



Schweiz.



Schweiz.

Update Schweiz Tourismus.

RDK Sitzung
11. Mai 2021

Agenda.



Schweiz.

1. Update Geschäftstourismus
2. Recovery Programm 2022-23
3. Ausblick / Lancierungen
4. Gepäcktransport
5. Swisstainable Reporting
6. Pilotprojekt Gästelenkung

Martin Nydegger / Daniel Egloff

Martin Nydegger / Damian Constantin

Viviane Grobet

Urs Eberhard

Samuel Wille

Stefan Künzle / Marcel Perren /
Viviane Grobet



Schweiz.

Update Geschäftstourismus.

Daniel Egloff & Martin Nydegger



Congress Center Davos.

Agenda.



Schweiz.

1. Einschätzung Lage und Ausblick
2. Strategie SCIB 2021 – 2023
mit aktuellen Umsetzungsbeispielen



Situation und Einschätzung Lage.

- Business Events aus dem Binnenmarkt und angrenzenden Ausland werden bald wieder geplant und stattfinden
 - Planungsvorlaufzeit: 3-6 Monate
- Business Events aus den Fernmärkten werden nicht vor 2022 stattfinden
 - Planungsvorlaufzeit: 12 Monate und länger
- Präsenzveranstaltungen werden kleiner und exklusiver
- Reiner Content ohne grosse Interaktionen wird weiterhin mehrheitlich digital konsumiert



Schweiz.

Situation und Einschätzung Lage.

- Massiver Nachholbedarf, sich persönlich zu treffen
 - Netzwerk aus- und aufbauen
 - Kundenbeziehungen pflegen
 - Teams zusammenschweissen
- Impfungen sind entscheidend
 - Erhöhung Planungssicherheit und Reisemöglichkeiten
- Trend zu vermehrtem Home Office und weniger Büroflächen
 - Schafft zusätzliches Bedürfnis sich extern persönlich zu treffen



Schweiz.

Zukünftige Formate von Business Events.

- Kongresse
 - Hybride Formate werden sich durchsetzen
- Meetings
 - Mehrheitlich Präsenzveranstaltungen
- Incentives
 - Fast ausschliesslich Präsenzveranstaltungen



Schweiz.

Strategie SCIB 2021-2023.

Vision

Die Schweiz ist die top of mind Destination für qualitativ hochstehende Business Events.
SCIB erstellt Kunden in kürzester Zeit massgeschneiderte Angebote und gilt national wie international als Meinungsführer.

Mission

SCIB vertritt und positioniert die Schweiz als führende Destination für Business Events.
SCIB unterstützt und begleitet ihre Partner/Mitglieder im internationalen Marketing, in der Akquise und im Verkauf deren Dienstleistungen und Services.

Ziele

 Steigerung des Impacts im Bereich Business Events Wir wollen im Zeitraum bis 2023 eine Steigerung des Impacts durch SCIB im Bereich Business Events erreichen. Die Zielerreichung messen wir anhand RFPs. Zielwert: 1620 Conversion. Zielwert: 54% Logiernächte. Zielwert: 230 000 Wertschöpfung. Zielwert: 76.6	 Positive Entwicklung der Kundenzufriedenheit Wir wollen im Zeitraum bis 2023 eine positive Entwicklung der Kundenzufriedenheit mit den Dienstleistungen der SCIB erreichen. Die Zielerreichung messen wir anhand des Net Promoter Scores. Zielwert: 8+	 Positionierung als nachhaltige Business Event Destination Wir wollen im Zeitraum bis 2023 die Schweiz als DIE nachhaltige Business Event Destination positionieren. Die Zielerreichung messen wir anhand des GDS-Indexes. Zielwert: 78% pro Jahr wird mind. 1 nationales Leuchtturmprojekt lanciert	 SCIB als Business Event Kompetenzzentrum Wir wollen im Zeitraum bis 2023 erreichen, dass SCIB als Kompetenzzentrum für Business Events und Zukunftstrends den Partnern der ganzen Schweiz Mehrwerte bietet. Die Zielerreichung messen wir anhand Befragungen der Partner und potentieller Kunden. Zielwert: 8 von 10
--	---	---	---

Märkte: Schweiz/HQ (inkl. Watchlist), Europa, Nordamerika, Asien **Segmente:** Meetings, Congresses, Incentives

Key Stärken & Eigenschaften

Strategische Massnahmen

Gute Datenbasis	Marktpräsenz	Kundennähe	Zuverlässigkeit	Erreichbarkeit & Effizienz	Kommunikation	Innovationsfähigkeit
SCIB kann verbesserte Analysen durchführen, um Insights zu gewinnen und Massnahmen daraus abzuleiten.	SCIB kann die Schweiz mit ihrem starken Image positionieren.	SCIB hat ein genaues Verständnis des Kunden und dessen Bedürfnissen, um proaktiv darauf eingehen zu können.	SCIB wird als zuverlässig, vertrauenswürdig und berechenbar wahrgenommen.	SCIB kann dank der Digitalisierung den Kunden zu jeder Zeit zufriedenstellend zu bedienen.	SCIB kann durch positive Tonalität das Thema Nachhaltigkeit als Differenzierungsmerkmal zu nutzen.	SCIB kann Trends voraussehen, diese frühzeitig interpretieren und Massnahmen ableiten.
- Dashboard mit relevanten Kennzahlen erstellen - Data Analytics Strategie umsetzen	- Kommunikationsplan für Brand-Offensive erstellen und umsetzen - Synergien zu Schweiz Tourismus Kampagnen nutzen	- Regelmässige Kundenbefragungen durchführen (Erhebung NPS) - Strategische Partnerschaften zur Erreichung von Endkunden aufbauen	- Regelmässige Mitarbeiter Schulungen durchführen, um professionelle Beratung sicherzustellen - Produktinnovationen bei Partnern treiben	Mittel und Ressourcen für die digitale Weiterentwicklung zur Verfügung stellen	- Über Labels und Standards gute Orientierung für die Branche und Gäste schaffen - Pro Jahr 1 nationales Leuchtturmprojekt lancieren	- Von anderen (Generationen, Industrien, Organisationen) lernen - Kontinuierliche Datenbeschaffung und -analyse



Schweiz.

MIS Business Events / SCIB Dashboard.

- Interaktives Dashboard mit relevanten Kennzahlen
 - Erweiterung durch eigene Dashboards für Destinationen und Regionen und ihre Leistungsträgern

Strategisches Ziel

- Steigerung Impact von Business Events Dank guter Datenbasis





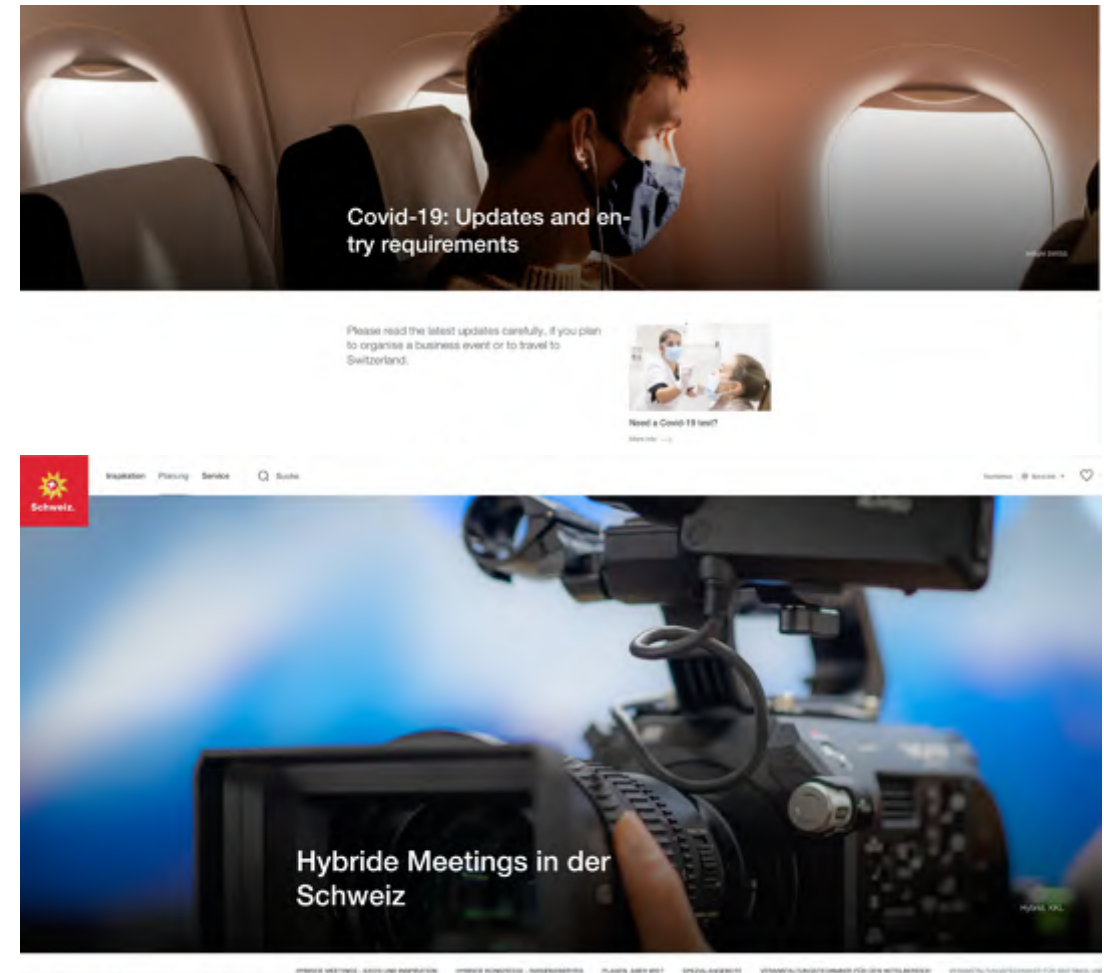
Schweiz.

Orientierung und Planungssicherheit schaffen.

- Relevante, aktuelle Informationen auf [MyS.com/meetings](https://mys.com/meetings) verfügbar machen
 - Kreation Covid-19 Landing Page für Planner
 - Flexible Annullationsbedingungen
 - Angebote für hybride Meetings
 - Virtuelle site-inspections
 - Rent a Hotel

Strategisches Ziel

- Steigerung Impact von Business Events dank guter Datenbasis
- Kompetenzzentrum



Marktpräsenz sicherstellen.



Schweiz.

- Anpassung Aktivitäten nach Lage
 - Virtuelle und hybride Aktivitäten finden statt
 - Präsenzveranstaltungen in einigen Märkten wieder möglich
 - Erste Anfragen für Informationen und Angebote gehen ein



Strategisches Ziel

- Steigerung Kunden- und Partner-Zufriedenheit durch Kundennähe

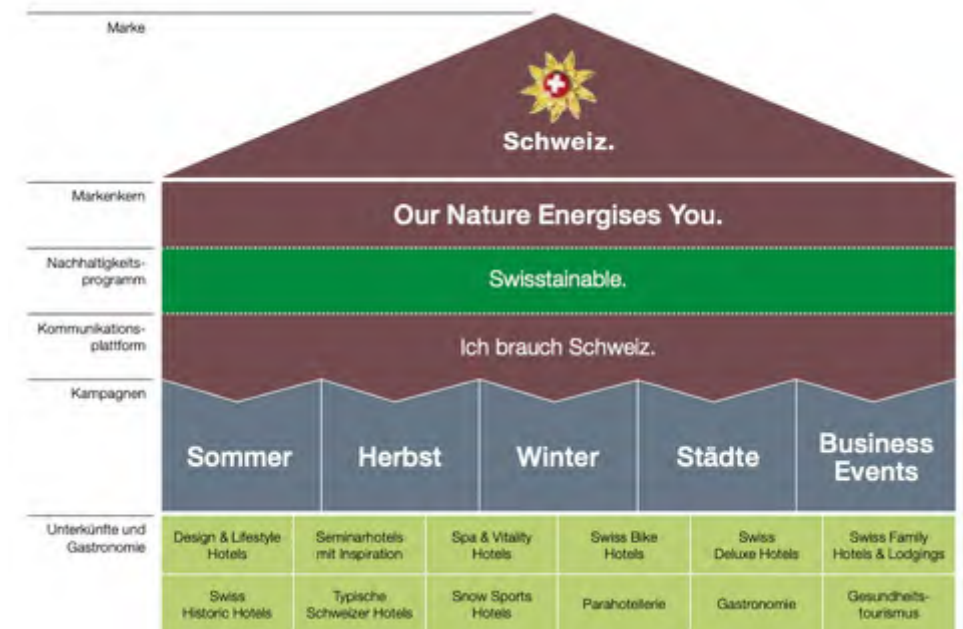




Schweiz.

Swisstainable Business Events.

- Global Destination Sustainability Index (GDSI)
 - Schulung von 10 Destinationen
 - Hosting der 1. GDS Konferenz in der Schweiz
- Content Hub Swisstainable Business Events
 - Nachhaltige Hotels, Zentren, Locations, Rahmenprogramme, Transport
 - Kunden Testimonials



Strategisches Ziel

- Positionierung Nr. 1 Destination für nachhaltige Business Events



Fragen?



Schweiz.

Recovery Programm 22-23.

Damian Constantin & Martin Nydegger



Schweiz.

Impfungen kommen (langsam) voran.

Impfaktivität - Eingesetzte Impfdosen in % der Bevölkerung (≠ vollständig geimpfte Personen)



Quelle: Our world in data, Stand: Woche des 19.04.2021

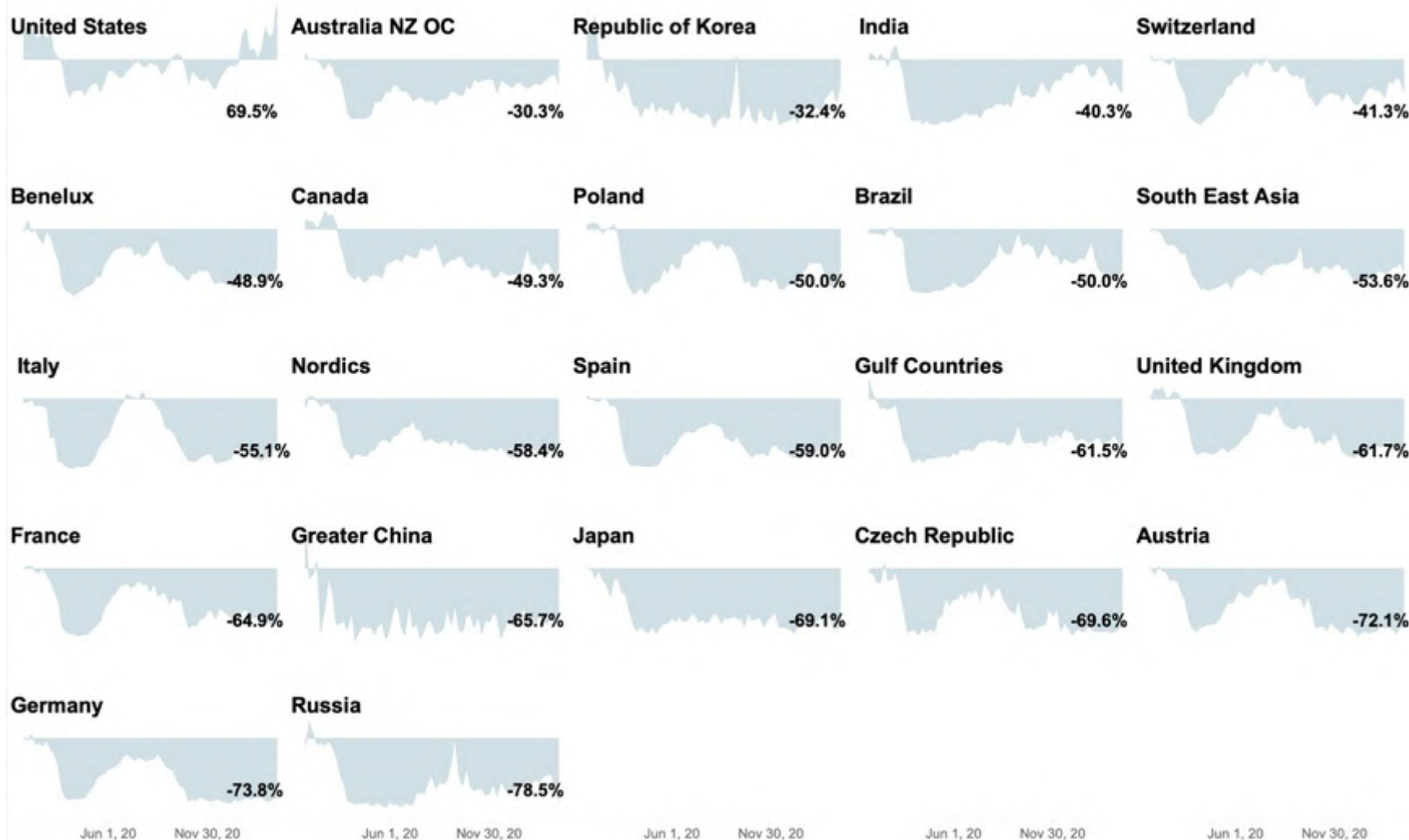
Achtung: Teilweise Unregelmässigkeiten in Daten, v.a. bei zusammengefassten Märkten (SEA, GCC, etc.), oder Datenlücken (Russland)



Schweiz.

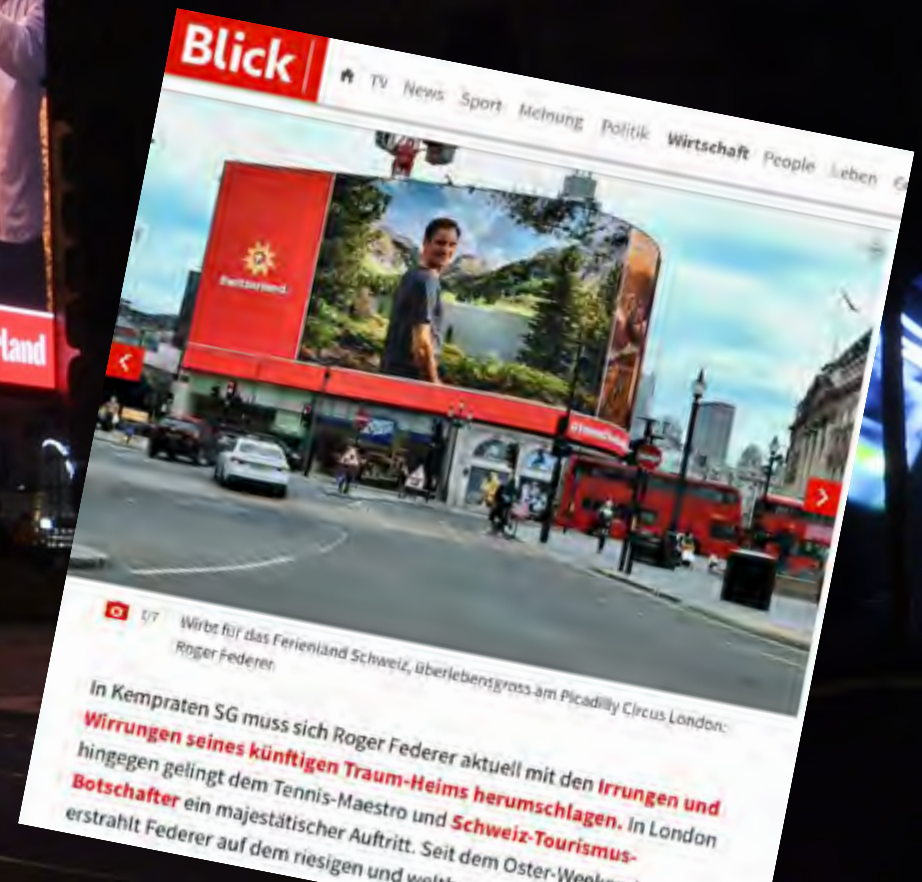
Hotelsuche: Weit unter dem Level von 2019.

Hotelsuche via Google im Vergleich zu 2019, absteigend sortiert



Quelle: Google Trends, compared to 2019, excluding: -corona -coronavirus -virus -cancel -cancelled -refund -collapse -change, Status 11.04.2021

Perfect Match!



A person with short grey hair, wearing a dark long-sleeved shirt and patterned shorts, stands with their back to the camera, looking out a large, multi-paned window. The window offers a view of a city skyline with various buildings and trees. In the foreground, there is a dark wooden desk with a laptop, a white mug, a remote control, and some papers. To the right, there is a green sofa with several pillows, a small table with a lamp, and a coffee table with some items on it. The room has a modern, minimalist aesthetic with a mix of dark and light colors.

Global launch: No Drama!

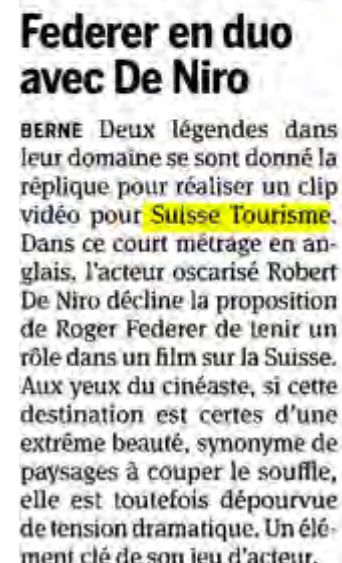
Grosses Medienecho auf "No Drama".



Schweiz.



Interviews auf SRF 10vor10 und G&G



... auch international.



Schweiz.

RTL.DE

NEWS & STORIES

SENDUNGEN A-Z

VIDEO

News Corona Unterhaltung Politik Sport Lifestyle Ratgeber Geld Spiele

RTL.de News : Robert De Niro gibt Roger Federer eine Abfuhr

Robert De Niro gibt Roger Federer eine Abfuhr



Roger Federer en Robert De Niro maken reclame voor Zwitserland: "Je vraagt het beter aan Tom Hanks"



DESTINATIONS

"F*CK YOU": ROBERT DE NIRO TEAMS UP WITH ROGER FEDERER IN GORGEOUSLY SWEARY AD FOR SWITZERLAND TOURISM

05
MAY
2021

SWITZERLAND TOURISM HAS RECRUITED THE NATION'S GREATEST SON AND ONE OF HISTORY'S GREATEST ACTORS TO STAR IN A NEW GLOBAL CAMPAIGN THAT'S AS GORGEOUS AS IT IS ODD.



Courtesy Switzerland Tourism

Roger Federer Teams up with Robert DeNiro in a New Switzerland Tourism Campaign

RECORD

Futbol Guardianes 2021 Champions League Mex. en el Extranjero Empleados Contro

Empeñados

ROGER FEDERER Y ROBERT DE NIRO SE UNEN PARA PROMOCIONAR A SUIZA



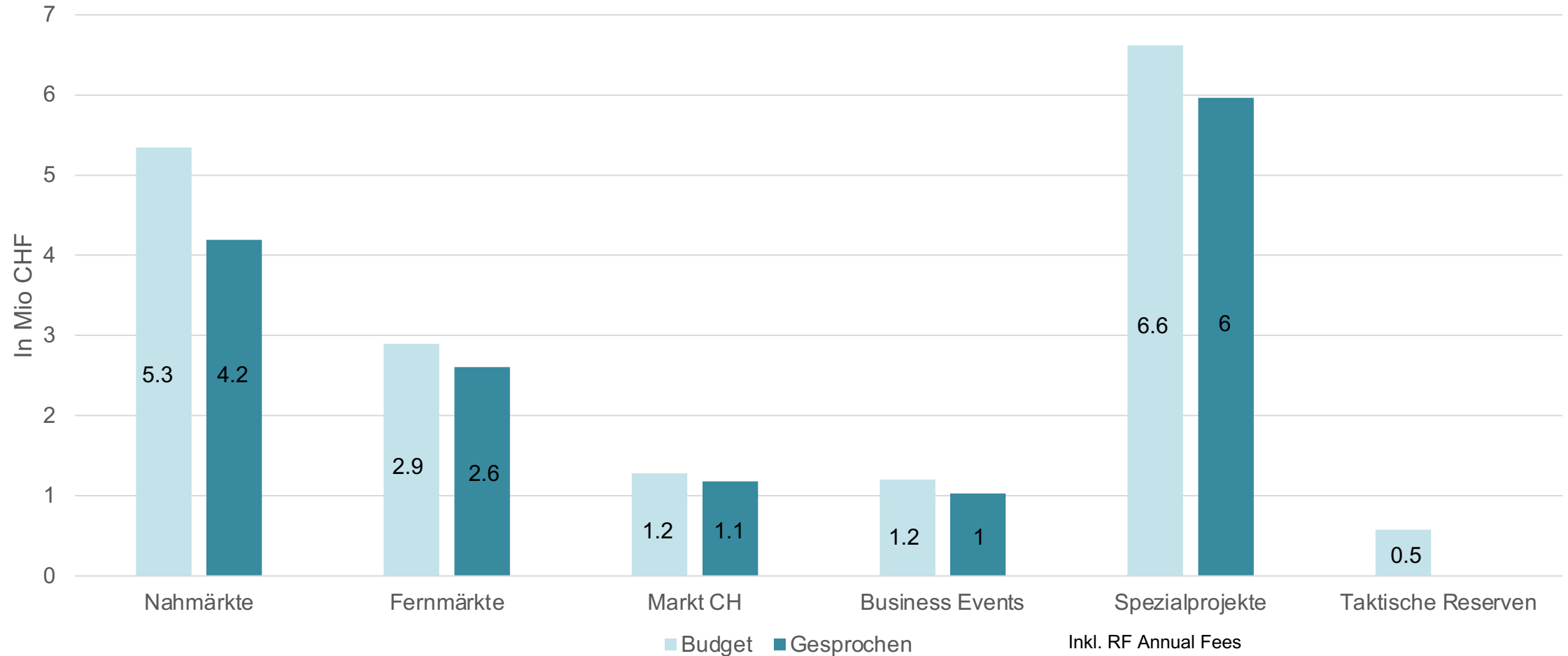
Swiss tourism ad – Roger Federer collects a basket from Robert De Niro



Schweiz.

Budgetübersicht, Stand Ende April 2021

Total Budget: 17.9 Mio, Gesprochen: 15 Mio.





Recovery Plan 2022 – 2023.

- Antrag von ST und Tourismus-Allianz
 - Selber Mechanismus wie Recovery Plan 2020 – 2021
 - Zeitdauer: 2022-2023
 - Betrag: CHF 30 Mio. Je hälftig Marketing (ST) und Entlastung (Branche)

- Vorgehensweise*
 - Mai Ankündigung BR G. Parmelin
 - Mai-Jul Ausarbeitung RP22-23 mit SECO, Branche, ST
 - Aug Verabschiedung Bundesrat
 - Okt Behandlung Parlament Herbstsession
 - Dez Verabschiedung Bundeshaushalt Wintersession

* Best case. Sonst nächstes Zeitfenster: Juni 2022

Fragen?



Schweiz.

Ausblick / Lancierungen.

Viviane Grobet

**I need the
perfect shot.**

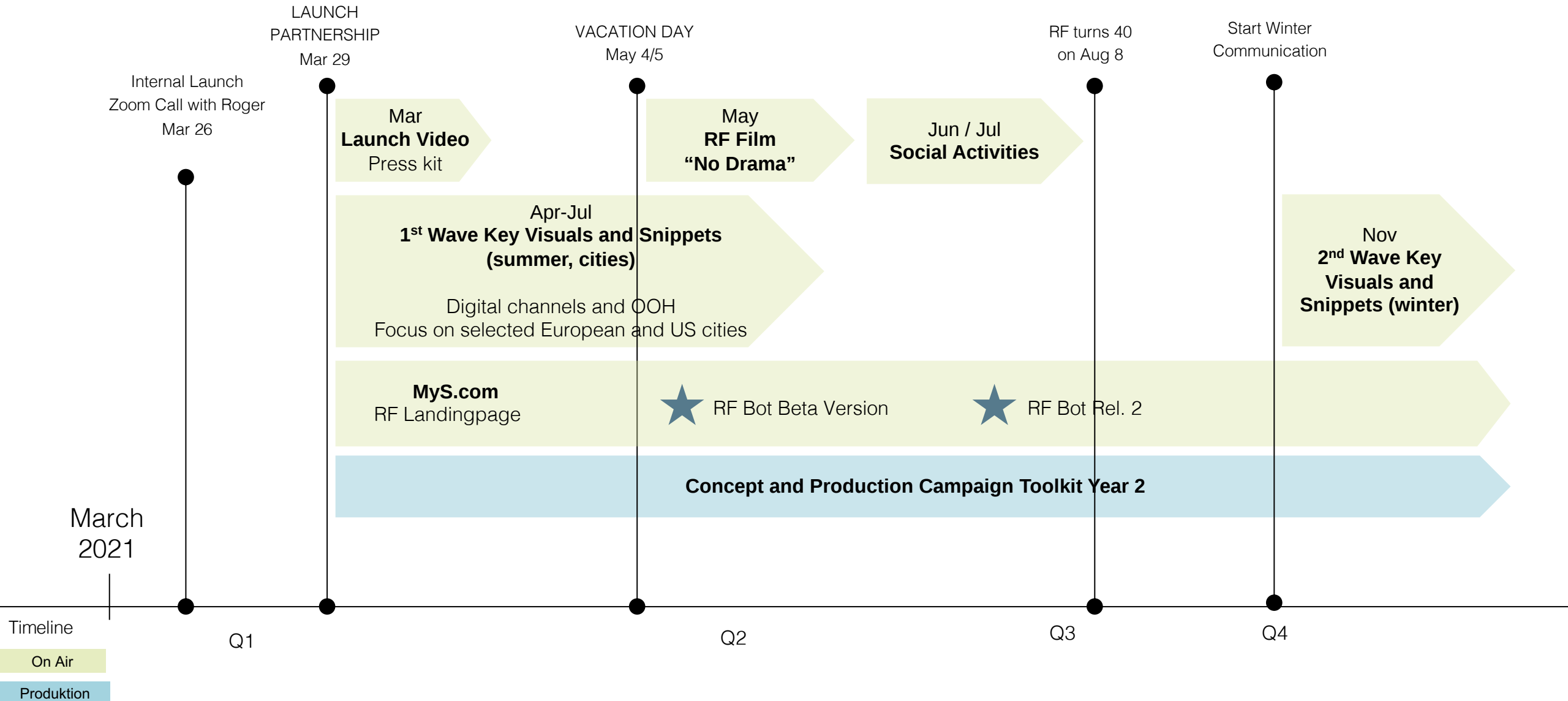


**I need
Switzerland.**

RF: Timeline Year 1.



Schweiz.



GToS-Kampagne 2021.



Schweiz.



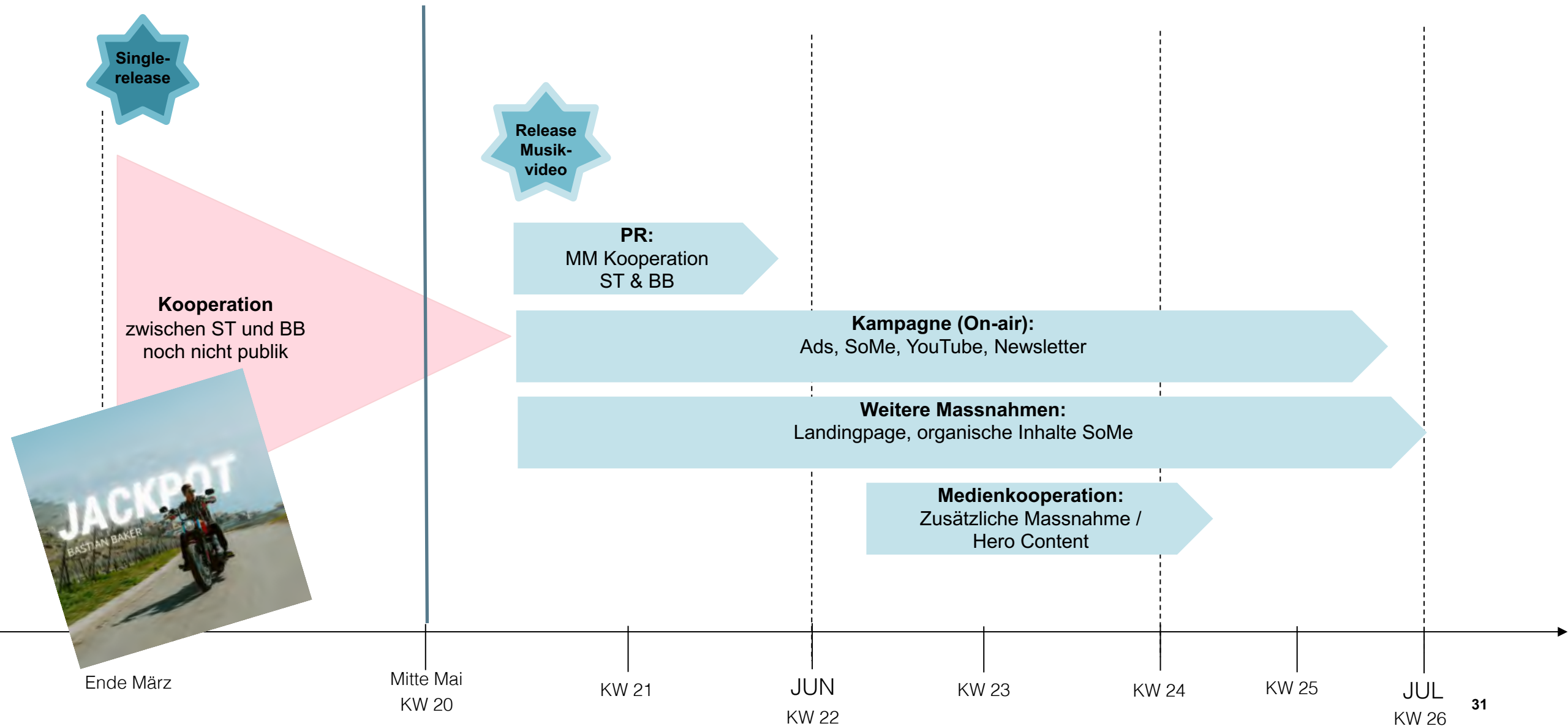
Unser Ansatz:

**«Wir nutzen den Hit von Bastian Baker,
um die Grand Tour of Switzerland
bekannt zu machen.»**



Schweiz.

Wo stehen wir?



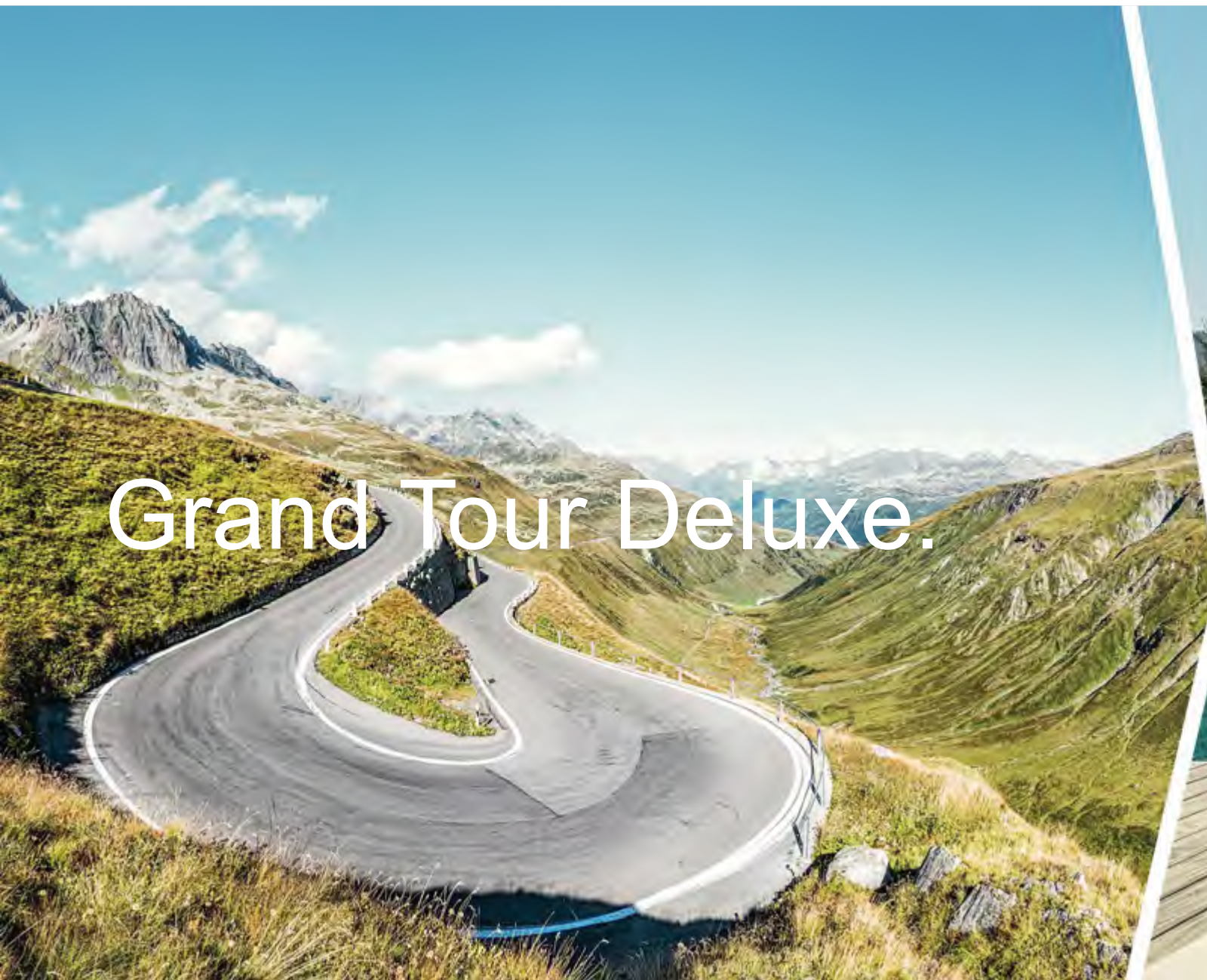
Kampagnenstart: 25. Mai 2021.





Schweiz.

Grand Tour Deluxe.



Furkapass, Realp / The Alpina, Gstaad

4 thematische Routen entlang der Grand Tour.



SWISS DELUXE HOTELS



Schweiz.



4 Deluxe Themenrouten:



Art Museums & Boutique Cities



Alpine Mountain Passes



UNESCO World Heritage



Wellness, Spa & Water

Märkteübergreifende Kampagne.



- **Digitale Kampagne** mit Fokus auf Awareness
 - Branding movie (60")
 - 4 teaser movies (15")
- 4 **Medienreisen** zwischen Juni und Juli 2021
 - 3 Journalisten pro Tour (Fokus auf europäische Journalisten)
 - Teilnahme von Multimedia Producer
- 4 internationale **Fam Trips** von 27 Juni bis 2. Juli
 - Gemeinsames Dinner in Zürich
 - 8 Trade Reps pro Tour



Schweiz.

Städtekampagne 2021.



Schweiz.

Städte-Magazin 2021.



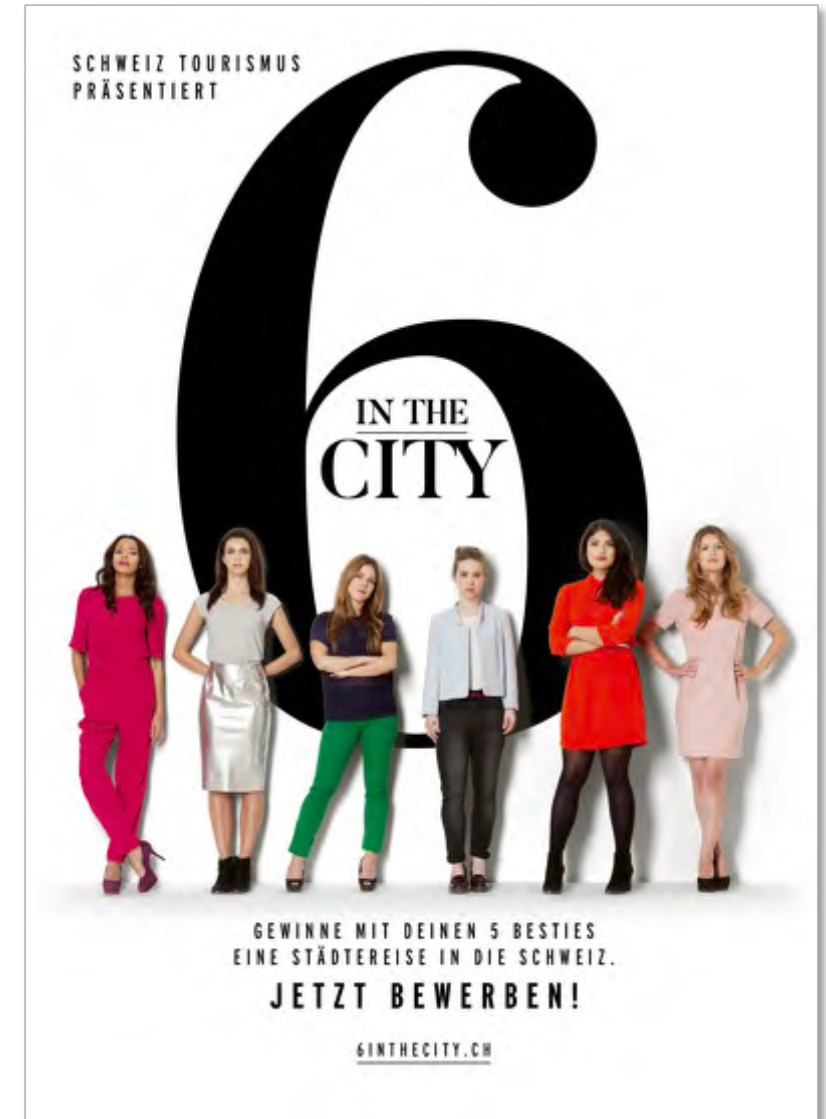
- Integration aller Städte-Partner.
- Im Sinne von **Swisstainable** und der **Erlebnisdichte in Gehdistanz** legen wir ein Augenmerk auf die grüne Seite der Städte:
«10'000 Schritte durch die Stadt»
- Auflage: ca. 600'000
- Märkte: Schweiz & Nahmärkte
(DE, IT, FR, UK, BeNeLux)
- Timing: Anfang August
- Special: Sonderbeilage in der Sonntagszeitung, Le Matin Dimanche und Corriere del Ticino



Schweiz.

Zusatzkampagne: 6 in the City.

- Vielfältig, modern und charakterstark zeigen uns sechs Frauen ihren perfekten Städtetrip in die Schweiz.
In einem Trailer für einen Film, den es nie geben wird.
- Mit dem Trailer, Snippets, einer Landing Page mit vielen Tipps und Inspirationen, einem Wettbewerb, etc. bewerben wir die Vielfalt der Schweizer Städte und machen Lust auf einen Städtetrip in der Schweiz.
- Distribution in DE, IT, FR, UK und BeNeLux (CH nur organisch).
- Lancierung am 27.07.21.

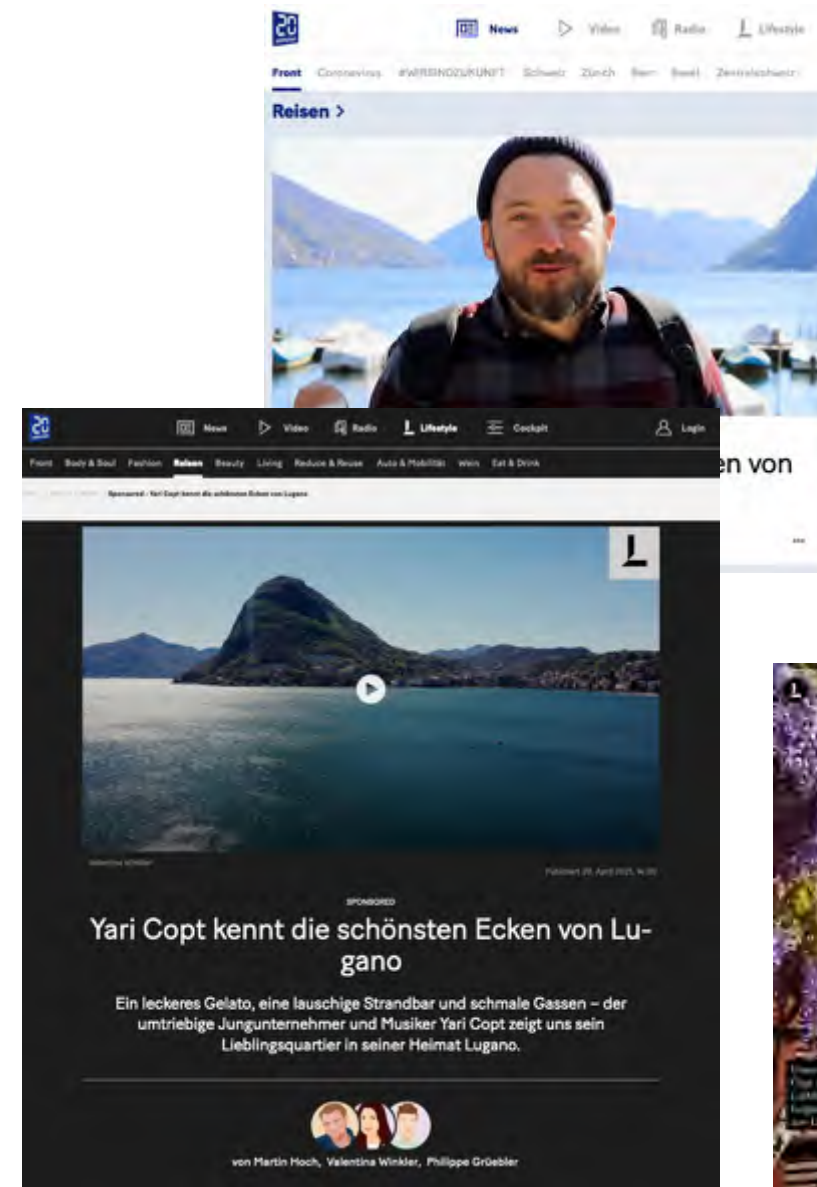


Kooperation 20 Minuten.



Schweiz.

- Zusammen mit 20 Minuten besuchen wir in den kommenden Monaten die schönsten Städte der Schweiz und lassen uns in diesen die Lieblingsquartiere von den Menschen zeigen, die sie am besten kennen: den Locals.
- Erste Stadt ist online: Lugano.
- Es folgen Lausanne, Winterthur, St. Gallen, Genf, Bern, Zürich, Basel und Luzern.





Schweiz.

Rendez-vous.

Sonderkampagne zur Förderung der Gastro-Branche



Schweiz.

Rendez-vous – Der Tisch für das Wiedersehen.

- Über die ganze Schweiz verteilt werden **aussergewöhnliche Restaurant-Locations** für ein gemeinsames Essen an einem **speziell inszenierten Tisch** geschaffen
- Branchenübergreifende Aktion für Gastronomie und Hotellerie mit Unterstützung von **GastroSuisse und HotellerieSuisse** als Mitinitianten
- **Lancierung ab Mitte Juni** je nach epidemiologischer Lage
- Alle Tische sind auf **MySwitzerland** auffindbar und online buchbar
- Kampagne auf **sozialen Netzwerken** (Schweiz und ausgewählte Nahmärkte)
- **Medienpartnerschaft in der Schweiz** für erhöhte Reichweite
- Integration in geeignete **Plattformen** in den **Nahmärkten**

Bisherige Highlights.



Schweiz.

Hotel Grischa, Davos



Hotel Valsana, Arosa



Landgasthof Grizzlybär, Längenbühl



The Alpina Gstaad, Gstaad



Restaurant Villa Sunneschy, Stäfa



Restaurant Rössli, Zürich



Gstaad Palace, Gstaad



Übersicht bisherige Anmeldungen pro Region.

- Aargau Region: 2
- Basel Region: 0
- Bern Region: 8
- Fribourg Region: 2
- Genf: 0
- Waadtland: 2
- Graubünden: 9
- Jura & Drei-Seen-Land: 1
- Luzern-Vierwaldstättersee: 12
- Ostschweiz / Liechtenstein: 2
- Tessin: 4
- Wallis: 8
- Zürich Region: 5

Per 3. Mai 2021 sind 55 Bewerbungen eingetroffen, wobei die Regionen Luzern-Vierwaldstättersee, Graubünden, Wallis und Bern die meisten Anmeldungen stellen:
Bisher zu wenige Städte-Angebote erhalten.



Schweiz.

Nachträgliche Bewerbungen
bis Ende Mai einreichen unter
www.STnet.ch.

Fragen an:
gastronomie@switzerland.com

 **100%
Women.**
PEAKCHALLENGE

**RDK Update.
11. Mai 2021.**



Schweiz.

RTL.DE

News Corona Unterhaltung Politik Sport Lifestyle Ratgeber Geld Spiele

Beatrice Egli kündigt waghalsiges Projekt an

Sturm auf den Gipfel



30. März 2021 - 14:07 Uhr

Gipfel- statt Chartstürmerin

Beatrice Egli will endlich hoch hinaus - und zwar nie in ein Studio. Wie die 32-Jährige jetzt ihren Film vertreibt, hat sie vor ganz besonderen Ziel vor Augen. Die Schlagersängerin will das Matterhorn (4478 Meter) erklimmen. Ihr Schweizer Heimat, erklimmen. Damit sind sie Teil eines ganz besonderen Challenges sein.

100 Prozent Frauenpower

DERWESTEN

Beatrice Egli macht außergewöhnliche Ankündigung - „Das höchste Ziel, was ich je hatte“

Linde Gier



SWISS

Celebrate Women

Dear Ms. Zimmerman,

International Women's Day is a time to acknowledge and celebrate the achievements of women everywhere. The day this moment to recognize the women that make SWISS such a special airline. From cockpit and cabin crew to local teams around the world, thanks to the spirit of SWISS, we all have the chance to soar to new heights. So especially, we salute our female passengers who traverse the globe with us, with grace and strength.

With the summer months ahead, we are looking forward to brighter days. Our newly published summer schedule is available and we are happy to share that flight from Zurich, Los Angeles and Miami will resume shortly. With our female missing getting close to the perfect time to plan your summer getaway.

Summer is coming!

100% Women Peak Challenge

As part of the 100% Women Peak Challenge, our partners at Switzerland Tourism are encouraging female mountaineers to climb Switzerland's highest peaks - or at least high ones.

Swiss.com

citynews

TODAY Donna

Con Svizzera Turismo le donne puntano in alta montagna e fanno rete

Arriva 100% Women, dedicata all'universo femminile: un invito alle scalatrici e conquistare le cime delle Alpi svizzere nel giro di sei mesi, più oltre 230 punti d'arrivo funzionali

Redazione

08 marzo 2021 17:30

Facebook Twitter WhatsApp



SAVIA ACTIVE

100% Women Peak Challenge, le montagne svizzere si tingono di rosa

Sei mesi di tempo per raggiungere la vetta di tutte le vette over 4.000 metri della Svizzera. Con una sola regola: vietato farsi accompagnare da uomini

Alina Göttsche

100% Women Peak Challenge

LA SOLUZIONE NATURALE PER IL TRUCCO E LA PELLE

news1 뉴스

백티베티 좋아하는 여성 '주목' - 스위스관광청, 100% 무언 캠페인 진행

백티베티 좋아하는 여성 '주목' - 스위스관광청, 100% 무언 캠페인 진행

여행신문

100% 여성을 위한 여행, 스위스에다 있다

3월 1일부터 2021.03.31

100% 여성을 위한 여행, 스위스에다 있다



FIELD JOURNAL

100% WOMEN PEAK CHALLENGE

We chat to Cherry Alcott about the launch of the 100% Women Peak Challenge. Produced in partnership with Switzerland Tourism

Imagine yourself peering up towards the summit of a snow-covered Swiss Alpine peak. Dawn is finally here, the blue light reflecting on the snow around you is breathtaking, and the sun is beginning to reach out from behind the jagged mountain range sprawling before you. You've already been climbing for two hours, by the time you reach the summit you'll have made the summit just after sunrise and stand on top of the mountain.

TRAVEL-PRESS

Switzerland wants female mountaineers to reach higher ground

100% Women

TRAVEL-PRESS

100% Women

- Medienarbeit mit diversen Medien- und Influencer-Reisen aus verschiedenen Märkten, z.B.:
 - Raha Moharrak (Influencerin von GCC) wird vom 11. bis 15. Juli in die Schweiz Reisen, Zeit in der Jungfrau Region verbringen und die Dufourspitze erklimmen
 - Beatrice Egli wird das Matterhorn besteigen
 - Michelle Hunziker wird die Jungfrau besteigen
- Digitale Kampagne läuft bis Ende Juli 21
- Peak challenge: 17/48 peaks sind erreicht. Die Challenge läuft noch 124 Tage (Status 6. Mai)



Schweiz.

Million Stars Hotel 2021.

Million Stars Hotel 2021.

- 18 neue Projekte
- Relaunch am 22. April 2021
- Kontinuierliche Medienarbeit, PR-Aktion im Juni
- Internationale Influencer- und Journalistenbesuche (M. Hunziker!)
- Social Media Aktivitäten
- Angebotsbewerbung Juni / Juli im Markt DE / CH





Schweiz.

Partnerkampagne 2021 & 2022.

Sommer, Herbst & Cities

Partnerkampagne Sommer.



- **Distribution:** Mai – August 2021
- **Paid Kanäle:**
Facebook & Instagram Ads, Native Ads & Youtube Pre-Roll Ads, Integration Magazin
- **Organische Kanäle:**
Pinterest, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter sowie ST Medienarbeit, Integration auf MySwitzerland & in ST Newsletter



Schweiz.

Partnerkampagne Städte.

- Zusammen mit **24 Städte-Partnern** wurden **10 Multimedia Stories**, **17 Speed Videos** und **25 Key Visuals** produziert
- Von Mai-Oktober werden sie je nach gewähltem Märktemix in der Schweiz und den Nahmärkten distribuiert, mit Fokus auf Digital Marketing und Social Media
- Abgedeckt wird dabei die komplette urbane Themen-Vielfalt:



Naturnähe.



Natur in der Stadt.



Kunst & Kultur.



Kulinarik.

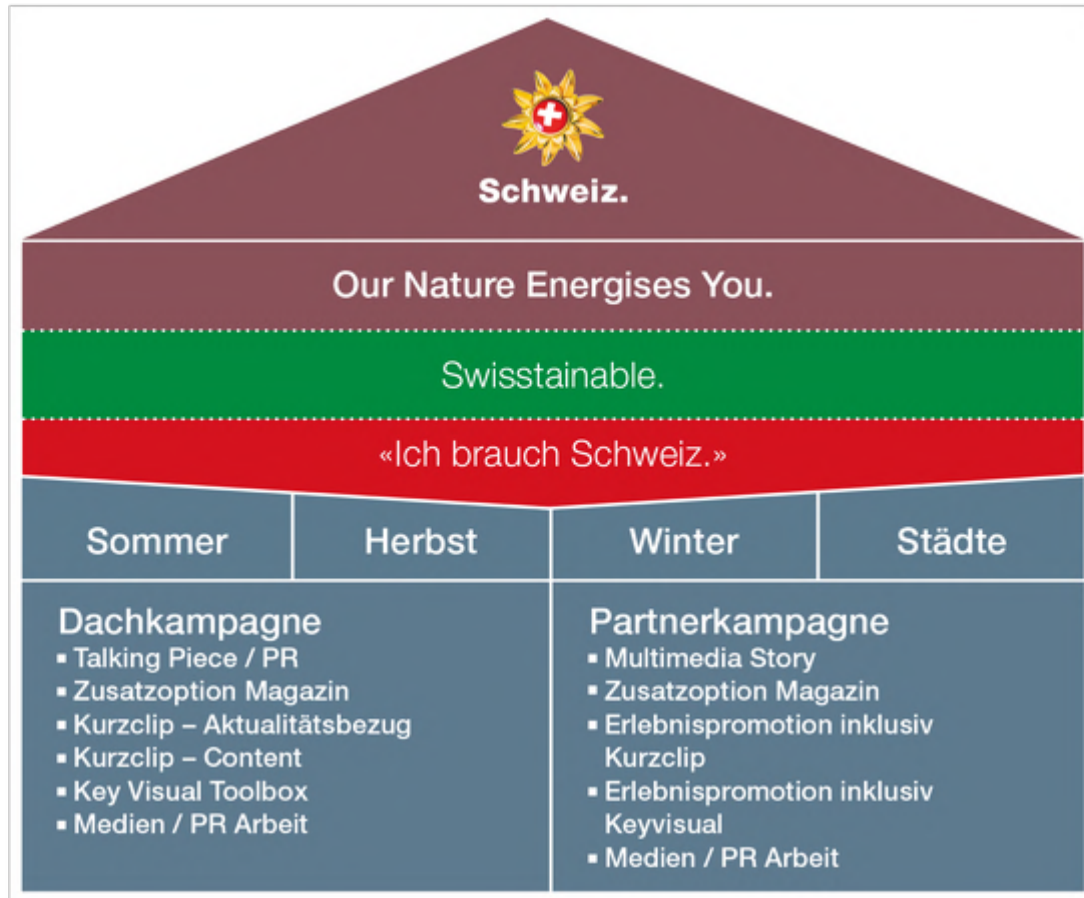


Schweiz.

Partnerkampagne 2022: Kind Reminder.

- Anmeldefrist bis 9. Mai 2021
- Ausschreibung und Anmeldung via stnet.ch
- Bisher lediglich 16 Partnerbuchungen (vs. 56 2021)
- Fixe Buchungen RDK's: 1 (mit 3-4 im Austausch)
- Damit wir pünktlich in die Produktion starten können, sind wir euch dankbar, wenn ihr euch jetzt anmeldet.
 - Produktionsplanung Sommer/Städte
 - Ressourcenplanung
 - Verhandlungen mit Film- und Fotoproduzenten

Einbettung Swisstainable.



2022

- Alle gebuchten Erlebnisse mit einem Swisstainable-Emblem haben die Chance, in die Swisstainable-Hauptkampagne integriert zu werden.

2023

- Das gemeinsame Ziel sollte sein, nur noch Partner-Erlebnisse mit einem Swisstainable-Nachweis zu promoten.

Fragen?



Schweiz.

Reisegepäck Special.

Urs Eberhard



Schweiz.

Ausgangslage.

- Präsentation einer 3-Jahreslösung an der RDK Sitzung vom 18. März
 - Kostenübernahme “real case” nach Verursacherprinzip durch die Regionen
 - Kosten, die über “real case” gehen werden über eine Defizitgarantie der SBB getragen
 - ST übernimmt die Kosten einer Marktforschungsbegleitung durch ein Institut (e.g. Uni SG) um den Effekt der Gepäcklösung auf die Modalsplit-Veränderung zu messen
 - Bei positiver Veränderung des Modalsplits zugunsten des öV von 10% oder mehr Antrag an den Klimafonds zur Finanzierung des Gepäck Specials um eine messbare Reduktion des CO2 Ausstosses zu erreichen
- RDK hat eine alleinige Finanzierung abgelehnt. Auch eine teilweise Finanzierung (2/3 RDK Entlastungsgelder, 1/3 ST Recovery Gelder) fand keine Zustimmung.



Schweiz.

Resultat Winter 20/21.

- Insgesamt wurden vom 1. Dezember 2020 bis 30. April 2021 rund 4'300 Aufträge ausgeführt, bzw. 22'000 Gepäckstücke transportiert.
- Die Finanzierung der Regionen wurde vollumfänglich aufgebraucht und die Defizitgarantie von SBB und ST musste teilweise bereits Ende Februar genutzt werden.

Details Aufträge.



Schweiz.

Winter 20/21 (Dez-April)	20_12	21_01	21_02	21_03	21_04	Gesamtergebnis
Finanzierung Region/ST/SBB	509	835	2208	1'686	600	4152
Bern Region	5	6	45	23	11	90
Berner Oberland	43	74	236	128	51	532
Graubünden	206	408	1056	702	137	2509
Luzern / Vierwaldstättersee	4	26	49	28	25	132
Ostschweiz	24	36	173	73	75	381
Tessin	2					2
Waadt	2		3	3	1	9
Wallis	223	285	646	729	300	2183
Finanzierung SBB	9	14	55	42	32	152
Luzern / Vierwaldstättersee	9	13	52	34	8	116
Tessin			3	7	24	34
Zürich Flughafen		1		1		2
Gesamtergebnis	518	849	2'263	1'728	632	4304

Details Gepäckstücke.



Schweiz.

Winter 20/21 (Dez-April)	20_12	21_01	21_02	21_03	21_04	Gesamtergebnis
Finanzierung Region/ST/SBB	1822	3122	8965	5512	2205	21626
Bern Region	25	24	206	100	50	405
Berner Oberland	142	269	984	424	154	1973
Graubünden	705	1345	3985	2009	394	8438
Luzern / Vierwaldstättersee	26	114	180	102	71	493
Ostschweiz	75	162	720	210	188	1355
Tessin	2					2
Vaud	3		11	6	1	21
Valais	844	1208	2879	2661	1347	8939
Finanzierung SBB	21	58	240	107	80	506
Luzern / Vierwaldstättersee	21	54	232	91	26	424
Tessin			8	14	54	76
Zürich Flughafen		4		2		6
Gesamtergebnis	1843	3180	9205	5619	2285	22132

Sommer 2021.



Schweiz.

- Da nicht alle Mittel der Winter-Defizitgarantie von SBB und ST genutzt wurden, haben wir uns entschieden damit den Gepäck Special zu finanzieren und in der ganzen Schweiz noch bis zum 31. Oktober gratis anzubieten

Zur Zeit diskutieren SBB und wir über folgendes Vorgehen:

- Wissenschaftlicher Nachweis, dass der Gepäck Special dazu führt, dass sich der Modalsplit zugunsten des öV um 10 % verbessert.
- Zusammenarbeit mit einer Universität (St. Gallen, Bern etc.)
- Antrag an den Klimafonds den Gepäck Special finanziell zu fördern um den CO2-Ausstoss effektiv zu verringern



Schweiz.

Zukunft: Gepäck Special Plus.

- Ein neues Velo-Angebot wird diesen Sommer getestet
- Gepäck Special Plus umfasst den Velotransport und kostet diesen Sommer (da GPS gratis) pauschal CHF 50.– für 1 bis maximal 16 Velos
- Pilotorte: Lenzerheide, Flumserberge, Engelberg, Tessin, evtl. Gstaad
- Weitere Pilotorte oder Pilotregionen sind willkommen



Fly Rail Luggage.

- Eine Arbeitsgruppe mit SWISS, SBB und ST diskutieren über die Wiederbelebung des Fly Rail Luggage Angebotes
 - Kunden aus dem Ausland können ihr Gepäck vom Ausgangsflughafen direkt ins Hotel senden und auch vom Hotel wieder an den Heimatflughafen
- Diskussionen laufen, Umsetzung lässt aber noch auf sich warten

Fragen / Diskussion.



Schweiz.

Swisstainable Reporting

Samuel Wille
Stand 30. April 2021



Schweiz.

Informationen zum Reporting.

Dieses Reporting wird Ende jeden Monats aktualisiert und ist zusammen mit der detaillierten Liste aller teilnehmenden Betriebe [hier](#) abrufbar.

Für weitere Fragen steht Ihnen die Geschäftsstelle unter swisstainable@switzerland.com jederzeit zur Verfügung.

Verteilung der Level.



Schweiz.

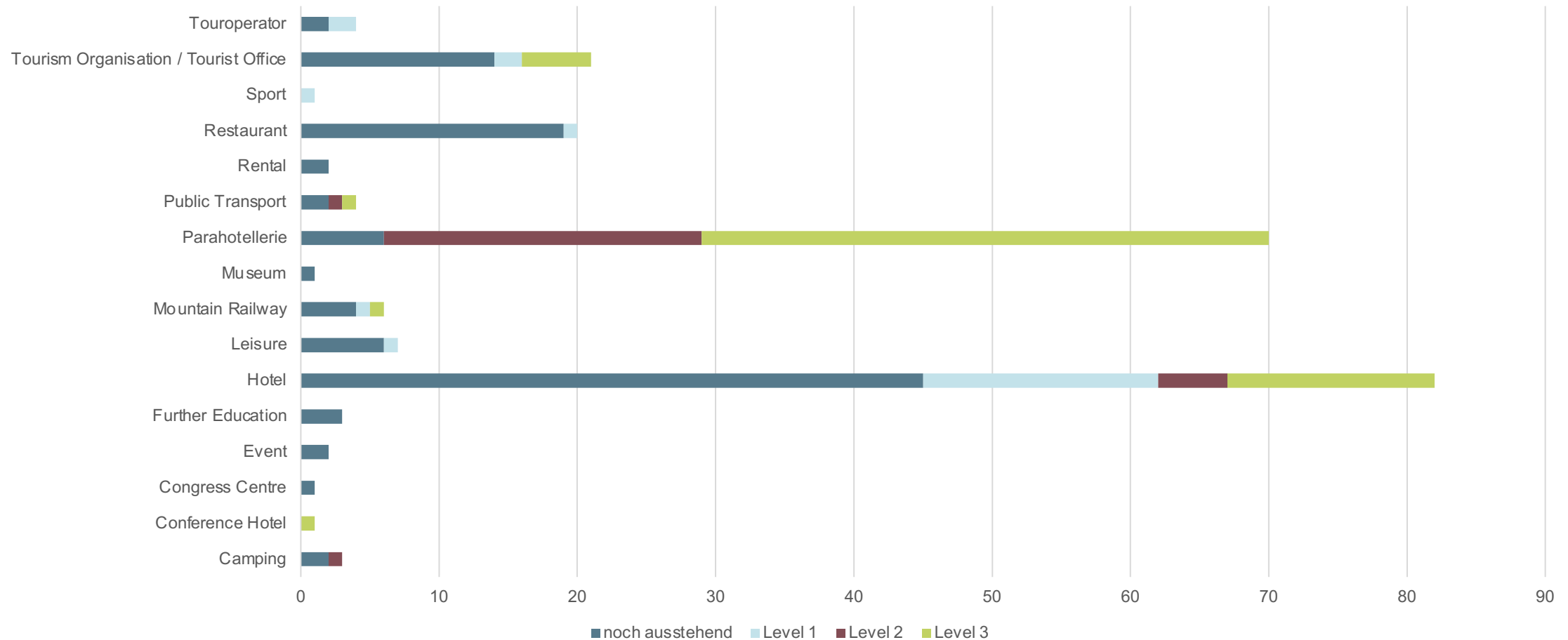


■ noch ausstehend ■ Level 1 ■ Level 2 ■ Level 3



Schweiz.

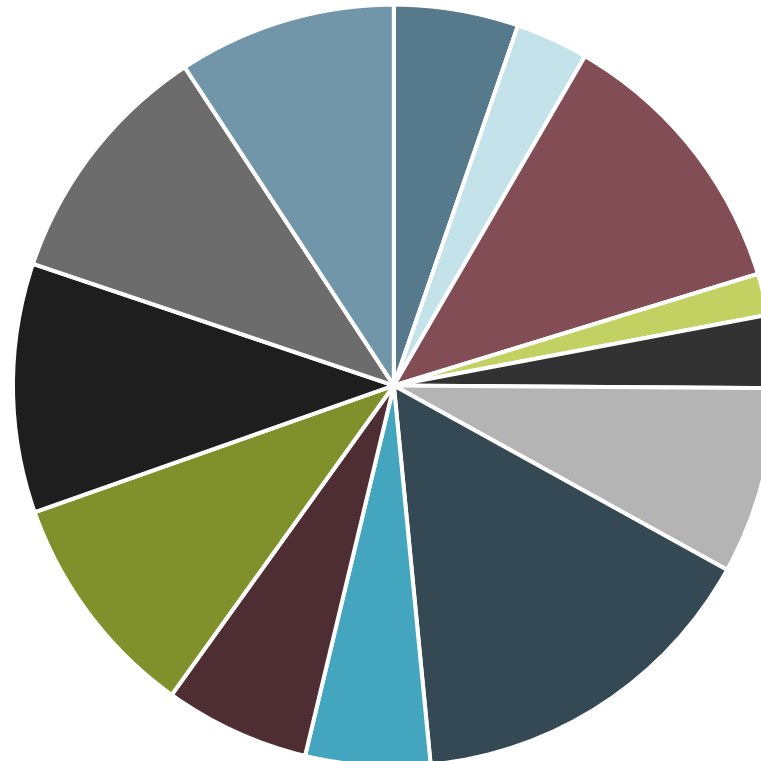
Aufteilung nach Kategorie und Level.



Aufteilung nach RDK.



Schweiz.



■ Aargau Region

■ Basel Region

■ Bern Region

■ Fribourg Region

■ Genf / Genève

■ Waadtland

■ Graubünden

■ Jura & Drei-Seen-Land

■ Luzern - Vierwaldstättersee

■ Ostschweiz / Liechtenstein

■ Tessin

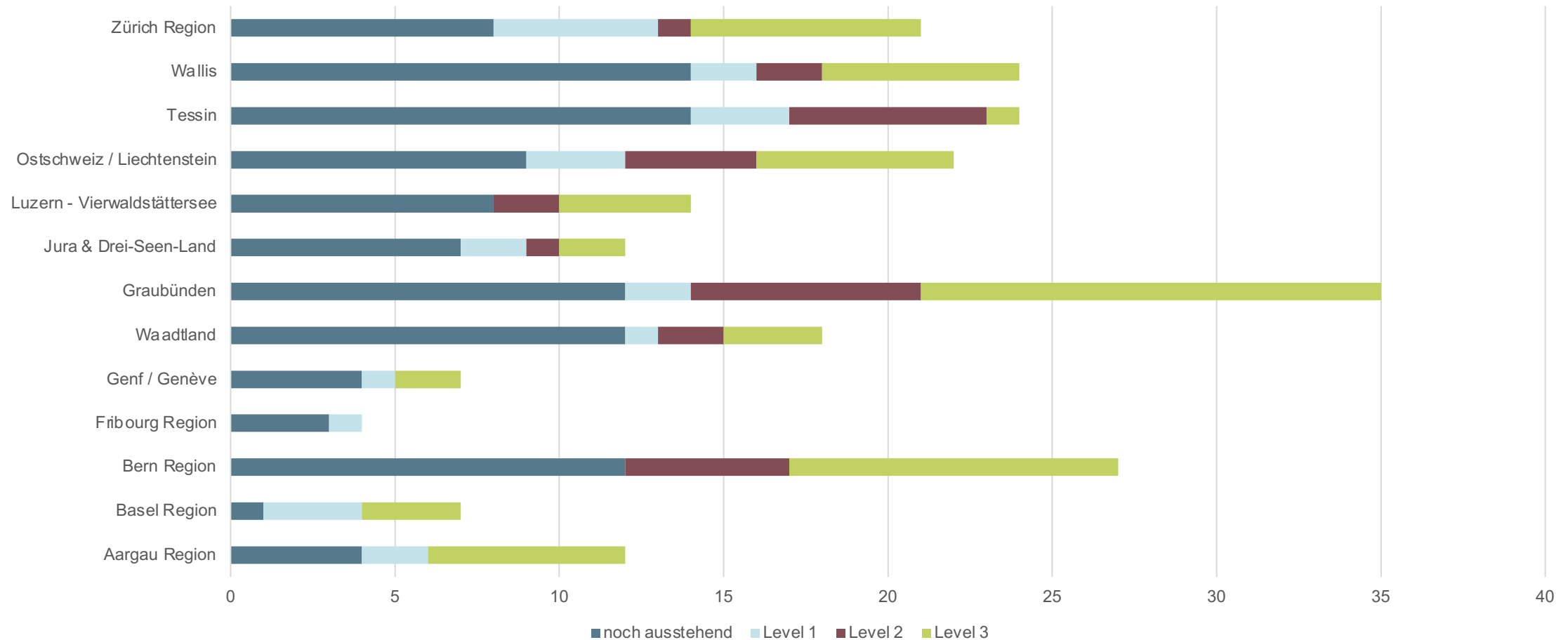
■ Wallis

■ Zürich Region



Schweiz.

Aufteilung nach RDK und Level.



Fragen / Diskussion.



Schweiz.

Update Gästelenkung. Pilotprojekt mit Swisscom.

Stefan Künzle, Marcel Perren, Viviane Grobet

Agenda.



Schweiz.

1. Vision
2. Zielbild
3. Swisscom Lösung
4. Projektplan
5. Nächste Schritte
6. Diskussion



Vision.

In der Schweiz entscheiden die Gäste selbst, mit wie vielen anderen Menschen sie ihr touristisches Erlebnis teilen möchten.

Zielbild Phase 1: Gäste informieren.



Schweiz.

Verkehrshaus der Schweiz

Erfahrungsbereich



Erfahrungsbereich und abwechslungsreich zeigt das meistbesuchte Museum der Schweiz die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Mobilität. Nebst dem Museum laden schweizweit einmalige Attraktionen wie das Filmtheater, das Planetarium, das Swiss Chocolate Adventure oder die Media World zum Entdecken ein.

Wetter

14°
bewölkt mit Regenschauern

Verkehrshaus der Schweiz
Luzern, 1000 m
Öffnungszeiten: 10.00 bis 18.00 Uhr
Telefon: +41 (0)41 317 15 11
www.verkehrshaus.ch

Stoßzeiten

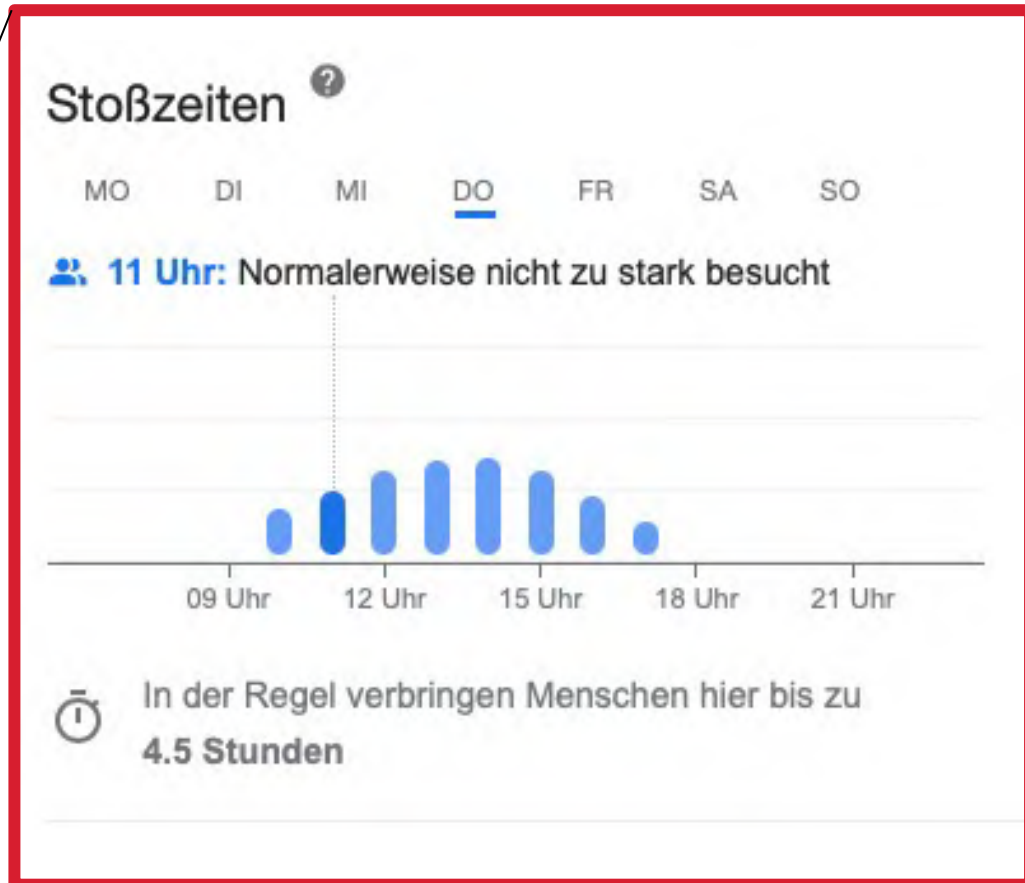
MO DI MI DO FR SA SO

11 Uhr: Normalerweise nicht zu stark besucht



In der Regel verbringen Menschen hier bis zu 4.5 Stunden

(Das 1890 eröffnete Verkehrshaus ist das populärste Museum der Schweiz und beherbergt)



- Initial: 2'000 Points of interest
- Kombination mit Öffnungszeiten



Schweiz.

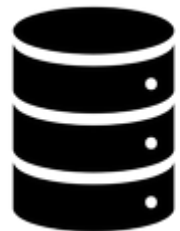
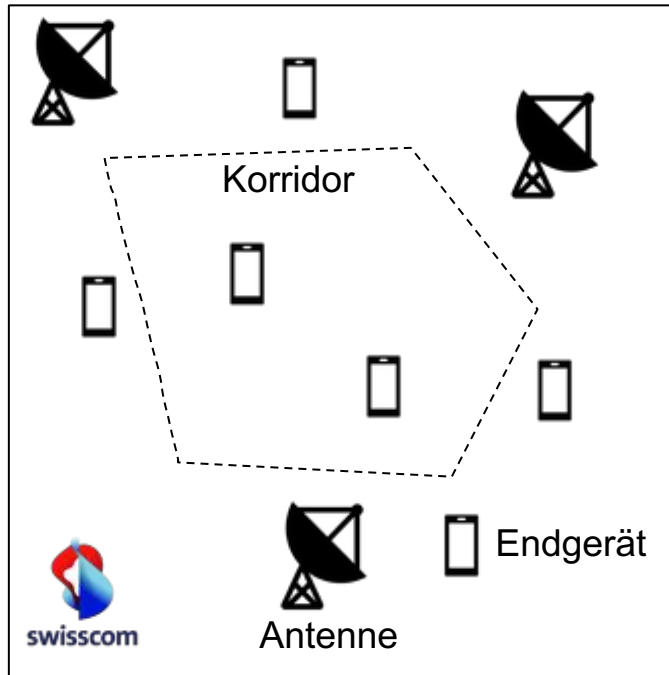
Zielbild Phase 2: Gäste lenken.

- Gäste zu Alternativen informieren.
- Gäste für Zeiten mit geringerer Auslastung motivieren.
- Gegebenenfalls mit Filtermöglichkeiten arbeiten

Konzept wird im Q1 2022 parallel zum Betrieb der Phase 1 ausgearbeitet und der RDK vorgelegt.



Swisscom Lösung.



Historie

Wetterdaten

Ferienkalender

Data Backend

Schnittstelle



1

Real time
Auslastungsdaten

2

Prädiktive
Auslastungsdaten

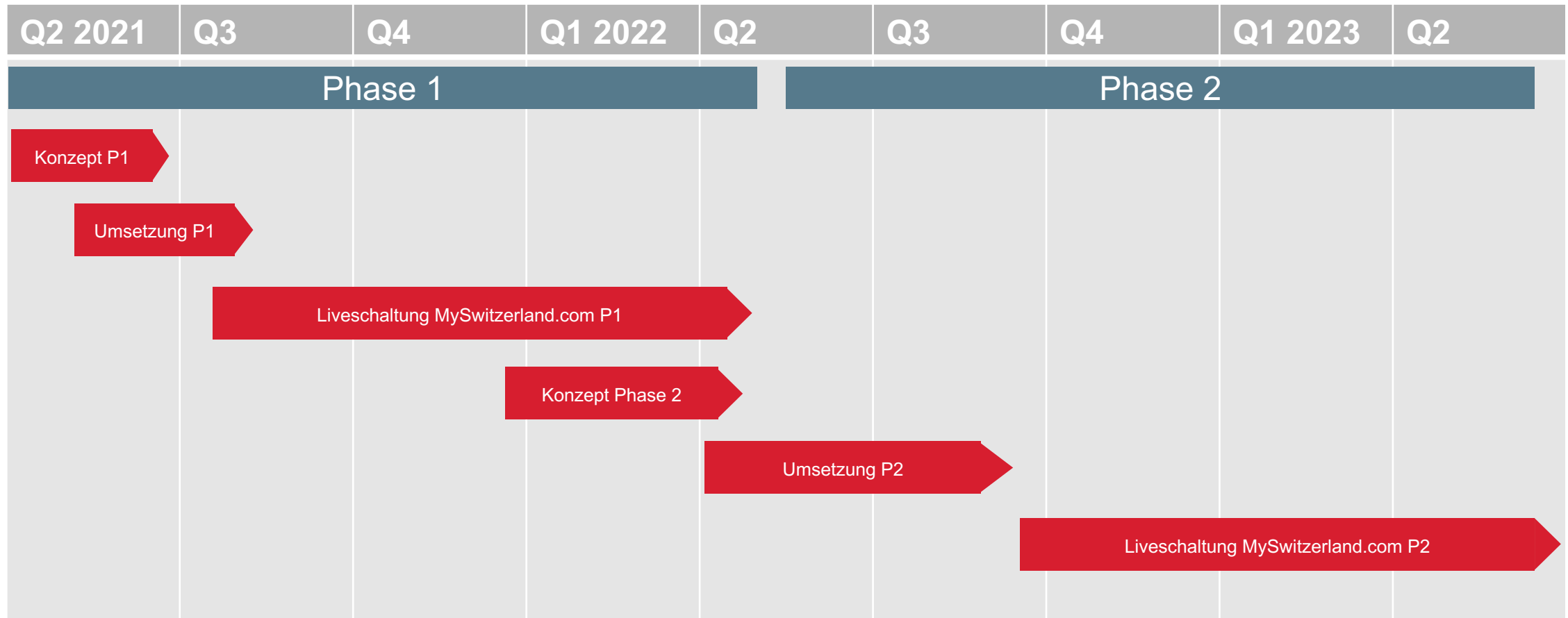


≈ 60% der aktiven Mobilfunkgeräte
in der Schweiz befinden sich im
Swisscom-Netz (inkl. Roaming).

Projektplan. Provisorisch.



Schweiz.





Zusätzliches Potential.

- Auslastungsdaten strukturiert an touristische Partner weitergeben (Open Data).
- Daten nutzen zur Nachfrage-Planung (Staffing, Sicherheit, Organisation, Ressourcen etc.).
- Integration in die Snow Sports App.
- Lenkungserfolg messen.

Nächste Schritte.

VERTRAULICH!



Schweiz.

1. Letter of Intent (LoI) Vorschlag durch Swisscom
2. Austausch RDK
3. Prüfung Vorschlag LoI, ggfls. Adaption und anschliessende Unterzeichnung
4. Entwicklungsstart Phase 1
5. Vertragsverhandlung
 - Läuft parallel zur Entwicklung
 - One time investment, laufende Gebühren
 - Nutzungsbedingungen (Bsp. 3rd parties)
 - Gesamtpackage

Fragen / Diskussion.

Danke. Merci. Grazie. Grazia.



Schweiz.