

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: Mittwoch, 27. Mai 2020
Zeit: 09:40 – 12:15 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
Andre Hefti, Schweiz Tourismus
Maurus Lauber, Swiss Travel System AG
Franziska Brunold, Grand Tour of Switzerland

Entschuldigt: Barbara Gisi, Schweizer Tourismus-Verband

Protokoll: Christelle Marques, Valais/Wallis Promotion

ZEIT	Nr.	TRAKTANDUM	ART	REFERENT/IN
09:40 - 09:45	1.	Informationen des Präsident Protokoll & Pendenzen RDK Sitzung 18.03.20 & 17.04.20	E	D. Constantin
09:45 - 11:25	2.	Update & Informationen Schweiz Tourismus a. Update Recovery Plan b. Gastronomie Kampagne 2020 c. Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus d. TMS 2021 e. Inputs RDK ST GL Strategiemeeeting f. Partnerpackages Hauptkampagnen 2021 g. Diverse	I I I/D I/D D I/D D	M. Nydegger L. Elia L. Elia M. Nydegger Alle André Hefti Alle
11:25 - 12:05	3.	GV Verein «Grand Tour of Switzerland» <i>Einladung folgt separat</i>	I/E	F. Brunold
12:05 - 12:15	4.	Diverse	D	Alle

RDK

1. Begrüssung

Damian Constantin begrüsst die Anwesenden zur ordentliche RDK Sitzung via Microsoft Teams. Die Protokolle vom 18.03.20, und von der ausserordentlichen Sitzung vom 17.04.20 mit ST wurden fristgerecht zur Verfügung gestellt. Die Genehmigung derselben wurde nicht gemacht. Sollte es hierzu Kommentare oder Rückmeldungen geben, diese melden. Ansonsten werden die Protokolle als genehmigt betrachtet.

2. Update & Informationen Schweiz Tourismus

a. Recovery Programm

Martin Nydegger

Marktbearbeitung

Die Planung Recovery wurde ursprünglich für 40 Mio. über 3 Jahren gemacht. Da die Finanzierung auf 20 Mio. reduziert wurde, musste die Planung angepasst werden. Z.B. wird das Recovery Programm auf 2 Jahre (2020 & 2021) statt der ursprünglichen 3 Jahre reduziert.

1. Welle: Empathie

- Diese Welle „Dream now, travel later“ ist nun beendet.

2. Welle Awareness Kampagne

- Die Welle „Wir brauchen Schweiz“ wird im Juni lanciert. Es finden 3 Hauptkampagnen gleichzeitig statt: Sommer, Städte und Herbst. Diese sind jedoch so aufeinander abgestimmt, dass der Kunde das Gefühl hat, dass es sich um eine einzige Kampagne handelt. Mehrere Persönlichkeiten aus der ganzen Schweiz konnten als Ambassadoren für die Kampagne gewonnen werden.
- Auf Folie 9 befindet sich eine Übersicht nach Kanälen, mit der Bitte von ST bei Mediaplanung in den Regionen, diese Folie zu beachten, um eine Konkurrenzsituation zwischen ST und den TP zu vermeiden.

Gäste-Kommunikationsansatz für Schutzmassnahmen: Clean & Safe Label.

Viele Personen sind um ihre Gesundheit besorgt und achten vermehrt auf Faktoren wie Sicherheit, Hygiene und Sauberkeit. Ziel dieser Übergangsphase ist es, das Vertrauen der Gäste in die Reisedestination Schweiz zurückzugewinnen. Touristische Leistungsträger sind vom Bund dazu aufgefordert, branchenspezifische Schutzkonzepte zu entwickeln. Jeden Betrieb muss die Schutzkonzepte der Branchenverbände umsetzen. Ziel dieses Clean & Safe Kommunikationslabels ist eine einheitliche Kommunikation zu verwenden. Es wurden branchen-spezifische Label-Varianten erarbeitet. Die Kleber sind in Produktion. Eine Kommunikationskampagne rund um das Label wird in 1-2 Wochen lanciert. Letizia schickt der RDK die Guidelines, die Logos sowie die Kontaktperson diesbezüglich (**A/ST/05.06.20**).

Entlastung der Tourismuspartner

- Den Betrag von 20 Mio. für die Entlastung der Tourismuspartner ist zu verteilen im Verhältnis von 1/3 (6,5 Mio.) in 2020 und 2/3 (13,5 Mio.) in 2021. Die Verteilung der Guthaben auf die Nutzniesser erfolgt auf Basis der gesamte Marketingbeiträge aus dem Jahr 2019 von den 710 Tourismuspartner für CHF 23 Mio. Die Beträge werden linear auf CHF 20 Mio. runtergerechnet.

RDK

- Die Entlastungsbeiträge an die Tourismuspartner von ST entsprechen Marketing-Guthaben (TP-Credits), womit die Tourismuspartner bei ST Marketingleistungen in den Jahren 2020 und 2021 einlösen können. Es wird keine Bar Auszahlung erfolgen. ST schreibt in den kommenden Wochen an die Nutzniesser mit Nennung des konkreten Betrages (**A/ST/Juni 2020**). Die Tourismuspartner wählen dann aus wie sie diese Gutschrift verwenden wollen. Folgende Möglichkeiten existieren: Abzug bei einer Rechnung für bereits geplante Aktivitäten im 2020 oder Investitionswunsch aus Katalog in der Hauptkampagne, Märkte oder Recovery Plan, usw.
- Jérôme Longaretti fragt nach den Kriterien, wie der Verteilungsschlüssel für die 20 Millionen definiert wurde. Aus seiner Sicht ist die Basis der Investition der Partner bei ST im Jahr 2019 als einziges Kriterium gegenüber den Politikern seiner Region schwer zu rechtfertigen. Die Berechtigung für den Verteilschlüssel dieser Erleichterung der Tourismuspartner besteht gerade darin, die Planung gemeinsamer Kampagnen mit ST sicherzustellen. Daher entspricht dieser Verteilschlüssel dem Prinzip der Fairness. Die Kriterien wurden von Parlament entschieden und können nicht mehr geändert werden.

b. Gastronomie-Kampagne 2020

Letizia Elia

Die Initiative der Gastronomie-Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit lokalen Experten aus den Regionen und Gastro Suisse entwickelt. Eine Jury hat eine Auswahl an Restaurants in verschiedenen Kategorien (typische Restaurants, Ausflugsrestaurants & Alpbeizlis, Gourmet Restaurants, Angesagte & Trendy Restaurants) getroffen. Die Gastronomie-Kampagne integriert die Kampagnen pro Themenbereich über das ganze Jahr ab 2020. Auch für das Thema Gastronomie wird ST mit Ambassadors zusammenarbeiten.

- Mehr Infos zu dem Thema: stnet/gastronomie, MyS.com/food oder Mys.com/gastronomie

c. Nachhaltigkeit im Schweizer Tourismus

Letizia Elia

Es beginnt eine neue Bewusstseins-Ära hinsichtlich Reisen. Die Gäste nehmen die CH als Nachhaltigkeits-Leader wahr. Die Tourismus-DL sollen Teil einer Bewegung werden. ST hat einen 5-Punkte Plan definiert. Ein Stufenmodell ist momentan in Bearbeitung mit der Unterstützung von H. Müller. Ziel ist es nachhaltige-Angebote unter dem Kommunikationslabel „Swiss Promise“ zu nach 3 Stufen zu positionieren. Die Lancierung der Kommunikation ist für den Sommer 2021 geplant und wird in der Sommer Kampagne integriert. Die RDK unterstützt diese Initiative. Ergänzt wird, dass auch der STV an einem Projekt Nachhaltigkeit arbeitet. Für die RDK ist wichtig, dass weitere nationale Initiativen wie die des STV oder z.B. der Arbeitsgruppe Natur in der Planung berücksichtigt werden. Entscheidend ist aber auch, dass man zügig vorwärts schreitet (**E/alle**).

d. TMS 2021

Martin Nydegger

Der Befragungszeitraum der TMS 2021 ist für Winter 20/21 und Sommer 21 geplant, das Timing wird neu evaluiert wegen der Corona Krise. Das TMS kostet in der aktuellen Variante (3) CHF 600'000.-. Für ST reicht die aktuelle Variante. ST stellt zur Diskussion eine Anpassung für die Zukunft und schlägt weitere 2 Optionen vor, mit Ziel einer breiteren Integration der Regionen was eine Kostensteigerung zur Folge hätte. Bei gleich bleibendem Befragungszeitraum, benötigt ST eine Entscheidung seitens RDK spätestens im Sommer 2020. Sollte die Befragungsperiode verschoben werden, würde eine

RDK

Entscheidung im September an der Strategiesitzung der RDK genügen. ST bereitet einen detaillierten Vorschlag für die verschiedenen Varianten inkl. Kostenschlüssel vor und sendet diesen an die RDK (**A/ST/Sommer 2020**).

e. Inputs RDK GL Strategiemeeeting

Martin Nydegger/Alle

Die GL von ST trifft sich am 8 Juni in Genf um die strategische Ausrichtung 21-23 zu definieren. ST bittet die RDK um Inputs für das künftige Strategiepapier ST 21-23. Die Partner bringen folgende Anliegen ein:

- Nachhaltigkeit soll in einem Gesamtkontext eingeordnet werden
- In der langfristigen Planung sollen Ziele definiert werden, welche in drei Jahren erreicht werden sollen
- Die Mitsprache der Regionen soll weiter gestärkt werden
- Zu prüfen ist hinsichtlich Finanzierung der vom SECO verlangte Anteil der Partnerbeiträge/-investitionen zu ST.

Zusätzliche Inputs können per E-Mail an ST mitgeteilt werden (**A/RDK/02.06.20**).

f. Partnerpackages Hauptkampagnen 2021

Andre Hefti

Im März/April 2020 hat ST zusammen mit den einzelnen Regionen das neue Partnermodell vorbesprochen. Insbesondere 2 Punkte wurden hervorgehoben:

- Vertragslaufzeit: langfristige Aufschreibung bleibt die Priorität
- Pricing Modell: je CHF 100'000 pro Kampagnenteilnahme.

Aufgrund von Corona wird vorerst darauf verzichtet die neuen Packages für 3 Jahre auszuschreiben. 2021 wird als 1-jahres Package ausgeschrieben (**A/ST/15.06.20**). Die Gespräche mit den Regionen für die Planung, sowie die Vereinbarung und die Content-Prioritäten werden im Juni 2020 definiert, so dass die Umsetzung der Produktion der Werbemittel so schnell wie möglich initiiert werden kann.

g. Diverse

Damian Constantin bedankt sich bei ST für die Vorbereitung der Themen.

3. GV Verein «Grand Tour of Switzerland»

Martin Vincenz / Franziska Brunold

Protokoll folgt separat.

4. Diverse

- Prüfung der Möglichkeit einer Beteiligung des BAS an der Finanzierung des TMS via ST – Wird verworfen, da Einschätzung ST nicht zielführend (**E/alle**).
- Marcel Perren bedankt sich bei der RDK für den Geschenk Gutschein für Ferien in der Ostschweiz. Damian Constantin bedankt sich nochmals bei Marcel Perren und Lea Isaak im Namen aller RDK-Mitglieder für ihr Engagement zu Gunsten der RDK.
- Die nächste RDK Strategie Sitzung findet am 23-24 September 2020 in Basel statt. Die Einladungen der RDK Sitzungen 2021 folgt via Agenda (**Anpassung Termin vom Mai zu den 11.05.21**).

RDK

5. Pendenzenliste:

Thema	Wer	Wann	Status
Clean & Safe Label - Logo, Guidelines & Kontaktperson teilen	Letizia Elia	Juni 20	Laufend
Entlastung der Tourismuspartner - Schriftliche Information an den Bezugsberechtigten Partner.	Martin Nydegger	15.06.20	Laufend
TMS Partnermodell 2021 - Weiterbearbeitung der Kostenverteilungen - Wahl der gewünschte Variante	Martin Nydegger Alle	Sommer 2020, oder September 2020	Laufend
Strategiepapier ST 21-23 (3-Jahresplan) - Inputs per E-Mail teilen	Alle	02.06.20	Laufend
Partnerpackages Hauptkampagnen 2021 - Ausschreibung, Planung und Produktion	Andre Hefti	15.06.20	Laufend

27. Mai 2020
Für das Protokoll,
Christelle Marques