

**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, 24.09.21

Datum: Freitag, 24. September 2021  
Zeit: 08:30 – 12:10 Uhr  
Ort: Art Deco Hotel Montana, Luzern

Vorsitz: (DC) Damian Constantin, Valais/Wallis Promotion

Anwesend: (AP) Andrea Portmann, Aargau Tourismus  
(DE) Daniel Egloff, Basel Tourismus  
(PB) Pascale Berclaz, BE! Tourismus AG  
(PAM) Pierre-Alain Morard, Union Fribourgeoise du Tourisme  
(AG) Adrien Genier, Genève Tourisme  
(MV) Martin Vincenz, Graubünden Ferien  
(JL) Jérôme Longaretti, Jura & Drei-Seen-Land (ab 14:15)  
(MP) Marcel Perren, Luzern-Vierwaldstättersee Tourismus  
(RM) Rolf Müller, Thurgau Tourismus  
(AT) Angelo Trotta, Ticino Turismo  
(AB) Andreas Banholzer, Vaud Promotion  
  
(MN) Martin Nydegger, Schweiz Tourismus  
(LE) Letizia Elia, Schweiz Tourismus  
(SK) Stefan Künzle, Schweiz Tourismus  
(AE) Alex Herrmann, Schweiz Tourismus (11:00-11:25)  
(PN) Philipp Niederberger, Schweizer Tourismus Verband  
(ML) Maurus Lauber, Swiss Travel System AG  
(JE) Jon Erni, Präsident Genossenschaft discover.swiss

Entschuldigt: (MS) Martin Sturzenegger, Zürich Tourismus

Protokoll: (CM) Christelle Marques, Valais/Wallis Promotion

ZEIT	TRAKTANDUM	ART	REFERENT/IN
08:30 – 12:10	A. Begrüssung, Protokoll & Pendenzen (50')	I	D. Constantin
	B. Recovery Programm 22-23 (50')	I	M. Nydegger / P. Niederberger / D. Constantin
	C. Discover.swiss (20')	I/D	J. Erni
	D. ST Strategie, aktueller Stand (20')	I/D	M. Nydegger
	E. Marktplatz B2B (25')	I/D	A. Herrmann / S. Künzle
	F. Organisatorische Weiterentwicklung ST (10')	I	M. Nydegger
	G. Swisstainable (10')	I	L. Elia
	H. Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit (10')	I	P. Niederberger
	I. Tourismus-Leitlinien STV (5')	I	P. Niederberger
	J. Mitteilungen & Orientierung STS (10')	I	M. Lauber
	K. Diverses & nächste Schritte (5')	I/D	Alle

\*Klassifizierung der Besprechungsthemen in „I“ (Information), „D“ (Diskussion), „E“ (Entscheidung)

# RDK

---

## **A. Einführung**

*Damian Constantin, siehe RDK Folie 1-5*

DC begrüsst die Teilnehmer zu der RDK-Sitzung mit Partnern. Er bedankt MP für den Empfang und die Organisation. Er heisst insbesondere die RDK-Partner willkommen und besonders LE für ihre Rückkehr nach dem Mutterschaftsurlaub. Das Protokoll vom 11.05.21, sowie die Traktanden- und die Pendenzenliste werden einstimmig genehmigt. **(E/alle/24.09.21)**

DC informiert über die verschiedenen Themen die an der internen RDK Sitzung vom 23.09.21 besprochen wurden, insbesondere Leitlinien Tourismus CH, Begleitgruppe Tourismuspolitik, Volksinitiative gerechte Entschädigung im Pandemie Fall, Recovery, ST Strategie und Kommerzialisierung, Gastfreundlichkeitsradar, Projekt Datamanagement, IMBA.

### Datamanagement

MN fragt an, ob die Information Datamanagement (Innotour Antrag) den Partnern zugeschickt werden kann. Dies wird mit dem Protokoll erfolgen. **(A/CM/27.09.21)**

### Saison Bilanz ST

DC gibt den Input seitens RDK wieder, dass der Wunsch besteht, dass die Kommunikation seitens ST betreffend den Saison Bilanzen besser mit den Regionen abgestimmt ist. Betreffend Zeitpunkt möchte ST keine Änderung vornehmen, zumal dies auch auf Anfrage der Medien passiert. LE wird mit dem Medienteam ST koordinieren, dass die RDK die Infos betreffend kontaktierte Partner, Inhalt und Zeitpunkt der Kommunikation vor dem Versand erhalten **(A/LE/01.02.22)** LE schickt die Liste der Partner des Erhebungssampling zur Prüfung an die Regionen.

## **B. Recovery Programm 22-23**

*Martin Nydegger, Philipp Niederberger, Damian Constantin*

MN präsentiert zusammenfassend das Recovery Papier welches der RDK vorgängig zugestellt wurde. Die Hauptzielgruppe dieses Papiers sind die Politiker. Das Papier ist nach 4 Hauptblöcken strukturiert:

- Rückgewinnung ausländische Gäste
- Nachhaltigkeit
- Städte- / Geschäftstourismus
- Entlastung Tourismuspartner

Die Veränderung des Verteilschlüssels von 50%/50% zu 1/3 und 2/3 war nicht die Empfehlung von ST. Der definitive Entscheid punkto der Höhe und Verteilung liegt bei der Politik. DC erwähnt, dass die Partner der Branche einheitlich hinter der 50%/50% stehen und diese auch bei der Politik vertreten werden (Finanzkommission). PN informiert betreffend dem weiteren Vorgehen und ergänzt auch die weiteren Forderungen (Innotour/NRP) welche vom BR an die Politik vorgeschlagen werden. Die Frage wird gestellt, warum das SECO den Verteilschlüssel geändert hat. MN antwortet, dass der Bund (WBF/Seco) seine Unterstützung nicht perpetuieren will. Zusätzlich erwähnt er, dass von den für 2021 gesprochenen Kredite noch 3,8 Mio (davon 1,8 noch geplant und 2 Mio welche noch nicht geplant sind) noch offen sind. ST schickt nächste Woche einen Brief an die Partner, die ihr Guthaben noch nicht eingefordert haben. Gleichzeitig geht eine Kommunikation von ST an die einzelnen Regionen mit Nennung der ausstehenden Partner pro Region mit einer finanziellen Abstufung.

**(A/LE/30.09.21)** Für den anstehenden politischen Entscheidprozess ist es wichtig, zu verstehen warum es noch Guthaben gibt und wie diese erklärt werden. Der STV, ST und die RDK bereiten zusammen eine Argumentation und Antworten auf mögliche Fragen der Politik vor, zwecks des aktiven Lobbyings der Regionen mit dem Ziel einer 50%/50% Aufteilung des Recovery Programm.

**(A/PN-LE-CM/10.10.21)**

Die RDK regt an, dass ST zukünftig transparenter kommuniziert hinsichtlich dem Mecano der Verteilung und den ausstehenden Beträgen. DC ergänzt, dass die RDK als Partner ST zur Seite steht und auch bereit ist, hier unterstützend mit den Partnern aus den Regionen zu kommunizieren.

**(A/LE/30.09.21)**

Die Frage hinsichtlich Timing betreffend Entscheid des Parlaments und der Budgetierung wird gestellt. Budgetierung für die zu erhaltenen Beträge analog 2020 mit ca. 50%.

# RDK

---

## **C. Discover.swiss**

*Jon Erni, siehe RDK Folie 6-12*

Erni nennt die 3 Grundmodule von DiscoverSwiss

- Info Center (Content Hub)
- User Profile
- Marktplatz

Er merkt an, dass der Marktplatz nicht in Konkurrenz zu bestehenden Lösungen sein sollte, sondern Mehrfrequenz für diese generieren soll. Vorteile sieht er zudem in der Integration der API's und der Nutzen in der Verbindung der User Profile. Die Fragen der RDK beziehen sich vor allem auf die Nutzung und Anbindung der Regionen und ihrer Partner, dem Business Modell nach Innoutour (CHF 3.0 Mio) und der Zusammenarbeit von DiscoverSwiss mit bestehenden Anbietern und den Regionen. Gewisse Fragen konnten teilweise beantwortet werden. Es bleibt aber noch ein grosser Erklärungsbedarf auch hinsichtlich des praktischen Mehrwerts für die Regionen und ihre Partner. Die RDK steht DiscoverSwiss für eine weitere Diskussion zur Verfügung, sollte dies gewünscht sein.

## **D. ST Strategie**

*Martin Nydegger, siehe Folie ST 3-13 & Dokument „Strategie und Planung“*

MN stellt kurz den Entwurf der ST Strategie vor für die Periode 22-24. In dieser gibt es unter anderem:

- 10 Zukunftsthemen und Trendradar (STnet.ch/trendradar)
- Wirkung ST in 10 Schritten
- Schwerpunkte 22-24
- Anpassung der KPI's
- 13 Segmente mit Personas

### 1. Trendradar

ST wird den Trendradar an der nächsten RDK Sitzung vorstellen (**A/LE-MN/29.11.21**).

### 2. Kommerzialisierung (Dok, Seite 19)

ST evaluiert die Möglichkeit vermehrt in die Kommerzialisierung (B2C) zu gehen. Dies mit Ziel die Kontakte in der Kommunikation von ST noch besser zu nutzen und die promotionellen Aktivitäten entlang der Wertschöpfungskette bis hin zur Kommerzialisierung auszuweiten. Zurzeit ist ST am Anfang der Evaluation. Es gilt zu definieren, wie ST sich diesbezüglich positionieren möchte und auch wie die Einbindung der Partner berücksichtigt wird. Generell gibt es noch zu viele offene Fragen. Die RDK möchte in einer solchen wichtigen Entscheidung angehört werden und bei der Evaluation aktiv eingebunden sein. Basierend auf der aktuellen Information ist die Position der RDK sehr kritisch, dass ST in die Kommerzialisierung gehen soll. ST wird einen Round Table Ende Jahr initiieren mit verschiedenen Partnern der Branche (**A/MN-LE/10.12.21**). Die RDK regt an, dass bereits vorgängig Gespräche zwischen ST und der RDK zu diesem wichtigen Thema stattfinden, um eine möglichst gleiche Position hierzu zu erlangen. Es wird entschieden, dass ST dies zusammen mit einem Ausschuss der RDK in den nächsten Wochen terminiert und diskutiert (**E/alle/24.09.21**) (**A/MN-LE/30.09.21**). Die Mitglieder des Ausschusses RDK sind DC, MV, MP und der Repräsentant am Round Table ist DC.

### 3. Marketing/Partnermodell

Der Marketingmix und das Partnermodell 2020 haben Gültigkeit für die Zukunft und bleiben unverändert.

### 4. Märktebearbeitung

MN informiert betreffend dem Märktmix mit ca. 45% Binnenmarkt, 35% Nahmärkte und 20% Fernmärkte. ST teilt ein Argumentarium für die Marktbearbeitung insbesondere mit Hinblick auf die Fernmärkte und die Thematik Nachhaltigkeit mit der RDK. (**A/MN/30.09.21**)

Im Rahmen der Wirkungsmessung Nachhaltigkeit wird LE in Abstimmung mit PN an der nächsten Sitzung einen Vorschlag als Diskussionsbasis machen. Dies unter Berücksichtigung von bestehenden Messgrössen wie z.B. GDSI. (**A/LE-PN/29.11.21**). PN präzisiert, dass die Definition und Überwachung Wirkungsmessung eine wichtige Aufgabe des zukünftigen Kompetenzzentrums Nachhaltigkeit beim STV sein könnte.

# RDK

---

## **E. Marktplatz B2B**

*Alex Herrmann & Stefan Künzle, siehe Folie ST 74 – 84 & MySPro 1-18*

AH und SK stellen den von ST konzipierten digitalen Marktplatz vor, welcher nicht im eigentlichen Sinne ein Marktplatz (keine Kommerzialisierung) sondern ein digitaler Treffpunkt ist. Damit keine Missverständnisse entstehen, wurde das Projekt in mySwitzerlandPro umgenannt.

Zielsetzungen mySwitzerlandPro

- Digitaler Treffpunkt mit 3 prioritären ZG: TO's, Schweizer Tourismusindustrie, Key Account Management.

Plattform aufgeteilt in 3 Gruppen

- Aktivitäten
- Transport
- Beherbergung
- Verbindung der Buyers und Suppliers = geschlossenes System

Projekt Status

- STM mit einer Beta Version
- Rolle der Regionen - quality check und facilitation

Feedback RDK

- Stoß Richtung sehr gut
- Venue Finder im SCIB Bereich, Synergien nutzen. Die Regionen mitberücksichtigen bei der Erfassung der Angebote und Prüfung der Nutzung für die Regionen
- Daten Abzug via API von mySwitzerland

Nächste Schritte

- Weitere info an STM 11.10.21

## **F. Organisatorische Weiterentwicklung**

*Martin Nydegger, siehe Folie ST 14 -73*

MN stellt kurz die organisatorische Weiterentwicklung von ST vor. Die Vision ist es die « Beste nationale Tourismusorganisation der Welt » zu sein. Es gibt 7 Bereiche in welchem Veränderungen anstehen. Nachfolgend die wichtigsten Veränderungen. Neu werden die Märkte mit einer Co-Marktleitung (Ost/West) besetzt. Die Ausschreibung Head of Market East erfolgt am 24.9. Folgende 3 Märktekategorien gelten

- Prio-Markt
- Aktiv-Märkte
- Satelliten

Das Marketing wird neu eine disziplinarische Aufteilung mit 5 units haben.

- Campaigns
- Content und Partner Marketing
- Media
- Accomodation and Gastronomy
- Productions

Auch beim Events wird es Veränderungen geben mit neu 3 Bereichen unter der Führung von LE.

- Mkt/Production
- Touristic Partnership
- Market Services

## **G. Swisstainable**

*Letizia Elia, siehe Folie ST 85-109*

Kurze Präsentation seitens LE mit Status betreffend dem Projekt Swisstainable. Es ist wichtig, dass die Regionen auch weiterhin ihre Partner zu Swisstainable sensibilisieren (**A/RDK/30.12.21**). Per Ende 2021 ist der Übergang in das neue Kompetenzzentrum beim STV geplant. Das Kampagnenmanagement bleibt bei ST. Aus dem Recovery werden auch weiterhin Leuchtturmprojekte geplant und finanziert wie z.B. Sommer GA, Herbst Pärke, usw.

# RDK

---

## Aktueller Stand

- Es fehlen noch level 3 Partner.
- Aktuell viele Betriebe aus der Hotellerie. Hier sollte ein besserer Mix erreicht werden mit zusätzlichen Unternehmen entlang der touristischen Dienstleistungskette.

## Update Marketing

- Mit Swisstainable werden alle relevanten Themen kommuniziert.

## Übergabe an STV

- Per Januar 2022

## **H. Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit STV**

*Philipp Niederberger, Folie STV Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit STV 1-9*

PN gibt eine ergänzende Information zu folgenden Themen. Die meisten Inputs wurden bereits bei der Diskussion der Themenblöcke ST durch PN ergänzt.

Das Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit beim STV wird ab Januar 2022 operativ mit ca. 200-300 Stellenprozenten. Die Finanzierung wird via Innotour und Beiträgen aus der Branche sichergestellt. Zu den Aufgaben des Kompetenzzentrums gehören unter anderem die Integration von Swisstainable, der SDG Tourismus Dialog. Die Aufgaben des Kompetenzzentrums sind folgendes:

- Das Nachhaltigkeitsprogramm des Schweizer Tourismus (Swisstainable) langfristig führen und weiterentwickeln.
- Den Schweizer SDG Tourismus-Dialog weiterführen und die Community vernetzen.
- Die Nachhaltigkeit im Tourismus messen und reporten.
- Die Schnittstelle zu anderen relevanten Sektoren und Wissenschaft sicherstellen.
- Synergien schaffen und den Wissenstransfer gewährleisten.

## **I. Tourismus-Leitlinien STV**

*Philipp Niederberger, Tourismus-Leitlinien STV Folie 1-2*

PN informiert kurz zu den Tourismus-Leitlinien des STV. Es war nicht einfach hier einen branchenübergreifenden Consens zu finden. Es ist nun das Ziel, diese Leitlinien intern in der Branche zu verankern, damit diese in der regionalen Strategie Entwicklung berücksichtigt werden.

## **J. Mitteilungen Swiss Travel System**

*Maurus Lauber, Folie Update STS 1-8*

ML stellt die vier Bereiche von STS vor welche in der neu erarbeiteten Strategie definiert wurden.

- Partner Coordination
- Marketing Coordination
- Produktion
- Marktmanagement

Für die Marktbearbeitung wurden Personas entlang der customer journey festgelegt. Es gibt insgesamt 50 Personas verteilt auf die verschiedenen Märkte (Prio Märkte 3-max 5 Personas / 1-3 in den sekundären Märkten).

## **K. Diverses & nächste Schritte**

Es wurden keine weiteren Punkte eingebracht. DC dankt den Teilnehmern für die aktive Diskussion. Die nächste RDK-Sitzung findet am 29. November 2021 in Bern statt. Die nächste Strategiesitzung findet im Tessin statt.

27. September 2021

# RDK

## L. Pendenzenliste:

Thema	Wer	Wann	Status
2. Tranche Recovery Programm			
- Verteilung und ausstehenden Beträgen an den Regionen kommunizieren	LE	30.09.21	Laufend
- Vorbereitung ein „Wording“ inklusive Fragen & Antworten für die Regionen	PN/LE/CM/DC	10.10.21	Laufend
- Update anlässlich RDK-Sitzung	PN/MN/DC	29.11.21	laufend
Kommerzialisierung			
- ST terminiert und diskutiert der Kommerzialisierung zusammen mit einen Ausschuss der RDK	MN/LE DC, MV, MP	30.09.21	Laufend
- Round Table organisiert bei ST mit Teilnahme DC	MN/LE/DC	10.12.21	Laufend
Märktebearbeitung			
- Argumentarium für die Marktbearbeitung insbesondere mit Hinblick auf die Fernmärkte und die Thematik Nachhaltigkeit mit der RDK teilen	MN	30.09.21	Laufend
mySwitzerland PRO			
- Update anlässlich RDK-Sitzung	SK / AH	29.11.21	Laufend
Trendradar ST			
- Präsentation anlässlich RDK-Sitzung	LE	29.11.21	Laufend
Nachhaltigkeit			
- Regelmässige Prüfung der teilnehmenden Betriebe und Partnerakquisition	RDK	Laufend	Laufend
- Vorschlag Messgrössen Kriterien	LE/PN	10.11.21	Laufend
- Update anlässlich RDK-Sitzung	LE/PN	29.11.21	laufend
Statistiken			
- Projektziele & Informationen mit ST teilen	CM	27.09.21	erledigt
- Update anlässlich RDK-Sitzung	AB	29.11.21	laufend
Gastfreundlichkeits-Radar			
- Update anlässlich RDK-Sitzung	PB	29.11.21	Laufend
Gästelenkung			
- Überprüfung der verschiedenen Fragen	SK/VG	10.11.21	Laufend
- Update anlässlich RDK-Sitzung	VG	29.11.21	laufend
Gratis Gepäcktransport SBB			
- Studiums von ST	UE	10.11.21	Laufend
- Update anlässlich RDK-Sitzung	UE	29.11.21	Laufend