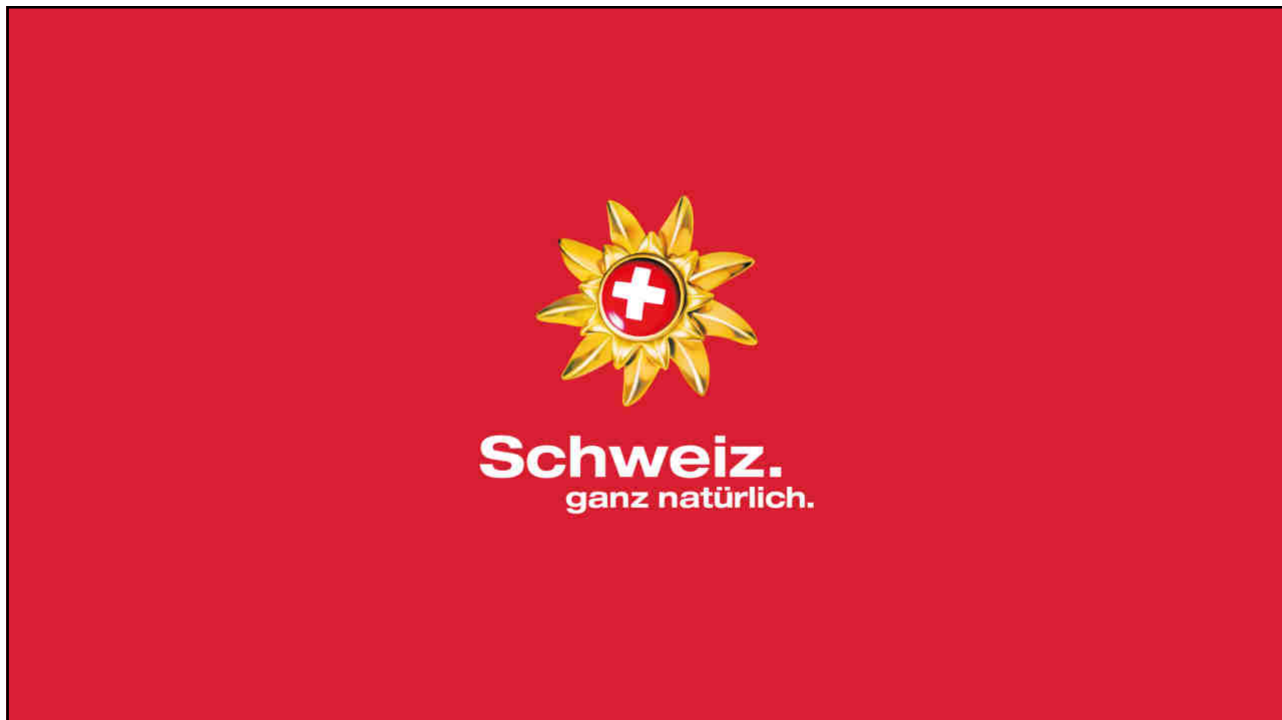
#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 47



Mehrwertsteuer-Teilrevision 2018. Weiteres Vorgehen.

- Vorstoss im Parlament
- Koordiniert vom STV
- Ziel
 - Änderung der Verordnung für ausländische Veranstalter und Agenten
 - Verzicht auf Registrierung der ausländischen Reiseveranstalter aber auch keine Möglichkeit für Vorsteuerabzug.

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 48



Zu Gast.

Interkulturelle Kompetenz für Gastgeber.

Swiss Hospitality for Indian Guests



Schweiz.
ganz natürlich.



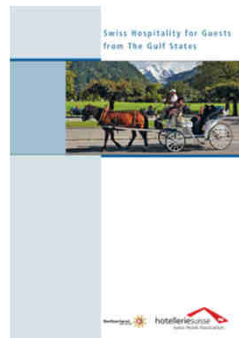
© 2017 Region Ostschweiz

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ
50

Ausgangslage.



- Zusammenarbeit mit hotelleriesuisse seit 2009
- Deutsch, Französisch, Englisch (print und online)
- Neuste Auflagen:
 - GCC 2013
 - Indien 2016
 - China 2016



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

51

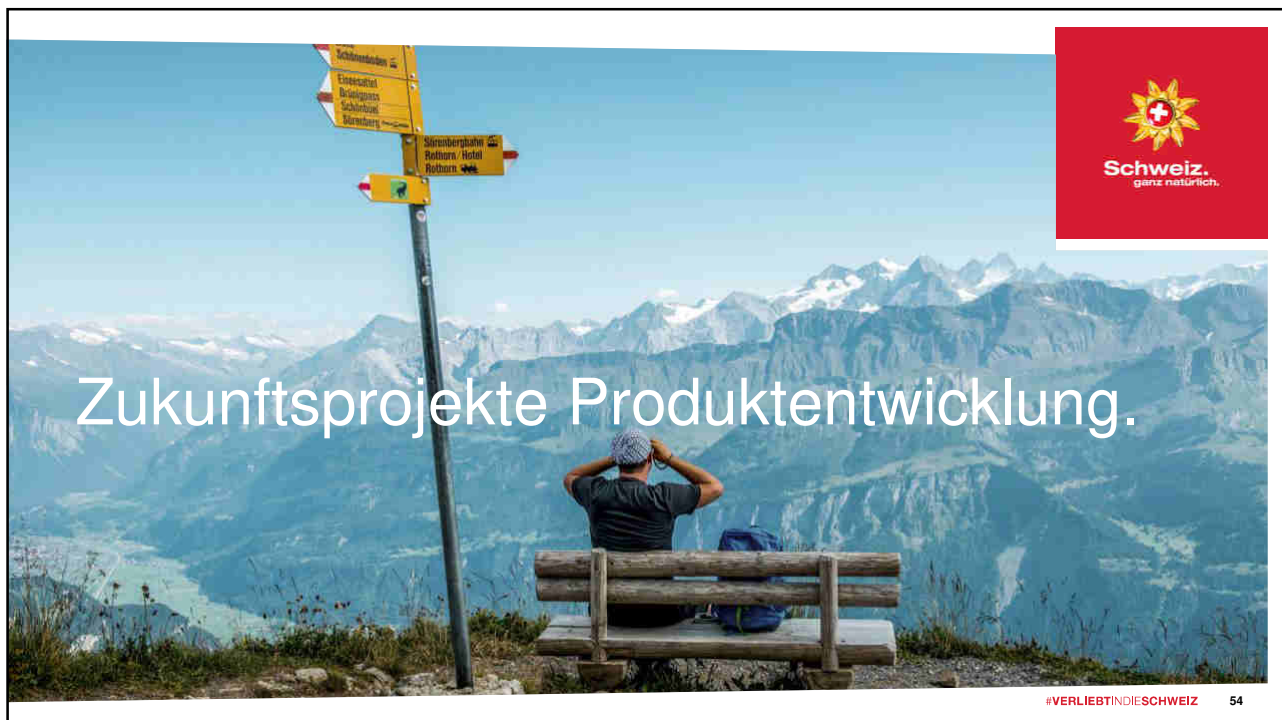
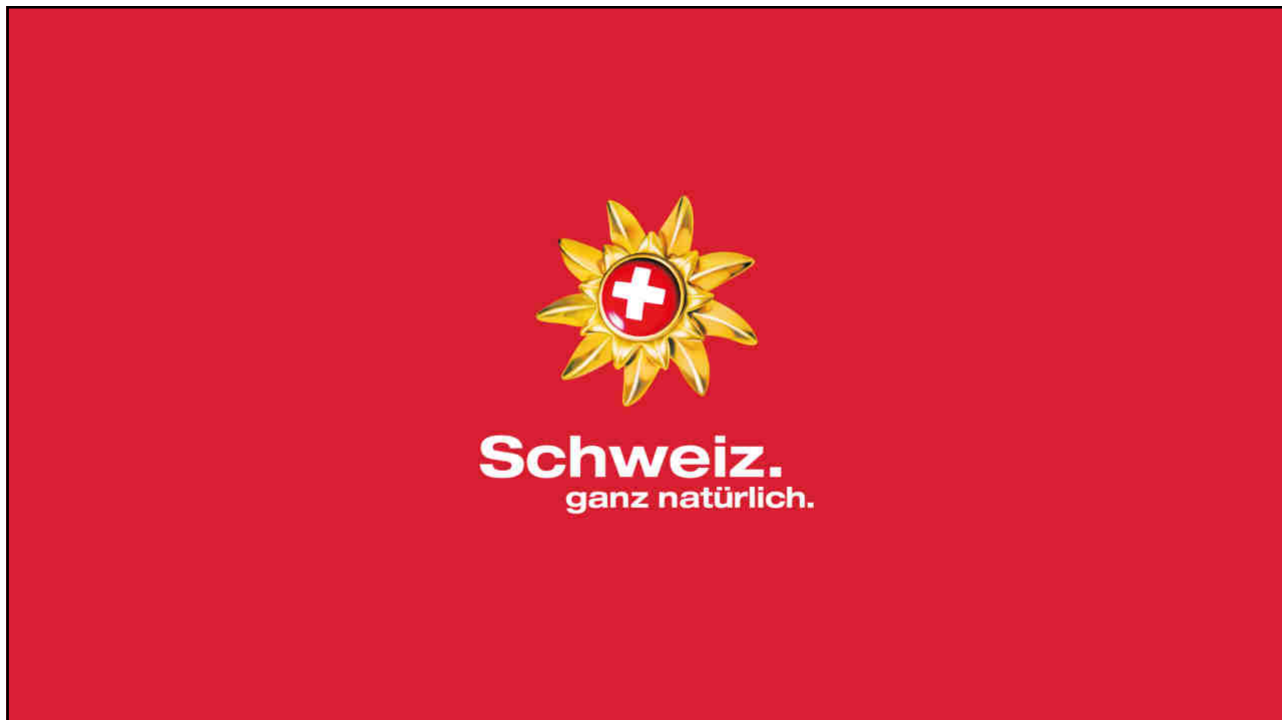
Weiteres Vorgehen.



- Neuauflagen und neue Märkte, neues Layout
- Deutsch, Französisch, Englisch (print und online), Italienisch (online)
- Geplante Ausgaben:
 - GCC
 - Indien
 - China
 - Russland
 - Jüdische Gäste
- Geplante Veröffentlichung: Ab Januar 2019

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

52



Produkte.



- Winterkampagne 2018/2019
 - Kids4free
 - Luggage Convenience
- Sommerkampagne 2019
 - Iconic Hiking Trail
- Herbstkampagne 2019
 - Oenotourismus

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 55

Gesundheitstourismus.

Zukünftige Bearbeitung des Geschäftsfeldes



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 56

Gesundheitstourismus.



Erweiterung des Segments Spa & Vitality zu Spa, Vitality & Health

Strategische Absicht:

1. ST übernimmt den Lead zur Entwicklung des Geschäftsfeldes Gesundheitstourismus in der Schweiz
2. Die Gesundheitsbranche beteiligt sich häufig an der internationalen Vermarktung
3. Die Schweiz erarbeitet sich eine Position unter den weltweiten Top 5 Health Destination

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 57

Vision



Die Schweiz positioniert sich, nebst den klassischen Geschäftsfeldern Freizeit- und Geschäftstourismus, international als eine attraktive gesundheitstouristische Destination. Die vereinten Bemühungen beider Branchen, Tourismus und Gesundheitswesen, sichern einen grossen wirtschaftlichen Nutzen.

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 58

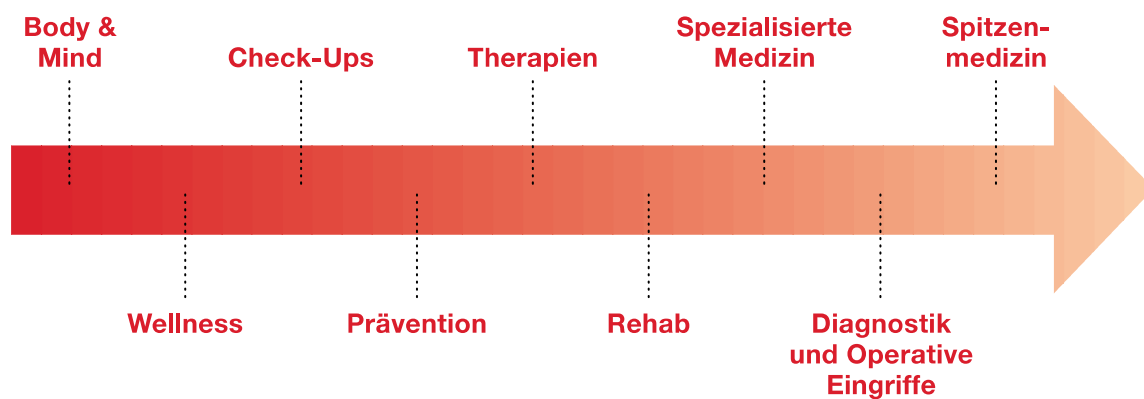
Gesundheitsangebot Schweiz.



* Spitäler & Spezialkliniken: 283, davon rund 130 Privatkliniken
 ** Wellness Spezialisierungen hotellerischesse: 180 Betriebe

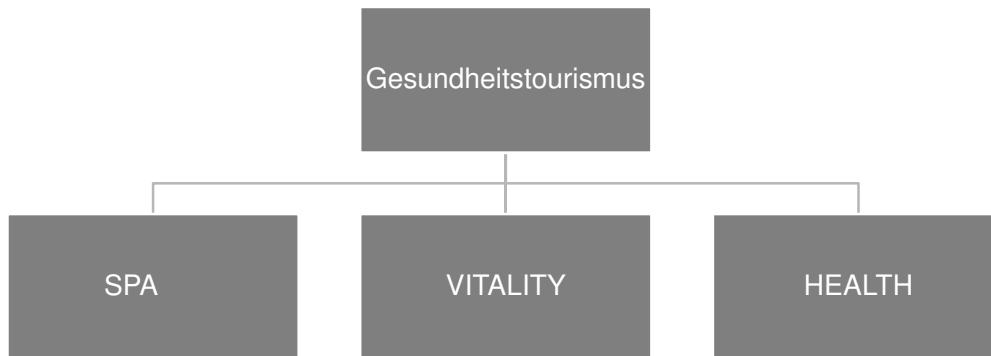
#VERLIEBT|ND|ESCHWEIZ 59

Spektrum Gesundheitstourismus.



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 60

Klassifizierung Gesundheitstourismus.



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 61

Potential Schweiz.



40'000 ausländische Patienten in der Schweiz
20'000 davon sind Selbstzahler

- Durchschnittlich bringt jeder selbstzahlender Patient **2.5 Begleitperson mit** und der Aufenthalt dauert im Durchschnitt mind. **7 Tage** (Hotelaufenthalt)
- Ca. **70'000 Ankünfte**
- Ca. **490'000 LN**
- Ausgaben ausserhalb der Kliniken liegen gemäss Schätzungen bei CHF 300-500 p. T., somit liegt der geschätzte Umsatz ausserhalb der Kliniken bei **CHF 196 Mio.** (bei CHF 400.00 Ausgaben p. T.)

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 62

Wachstum erwartet.



Bei einer aktiven Bearbeitung des Marktes können bis zum Jahre 2022 folgende Zahlen erwartet werden.

				
+ 5% Wachstum Selbstzahlende Patienten bis 2022	25'000 Selbstzahlende Patienten	87'500 Ankünfte	612'500 Logiernächte	CHF 245 Mio. generierter Umsatz Hotellerie, Gastronomie & Einzelhandel +25%

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 63

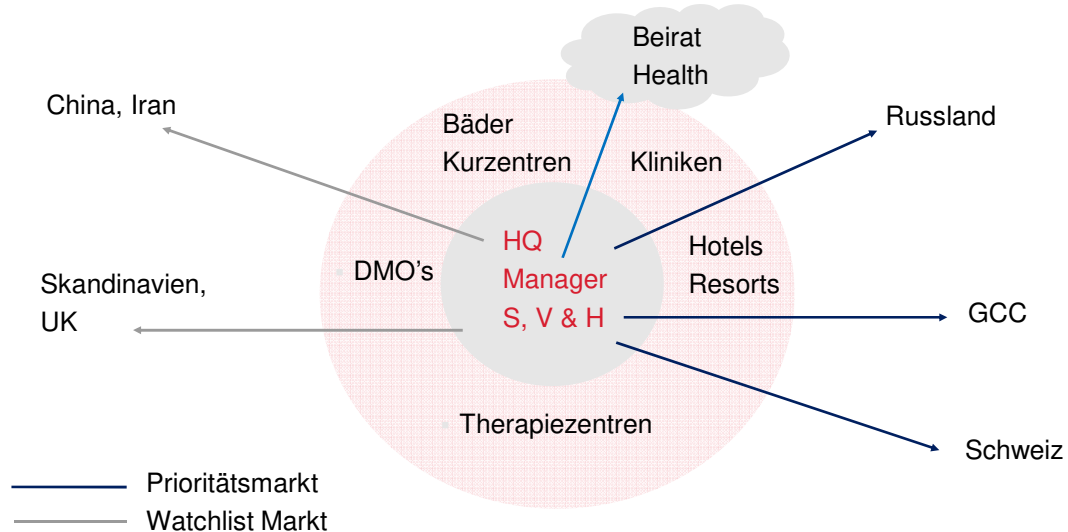
Fazit.



- Hochstehende medizinische Kompetenz
- Infrastruktur exzellent im Medizinischen- und im Wellnessbereich
- Einzigartige Natur
- Wellnesskompetenz
- Interesse seitens Kliniken vorhanden
- Kapazitäten in Hoch- und Nebensaison vorhanden
- Potential vorhanden rund 200 Mio. Touristische Wertschöpfung
- ST hat ein starkes internationales Netzwerk und bestehende Plattformen in den relevanten Märkten

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 64

Segmentverantwortlicher SVH-Manager.



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 65

Ferientag

Kandidatur 2020ff



#VERLIEBTINDIESCHWEIZ 66

Kandidatur für FT 2020.



Wichtige Eckdaten / Informationen.

Durchführungsdaten	Schweizer Ferientag: 06.4-29.5
To do für RDK	Weiterleitung der erhaltenen Unterlagen an interessierte Destinationen Ihrer Region
Deadline Einreichung Kandidaturdossier	30. November 2018
Kontakt Projektleiterinnen	katja.rosselli@switzerland.com

#VERLIEBTINDIESCHWEIZ

Danke. Merci. Grazie. Grazia.



Schweiz.
ganz natürlich.