



Schweiz.



Schweiz.

Swisstainable

Strategie für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismuslandes Schweiz.

Austausch RDK, 2. Februar 2021.

Letizia Elia



Schweiz.

Aktuelles.

- Helena Videtic, Manager Sustainability (Januar – Dezember 2021)



- STV Task Force unterstützt Programm und Commitment
- SECO & BAFU unterstützen Programm und Commitment
- Swisstainable-Nachhaltigkeitstrategie wird finalisiert



Schweiz.

Aufbruch in eine neue Ära.



Martin Nydegger
Direktor Schweiz Tourismus

Letizia Elia
Leiterin Business Development
Schweiz Tourismus

Wir sind im Zeitalter der
den Wunsch nach
Konsum noch
für diese
Zeiten, lokalen
Verhältnissen.

Diese Haltung
auch unseren
neuen Swisstain
der gesamten Schweiz
Bewegung starten.

Swisstainable bildet die
vor allem ernst gemeinte
Schweiz langfristig sichert

Eine Nachhaltigkeitsstrategie

Ohne Nachhaltigkeit keine Zukunft.

Nachhaltigkeit wird zukünftig
stärker die Entscheidung für die
Reisedestination beeinflussen und
das Verständnis für ein höheres
Preisniveau erhöhen.

Eine aktuelle Studie zeigt: Jeder zweite Reisende möchte nachhaltiger Reisen und 60% der Befragten wünschen sich mehr nachhaltige Reiseangebote.

Der Fokus auf Nachhaltigkeit ist also auch aus Perspektive der Gäste richtig und bietet viele angenehme Nebeneffekte. So strahlt das Thema positiv auf das Preisempfinden und die Qualitätswahrnehmung unserer Gäste ab. Eine ST-Befragung zeigt, dass sie Nachhaltigkeit mit höherer Qualität assoziieren. Sie gehen folglich von höheren Preisen aus und sind auch bereit, für diese zu bezahlen.





Ausgangslage.

- Wordmarke: Swisstainable
- Claim: Excellence in sustainability
- Integration der Nachhaltigkeitsbewegung „Swisstainable“ in die Kampagne „Ich brauch Schweiz“.
- Fokusthema der nächsten 3 Jahre 2021-23
 - Start Sommerkampagne 2021
 - 2021 Lancierung Schweiz
 - ab 2022 internationales Roll-out
- Strategiepapier (Ende Februar 2021)
- 1. Kommunikation Swisstainable: Jahresmedienkonferenz
- Start der Bewegung: Ferientag 2021



Nachhaltigkeit als Bereicherung.

Nachhaltiges Reisen bedeutet kein Verzicht, sondern bewusster und genussvoller zu reisen. Dafür sprechen wir den Gästen Empfehlungen aus:

1. So wenig wie möglich auf die Umwelt einwirken
2. Die Natur nah und ursprünglich erleben
3. Die lokale Kultur und Gesellschaft authentisch erleben
4. Lokal konsumieren
5. Länger bleiben und tiefer eintauchen



Übergeordnete Ziele.

1. Orientierung der Gäste

- Inventarisierung und Kommunikation der Angebote

2. Unterstützung der Branche

- Informieren und Vernetzen der Branche (Verbände und Leistungsträger)

3. Positionierung

- Internationale Positionierung der Schweiz als nachhaltige Destination



5 Massnahmen ST.

1. Wir richten den eigenen Betrieb konsequent auf Nachhaltigkeit aus.
2. Wir informieren und vernetzen die touristischen Leistungsträger.
3. Wir erfassen und inventarisieren das nachhaltige Angebot.
4. Wir lancieren starke Swisstainable-Kommunikationskampagnen
5. Wir lancieren jährlich ein Leuchtturmprojekt aus dem Themenfeld Nachhaltigkeit, mit dem wir Aufsehen erregen.

Nicht austauschbar «Sustainable»,
sondern einzigartig
«Swisstainable».

.

Swisstainable.



Schweiz.

Entwicklung eines schweiz-typischen Kommunikationsstil, der Nachhaltigkeit erfrischend vermittelt: Nie als Beschränkung – immer als Bereicherung!

- **Wir überzeugen statt zu überreden**
- **Wir wollen belohnen statt belehren**
- **Wir setzen Menschen ins Zentrum**
- **Wir fokussieren auf Natur und Regionalität**

Signet.

Label Einordnung.



Schweiz.





UNSERE NEUE AUSGANGSLAGE: EINE CARTE BLANCHE MIT KLARER TENDENZ

Gewünscht ist ein Signet, welches:

- Begehrlichkeit auslöst, «Die Branche muss es lieben»
- Eher emotional und reduziert ist
- Runde und weiche Formensprache besitzt
- Ein bisschen «retro, aber mit modern touch» darstellt
- Grün in der Farbgebung ist
- Das Blatt als Symbol, welches Stadt und Natur gleichermaßen repräsentiert

Swisstainable – das Signet.



Schweiz.

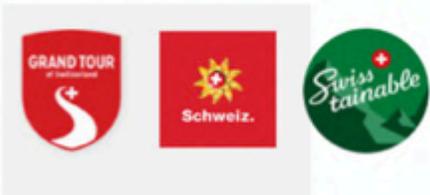


Byline/Claim: Excellence in sustainability

Campaign integration.



Schweiz.



Kein Projekt, sondern eine
Bewegung.

Signet pro Level.



Schweiz.



Committed to sustainability



Engaged in sustainability



Leading in sustainability

Swisstainable- Programm.

Alle, die sich der Bewegung anschliessen und sich am Programm beteiligen, können das Swisstainable-Nachhaltigkeitssignet nutzen. Um die unterschiedlichen Voraussetzungen und den unterschiedlichen Grad des Engagements berücksichtigen zu können, ist das Nachhaltigkeitsprogramm in drei Level gegliedert.



Schweiz.



Schweiz.

Level III – Leading in Sustainability

Beispiel: The Dolder Grand

Wo stehen sie?

- Ganzheitliche Zertifizierung besteht
 - EarthCheck certified

Was müssen sie noch machen?

- Swisstainable-Commitment unterschreiben





Schweiz.

Level II – Engaged in Sustainability

Beispiel: Rigi

Wo stehen sie?

- Erste Massnahmen getroffen
 - MyClimate Cause we Care Programm
 - Barrierefreiheit

Was müssen sie noch machen?

- Swisstainable-Commitment unterschreiben
- Self-assessment
- Massnahmen definieren
 - z.B. Anteil Erneuerbare Energie steigern
 - z.B. clean up days
 - ...





Schweiz.

Level I – Committed to Sustainability

Beispiel: “Restaurant Alpenrösli”

Was stehen sie?

- No measures taken

Was müssen sie noch machen?

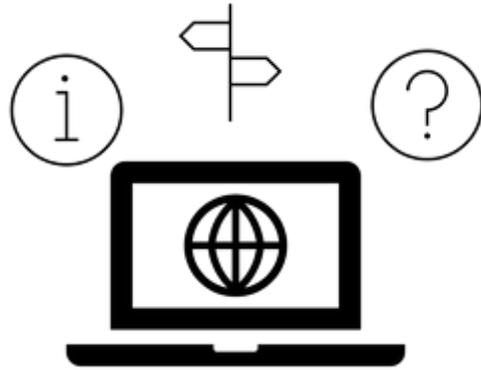
- Swisstainable-Commitment unterschreiben
- Self-assessment
- Massnahmen definieren
 - z.B. Food-waste reduzieren
 - z.B. Vegi Angebot steigern
 - z.B. Steigerung der lokalen Anbieter



Der Prozess.



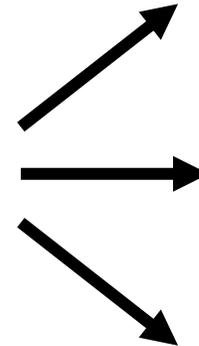
Schweiz.



Stnet.ch/swisstainable



ST Datnetwork



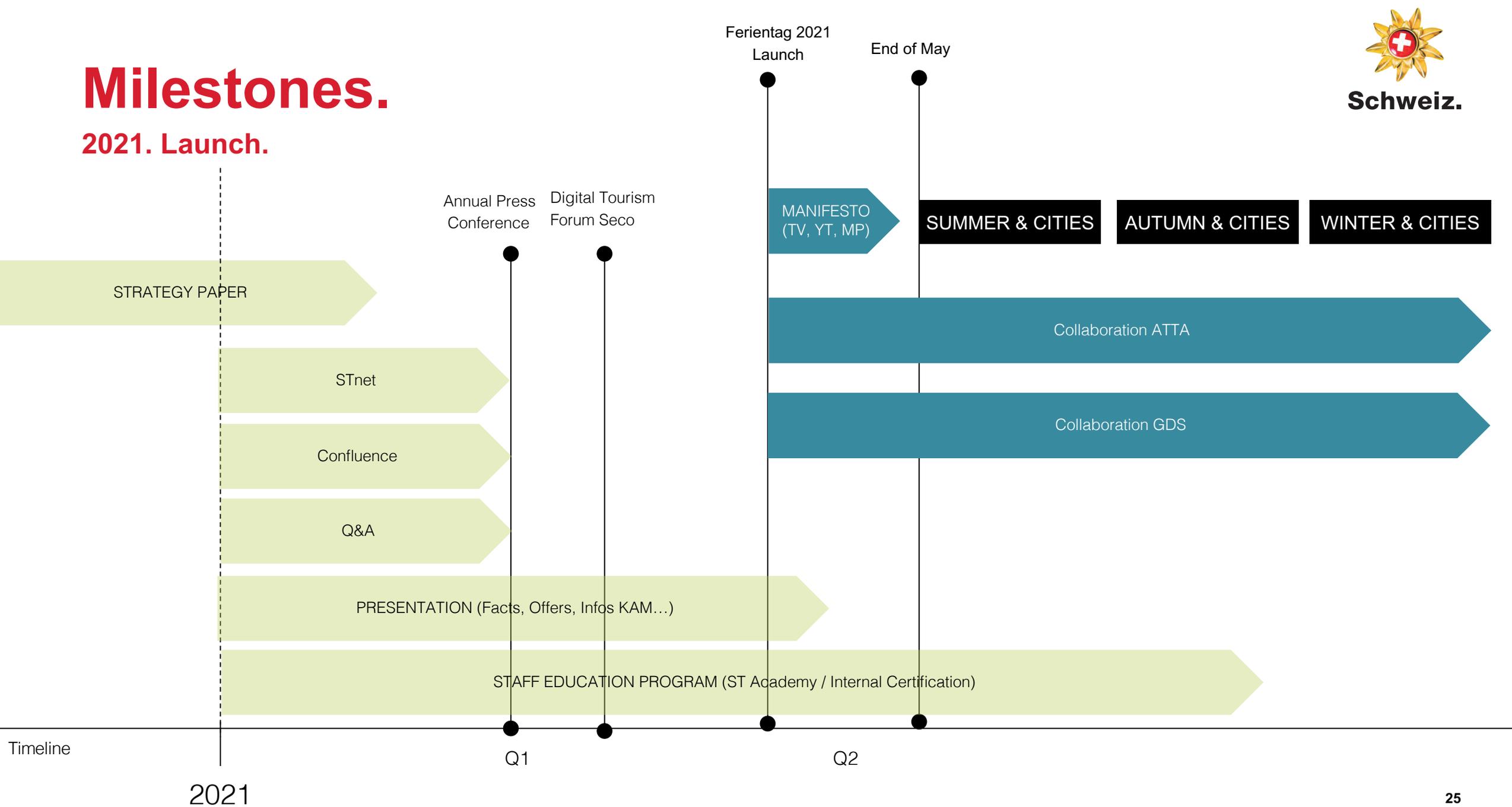
Timing.

Milestones.

2021. Launch.



Schweiz.





Jahresmedienkonferenz.

19. Februar 2021

- Einladung RDK folgt
- Themenschwerpunkt und Zukunftsthema wird die Lancierung der Swisstainable-Strategie sein
- Gäste:
 - Andreas Züllig (HS)
 - Marc Gindraux (Bundesamt für Statistik)
 - Nicolo Paganini (STV, digital)
 - Sophie Dubuis (Genf Tourismus, digital)

Partnerschaften.



Schweiz.

Partnerschaft ATTA 2021-2023.

- Die Schweiz als exklusiver Nachhaltigkeitspartner
- 5 Sustainability Knowledge/Research Projekte
- AdventureWEEK in der Schweiz
- ATTA Adventure ELEVATE Events (USA/Canada & Europa)
- Präsenz am ATWS 2021 (Japan)
- Host des ATWS 2022 (Switzerland)



ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION



Schweiz.

Partnerschaft GDS Index: Fokus Business Events & Cities.

- Der GDS-Index ist das anerkannteste Nachhaltigkeits-Ranking für Destinationen
- Derzeit ist die Schweiz mit 2 Destinationen in den Top 20 vertreten (Zürich auf Platz 3)
- Kick-off Webinar mit interessierten Destinationen fand am 15. Januar statt



GLOBAL
**DESTINATION
SUSTAINABILITY**
INDEX



Schweiz.

Ziele der Zusammenarbeit.

- Gewinnung weiterer Destinationen für die Teilnahme am GDS-Index
- Unterstützung der Destination für optimale Ergebnisse im GDS-Index
- Kommunikationsplattform für einzelne Destination sowie für gesamte Schweiz
- Positionierung der Schweiz als Nachhaltigkeits-Leader im MICE-Sektor
- Host des ersten GDS-Forums in der Schweiz



GLOBAL
**DESTINATION
SUSTAINABILITY**
INDEX



Schweiz.

Nutzen für die teilnehmenden Destinationen.

- 4 Workshops zur Begleitung des Bewertungsprozess
- Nutzung von Best-Practices unter den teilnehmenden Schweizer Destinationen
- Präsenz auf der zusätzlichen "Schweiz-Plattform" auf gds.earth
- Rabatt auf die reguläre Teilnahmegebühr



Fragen.
Diskussion.



Schweiz.