

**KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ (RDK)
CONFERENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME REGIONAUX DE SUISSE (CDR)
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDR)
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIUNALS SVIZZERS DAL TURISSEM (CDR)**

Protokoll RDK-Sitzung

Datum: Freitag, 17. April 2020
Zeit: 08:00 – 09:00 Uhr
Ort: online via Microsoft Teams

Vorsitz: Damian Constantin, Valais/Wallis Promotion

Anwesend: Andrea Portmann, Aargau Tourismus
Daniel Egloff, Basel Tourismus
Pascale Berclaz, BE! Tourismus AG
Pierre-Alain Morard, Union Fribourgeoise du Tourisme
Adrien Genier, Genève Tourisme
Martin Vincenz, Graubünden Ferien
Jérôme Longaretti, Jura & Drei-Seen-Land
Marcel Perren, Luzern-Vierwaldstättersee Tourismus
Rolf Müller, Thurgau Tourismus
Angelo Trotta, Ticino Turismo
Andreas Banholzer, Office du Tourisme du Canton de Vaud
Martin Sturzenegger, Zürich Tourismus

Martin Nydegger, Schweiz Tourismus
Letizia Elia, Schweiz Tourismus
Urs Eberhard, Schweiz Tourismus
Andre Hefti, Schweiz Tourismus
Viviane Grobet, Schweiz Tourismus

Entschuldigt: -

Protokoll: Christelle Marques, Valais/Wallis Promotion

Zeit	Nr.	Traktandum	Referent/in
08:00-08:05	1.	Begrüssung und Einführung	Damian Constantin
08:05-08:20	2.	Präsentation Recovery Plan 20-22	ST Viviane Grobet
08:20-08:35	3.	Anschlussmöglichkeiten <ul style="list-style-type: none">- Integration Tourismuspartner- Andockung Tourismuspartner- Koordination Tourismuspartner	ST Martin Nydegger
08:35-09:00	4.	Feedback zu Recovery Plan 20-22	RDK
	5.	Divers	Alle

RDK

Begrüssung

Damian Constantin begrüsst die Anwesenden zur ausserordentliche RDK Sitzung via Microsoft Teams.

Präsentation Recovery Plan 20-22

Einleitung (Martin Nydegger)

ST möchte gemeinsam mit den Regionen einen Recovery-Plan umsetzen. Details können der Präsentation entnommen werden. Die Präsentation von ST ist auf Google Drive verfügbar, mit den Hinweis, dass die Präsentation eine Momentaufnahme ist, und laufend weiter entwickelt und ergänzt wird. Auf Bitte ST, bitte das Dokument nicht weiter zu streuen, sonst kreisen unterschiedliche Versionen und sorgen für Missverständnisse. ST stellt ein unvollständiger Plan vor, und möchte es dank den Inputs aus der RDK verfeinern.

Ausgangslage (Viviane Grobet)

Die Tourismuskrise ist weltweit. Die UNWTO rechnet mit einem Rückgang von 20-30%. Die Hotellerie ist in alle Zonen ähnlich betroffen mit Akzentuierung Städte aufgrund Geschäftstourismus und Fernmärkte. Es ist kein Angebotsproblem, sondern Nachfrageschock und Unsicherheit bei den Gästen. Die Promotiv-aktive Aktivierung des Heimmarkts mit Solidaritätsgedanken - Reisen im eigenen Land.

Marktbearbeitung (Viviane Grobet)

Der Recovery Plan zielt darauf hin zu inspirieren und alle Regionen abzuholen in einem ausgewogenen Kommunikationsmix. Es handelt sich dabei um gesonderte Maßnahmen on Top der normalen Aktivitäten von ST. Die zentrale Frage ist, wann der richtige Zeitpunkt ist auf den Märkten zu kommunizieren. Die Partner werden in die Kommunikation integriert. Diese wird sich in 3 Phasen unterteilen:

1. Welle: Empathie
 - Message: „Dream now, travel later“.
2. Welle Awareness Kampagne
 - Message „Ich brauche Schweiz“ mit Fokus auf Post Corona Bedürfnissen.
 - Terminplanung: ab Juni im Heimatmarkt, August auf die Nahmärkte, Oktober auf die Fernmärkte West.
3. Welle: Performance
 - Fokus: konkrete Angebote bewerben. Als Beispiel Train Hub Europe
 - In dieser 3. Welle haben die KAM Aktivitäten eine besondere Bedeutung: Es ist eine enge Zusammenarbeit mit TOs, TAs, und STC geplant.
 - Weitere Partnerschaften sind vorgesehen z.B. mit Coop.

Die Finanzierung und Budgetverteilung der Märkte stehen als Entwurf, siehe Folie 50-55.

Bedeutung für Tourismuspartner

ST hat 2 Anträge am Bund gestellt:

- 40 Millionen um das ST Recovery Plan 2020-2022 zu finanzieren
- 27 Millionen einmaligen Unterstützung für 2021 als Entlastungszahlung den Tourismuspartner.

Anschlussmöglichkeiten

Integration Tourismuspartner (Martin Nydegger)

Der Recovery Plan soll die ganze Schweiz abbilden. Auch wenn die Tourismuspartner am Recovery Plan 20-22 nicht mitfinanzieren, werden sie sowohl in die Haupt- und Marktkampagnen integriert. Die Gewichtung nach Regionen bleibt noch offen.

Andockung Tourismuspartner (Martin Nydegger)

- Teilweise erhalten die Regionen Sondermittel vom Staat. ST bietet den Partnern die Möglichkeit sich anzudocken. Der Erfolg des Recovery Plans hängt nicht von einer zusätzlichen Partnerfinanzierung ab.
- Die Kostenübernahme liegt 100% an den Partner. Bei Interesse der Partner melden sich diese bei ST (Letizia Elia).
- Es sind keine individuellen oder exklusiven Marktaktivitäten vorgesehen. Bei Interesse an einer Marktaktivierung, sollen die Partner via einer regulären Markt Key Partnerschaft mitmachen.

Koordination Tourismuspartner (Martin Nydegger)

RDK

ST ist bereit die Koordination beim Medieneinkauf zu übernehmen, zwecks besseren Konditionen.

Feedback zu Recovery Plan 20-22

Folgende Punkte werden diskutiert:

Reisebereitschaft

Die Reisemöglichkeiten sind abhängig von den politischen Entscheidungen. In einer ersten Phase, möglicherweise ab Mitte Juni, könnte eine „Art Bewegungsfreiheit“ stattfinden.

Kaufkraft den Kunden

- Die Kaufkraft ist apriori nicht ein Problem besonders auf dem Markt Schweiz. Zeitlich limitierte besonderen Aktionen können evaluiert werden, jedoch gilt es Preis Dumping zu vermeiden. Es gilt die richtigen Reisemotive der Kunden zu finden, um Lust nach Ferien in der Schweiz zu wecken.
- Einige Regionen (AG, TI, VD) evaluieren die Idee der Konsumationsgutscheine für die Bevölkerung für eine limitierte Zeit zu distribuieren und damit Ferien in der Schweiz zu fördern. Die Finanzierung ist noch zu evaluieren, jedoch nicht zu Lasten der Leistungsträger. ST evaluiert, ob diese Initiative auf nationale Ebene ausgespielt werden soll.

Mittel

- ST möchte eine Repriorisierung der normalen Aktivitätenplanung vermeiden, darum braucht ST zusätzlich 40 Millionen auf 3 Jahren, um die normalen Aktivitätenplanung zu unterstützen und die Nachfrageförderung zu puschen im Sinne schnell und wirksam Gäste für die Schweiz zu gewinnen.
- Die Frage wird gestellt, ob falls die 27 Millionen nicht gesprochen werden, ein Teil der 40 Mio zur Entlastung der Regionen dient. ST antwortet, dass die 40 Millionen an einer Leistungsvereinbarung geknüpft sind. Diese Diskussion muss mit dem SECO nochmals geführt werden. Die Terminierung hinsichtlich Entscheid SECO ist zu klären.

Markt Priorisierung

- Das SECO fordert eine Investition seitens ST im Heimmarkt.
- Die RDK bringt ein, dass ST den Fokus des Mitteleinsatzes auf die internationalen Märkte konzentriert.

Andockung

- Die Art und Weise wie eine Beteiligung seitens der Regionen möglich ist muss seitens ST noch geklärt werden.
- Wenn einer Region ein Wunsch zu Andockung hat, kann diese mit Letizia Elia Kontakt nehmen.

Damian Constantin bedankt sich bei der Geschäftsleitung von ST für die Informationen und die konstruktive Diskussion.

Diverses

Keine Wortmeldungen.

17. April 2020
Für das Protokoll,
Christelle Marques