

# RDK

**KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ  
CONFÉRENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME RÉGIONAUX DE SUISSE  
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO  
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIONALS SVIZZERS DAL TURISSEM**

**INTERNE RDK SITZUNG,  
29. NOVEMBER 2021**



# TRAKTANDEN

---

- A. Begrüssung & Informationen des Präsidenten
- B. Vorbereitung Inputs der RDK zu ST-Themen
- C. Informationen VSTM
- D. Projektstand Statistiken
- E. Projektstand Gastfreundlichkeits-Radar
- F. Projektstand Swiss Surprise Tours Travelise
- G. Strategie Luzern Tourismus
- H. Geschäftstourismus / Städtetourismus
- I. „Round Table“ & Erfahrungsaustausch
- J. SBB Daten
- K. Diverses & nächste Schritte

# A. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN

---

## Genehmigung Protokoll

- Sitzung vom 23.-24.09.21

## Pendenzenliste

1. Recovery Programm 22-23
2. Nachhaltigkeit
3. Statistiken
4. Gastfreundlichkeits-Radar
5. Swiss Surprise Tours Travelise
6. Geschäftstourismus / Städtetourismus
7. Strategie Luzern Tourismus
8. Gästelenkung ST
9. Gratis Gepäcktransport SBB/ST
10. Kommerzialisierung ST
11. IMBA (Feb 22)
12. Webseite RDK (Feb 22)
13. Grand Tour of Switzerland (Mai 22)
14. Struktur/Aufwand Sekretariat (Mai 22)

# A. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN

---

## **Covid-Gesetz**

- Abstimmungsergebnis

## **Covid-Pass**

- Update PN am Nachmittag

## **Recovery Plan 22-23**

- Update PN am Nachmittag
- Finanzkommissionen einstimmig für die Variante 50/50
- Im Optimalfall ist das Budget bereits am 1.12.21 durch.
- Möglicherweise festhält den Bundesrat an seinem Vorschlag 2/3 / 1/3 => Rat eine Abstimmung in Ratsplenum
- Mitglieder der RDK: Lobbying mit den kantonalen politischen Vertretern.

# A. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN

---

## **STV Ausschuss- & Vorstandssitzungen vom 26. und 29. Oktober 2021.**

- Budget 2022.
- Ausschuss- und Vorstands-Organisation
- Datenerhebung: Stand der Dinge RDK
- Tourismuspolitik
  - Recovery Programm: Stand der Dinge
  - Zertifikatsumwandlung für Gäste aus Drittstaaten: Stand der Dinge
  - Tourismus-Komitee Covid-Gesetz II: Update
- Arbeitsgruppe Qualität
  - Q-Programm per Ende 2022 einstellen. Der STV setzt als Dachorganisation die Qualitätssicherung fort.
  - Brainstorming, SWOT-Analyse. Weiteres Vorgehen: Inventar der Qualitätsförderungsmassnahmen in den Branchen; Potentialidentifikation mit Fokus Servicequalität; Verantwortlichkeiten klären.
- Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit
  - Swisstainable: weiteres Vorgehen & Finanzierung.
  - Innotour-Gesuch: Verabschiedung und Finanzierung
- Nächste STV-Sitzung: 20.-21. Januar 2022 (Retraite)

# A. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN

---

## ST Vorstandssitzung vom 11. November 2021

- Überblick Aktivitäten Herbst, Winter und Märkteaktivitäten zur Kenntnisnahme des Vorstandes.
- Recovery Plan inkl. Marktopportunitäten.
- ST-Strategie 2022-24:
  - Ablösung des bisherigen Begriffs „4-Wheel-Drive“ durch “Marketing-Mix“ mit den neu definierten Disziplinen.
  - Wünsche an die Branche: Flexibilität, Convenience, Kreativität, Datennutzung und „mit Stil die Herzen erobern“.
  - Neu gesetzte KPIs im Bereich Partnerschaften.
- Budget 2022.
- Finanzierung 2024-27
- Wahl Märkteleiter Ost: Simon Bosshart.
- Nächste Vorstandssitzung ST: 10.03.2022

# A. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN

---

SECO Tourismusforum vom 25. November 2021

# A. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN

---

## Parlamentarier Frühstück vom 30. November 2021

- Wie begegnet die Branche dieser Herausforderung?
  - Städten-Regionen weniger betroffen
  - Saisonabhängigkeit des Tourismus verstärkt des Problems in den Alpenen Regionen.
  - Enorm Aufwand im Recruiting.
  - Weniger Arbeitskräfte aus dem Ausland.
- Welche Lösungen hat sie bereit?
  - Ausbildung & Junge motivieren
  - Höhere Löhne
  - Job sharing
  - Automatisieren von Abläufen
  - Chatbots, Ruhetage in den Bergrestaurants
  - Schliessung oder begrenzte Öffnung den Hotels/Restaurants
- Und wo kann die Politik unterstützen?

# A. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN

---

## Organisatorisches RDK.

- Rechnungsrevisoren
  - Rolf Müller
  - Ab November 2021: Pierre-Alain Morard (vorgängig Andrea Portmann)
- Kassier
  - Bis Ende 2021: Andreas Banholzer
  - Ab Januar 2022: Marcel Perren (Vorschlag den Präsidenten)
- Vorstand VSTM
  - Bis Ende 2021: Andreas Banholzer
  - Ab Januar 2022: Vertreter der RDK im Ausschuss der VSTM: Pascale Berclaz (Vorschlag den Präsidenten)
- Projekt Datenerhebung
  - Bis Ende 2021: Andreas Banholzer
  - Referent der RDK: Pierre-Alain Morard (Vorschlag den Präsidenten)
- Projekt Webseite der RDK
  - Christelle in Zusammenarbeit mit externen Firmen (Web & Content) (Vorschlag den Präsidenten)

# A. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN

---

## Webseite RDK.

- Terminplanung
  - Dezember - Januar: Pflichtenheft vorbereiten
  - 03.02.22 : Genehmigung der Pflichtenheft anlässlich der RDK Sitzung
  - März/April: Vorschlag eines Konzepts & technische Lösung inkl. Kostenevaluation
  - 17.05.22: Genehmigung der Implementierung inkl. Finanzierung anlässlich der RDK Sitzung
  - Juni 22 : Content Sammlung
  - Juli 22: Content Bearbeitung & Übersetzung
  - August 22 : Entwicklung Plattform, Test, Anpassungen, Erstellung definitive Version
  - 01.09.22: Inbetriebnahme der Plattform

# **B. INPUTS DER RDK ZU ST-THEMEN**

---

**Recovery Programm 22-23**

**Kommerzialisierung**

**Swisstainable**

**Gästelenkung**

**Gratis Gepäcktransport SBB**

**TMS**

# C. INFORMATIONEN VSTM

---

(Verantwortung : Andreas Banholzer)

## Informationen & Mitteilungen aus dem VSTM

- VSTM Managementseminar 2021, Schaffhausen
  - Kultur
  - Destinationsentwicklung (Digitalisierung)
- VSTM Managementseminar 2022, Lugano

# D. STATISTIKEN

---

(Projektverantwortung: Andreas Banholzer)

## Projektstand „Modell der zukünftigen Datenerhebung und Nutzung im Tourismusland Schweiz“

- 01.10.2021 Hochfahren der Projektorganisation für Umsetzung Schritt 1
- 04.10.2021 De-Briefing Workshop Datenerhebung RDK
- 07.10.2021 Abstimmung/Definition umfangreicher Fragenkatalog
- 20.10.2021 Aufbau Projektnetzwerk, Zusammenstellen der Ansprechgruppen
- 30.10.2021 Erstellen des Interview-Fahrplans
- 15.11.2021 Vereinbarung Termine für explorative Interviews

## Nächste Schritte

- Bis Mitte Januar: Interviews gemäss Arbeitsschritt 1
- Identifikation länder- und branchenübergreifender Best Practices

# E. PROJEKTSTAND

## GASTFREUNDLICHKEITS-RADAR

---

(Projektverantwortung: Pascale Berclaz)

### Erwarteter Projektoutput

- Die sprachlichen Äusserungen der Gäste werden automatisch für einzelne Leistungsträger in einer Destination zu IQ-Scores umgerechnet. Dann für Leistungsträger-Gruppen und auf Destinationsebene zusammengefasst. Ein Dashboard mit aktuellsten Zahlen zur IQ wird helfen, das touristische Angebot stetig zu verbessern. Ausserdem könnte so ein Benchmarking zwischen Destinationen aufgebaut werden.

### Klärungsbedarf

- Rechtliche Frage der legalen Datenspeicherung ist vertiefter zu klären
- Geschäftepotenzial für eine operative Umsetzung genauer zu definieren.
- Technische Partnerschaft (aktuell BFH) über die gesamte Projektdauer sicherzustellen.

# E. PROJEKTSTAND

## GASTFREUNDLICHKEITS-RADAR

---

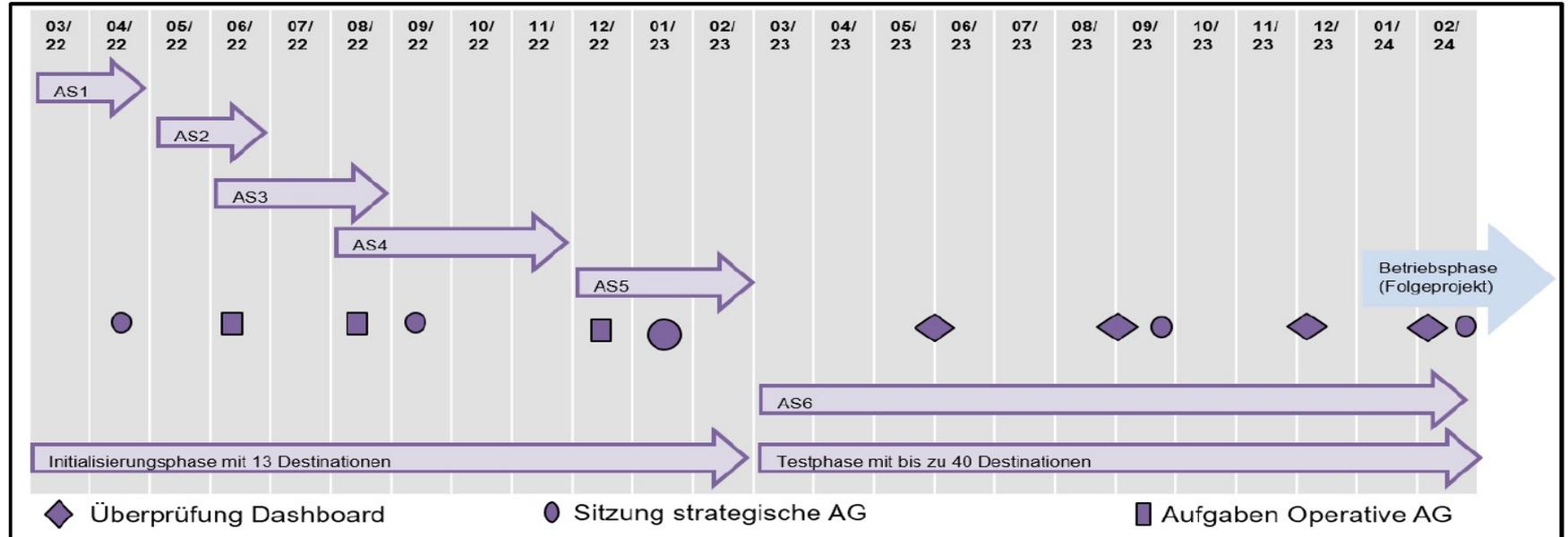
### Ressourcen & Projektträgerschaft

- Längerfristige Zusammenarbeitsmodelle mit dem STV diskutiert und sondiert. Den verlangten Detaillierungsgrad kann das Projekt erst nach der Initialisierungs- und Testphase bieten. Der STV scheidet daher als möglicher Projektträger aus. Denkbare wäre eine Kooperation mit dem STV ab der Betriebsphase (Phase 3) und benötigt erneut Gespräche.
- Eine Eingabe der RDK für die Entwicklung (Initialisierungs- und Testphase) bei Innotour wird angestrebt.
- Projektkosten: ca. CHF 200'000, davon CHF 100'000 Innotour. Die RDK würde sich mit einem Betrag von CHF 65'000 finanziell beteiligen (5'000/Region). Zusätzlich wurden 26 Arbeitstage über 2 Jahre (2/Region) durch die RDK zur Verfügung gestellt. Cred-T beteiligt sich zudem mit CHF 5000 finanziellen Eigenleistung und der gesamten Projektentwicklung.

# E. PROJEKTSTAND

## GASTFREUNDLICHKEITS-RADAR

### Vorgehen



# F. SWISS SURPRISE TOURS - TRAVELISE

---

## Konsortium 2021-2023 der Partner-Regionen

- Verabschiedung des Innotour-Antrags am 10. November 2021.
- Finanzierungshilfe Innotour: 650'000 (anstatt 850'000)
- Projekt ebenfalls bestätigt.
- Das Konsortium tritt in Kraft mit dem Entscheid des SECO.

## Nächste Schritte

- Swiss Surprise Tour Vaud in Bearbeitung.
- Planung 2021-2023: wird bis Januar bekannt gegeben



# G. TOURISMUSVISION LUZERN

(Marcel Perren)



## Tourismusvision Stadt Luzern

RDK-Meeting 29.11.2021 in Bern

## DMO – Strategie LTAG

### Aktionäre

- Businessplan 2021 – 2024
- Aktionärsbeiträge

### Stadt Luzern

- Tourismusvision 2030
- Leistungsvereinbarung

### Kanton Luzern

- Tourismusleitbild
- Leistungsvereinbarung

### Erlebnisregion Luzern- Vierwaldstättersee

- LUV-Visionsprozess 2030
- Leistungsvereinbarungen

## Zentrale Werte

- **Inspirierende Rahmenbedingungen für Tourismusakteure:**  
Die Stadt schafft die Voraussetzungen für ein kreatives, innovatives, qualitäts- und umweltbewusstes Handeln der Tourismusakteure.
- **Breite Abstützung in der Bevölkerung:**  
Der Tourismus steht im Einklang mit den Bedürfnissen der Bevölkerung und weist eine hohe Akzeptanz auf.
- **Nachhaltigkeit:**  
Die Vermarktung und das Management des Tourismus berücksichtigen wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Ziele: Der ökologische Fussabdruck soll insgesamt und pro Gast sinken.
- **Stabilität und Veränderungsbereitschaft:**  
Vielseitige und vielfältige Angebote für einen breiten Kundenkreis fördern die Robustheit und Flexibilität und vermindern Abhängigkeiten.
- **Effiziente Abwicklung der Gästeströme:**  
Die Steuerung der Gruppen vermeidet lokale Überlastungen.
- **Faire Verteilung von Kosten und Nutzen des Tourismus:**  
Einseitige Belastungen und einseitiges Nutzniessertum werden vermieden.

## Leitlinien

<b>Volumina der Tourismusströme</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Kein Wachstum der Tourismusströme in der Stadt Luzern</li><li>▪ Reduktion der Spitzenwerte an Tagestouristen</li></ul>
<b>Gästemix und Verhalten</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Reduktion Anteil Gruppentourismus (Kurzzeitaufenthalter)</li><li>▪ Steigerung Anteil FIT, insbesondere aus der Schweiz und Europa (Kultur, Einkauf und Freizeit)</li><li>▪ Steigerung Anteil Kongresstourismus (MICE)</li><li>▪ Steigerung Anteil Kulturtourismus und Nutzung der kulturellen Angebote von Gäste</li><li>▪ Anteil Luxus-Tourismus halten</li><li>▪ Steigerung der Wertschöpfung pro Gast</li><li>▪ Erhöhung der Anzahl Wiederholungsgäste</li><li>▪ Erhöhung der Aufenthaltsdauer</li><li>▪ Weniger Aktivitäten in Fernmärkten, mehr Aktivitäten in Europa</li><li>▪ Zufriedenheit der Gäste: Hohe Zufriedenheit mit dem Aufenthalt in Luzern</li></ul>
<b>Abwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Glättung Nachfragespitzen (Jahresgang, Tagesgang) und Ausrichtung auf die Kapazitäten der vorhandenen Infrastruktur</li></ul>

## Leitlinien

<b>Angebote</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Digitale Angebote im Tourismus</li><li>▪ Zusätzliche Aktivitäten der Stadt mit den Tourismusakteuren im Bereich Förderung Kreativität/Innovation</li><li>▪ Neue Angebote im Bereich Kultur und Jugend mit Potenzialen für den Tourismus</li></ul>
<b>Akzeptanz</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Akzeptanz Zufriedenheit Bevölkerung (regelmässige Befragung)</li><li>▪ Zusätzliche Aktivitäten der Stadt mit den Tourismusakteuren im Bereich Sensibilisierung und Förderung Tourismusbewusstsein</li></ul>
<b>Mobilität und Umwelt</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Verringerung der Klimabelastung insgesamt und pro Gast</li><li>▪ Neue Tourismus-Angebote mit Umweltbezug (z. B. ÖV-Karte)</li><li>▪ Verringerung Anteil Reisende mit Flugzeug</li><li>▪ Steigerung des Anteils Touristen mit Anreise ÖV</li><li>▪ Erhöhung Anteil klimakompensierte Reisen</li><li>▪ Aktivitäten zur Reduktion des Abfalls, Förderung von regionalen Produkten, Reduktion Food Waste</li></ul>

## Massnahmenpakete

<b>Tourismusmanagement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Monitoring der Leitlinien und Orientierungswerte</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Vorgaben LTAG (Leistungsvereinbarung und Verwendung Tourismusabgaben)</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Umgang mit Kurzzeitvermietungen</li></ul>
<b>Unterstützung Angebote und Veranstaltungen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Unterstützung von Angeboten, Räume für Kreativität und Innovation, hoher Stellenwert Kultur, mehr Nutzen für Einheimische</li></ul>
<b>Car-Management</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Erarbeiten eines Carregimes (PP, Zufahrten, Preise etc.)</li><li>▪ Interventionsmöglichkeiten bzw. -zyklus</li></ul>
<b>Öffentlicher Raum und Umwelt</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aufwertung des öffentlichen Raums (Ausstattung, Signaletik, Gestaltung, Aufenthaltsqualität)</li><li>▪ Verringerung des ökologischen Fussabdrucks der Touristenströme</li></ul>
<b>Stadtmarketing</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Schaffung von Synergien zwischen Standort- und Tourismusmarketing</li></ul>
<b>Dialog und Sensibilisierung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Kontinuierlicher Dialog Politik-Tourismusakteure-Bevölkerung</li><li>▪ Schaffung von Akzeptanz und gegenseitigem Verständnis</li></ul>

## Lenkungsmöglichkeiten

<b>Steuerung der Besuchernachfrage</b>	<b>Lenkung der Besucherflüsse vor Ort</b>	<b>Massnahmen in Bezug auf die Bevölkerung</b>
Segmentierung und De-Marketing	Besucherflussmanagement	Sensibilisierungskampagnen
Angebotsentwicklung	Zeitliche Lenkung	Schaffung von Begegnungsorten
Saisonale Anreize	Regulierungen und finanzielle Anreize	Identität stärken

## Erkenntnisse

- Politik & Bevölkerung wollen mehr Einfluss auf die Tourismusentwicklung nehmen
- Effektiver Handlungsspielraum der Politik ist relativ klein
- Tourismusakteure müssen die Vision aktiv unterstützen
- Gute Balance ist wichtig – aber herausfordernd
- Willkommenskultur ist ein zentraler und wichtiger Wert
- Prozess ist wichtig – Resultate entsprechen den Erwartungen

# H. GESCHÄFTS- & STÄDTETOURISMUS

---

(Daniel Egloff, Martin Sturzenegger, Adrien Grenier.)

# I. ROUND TABLE

---



# J. SBB DATEN



## Portfolio Erreichbarkeit SBB

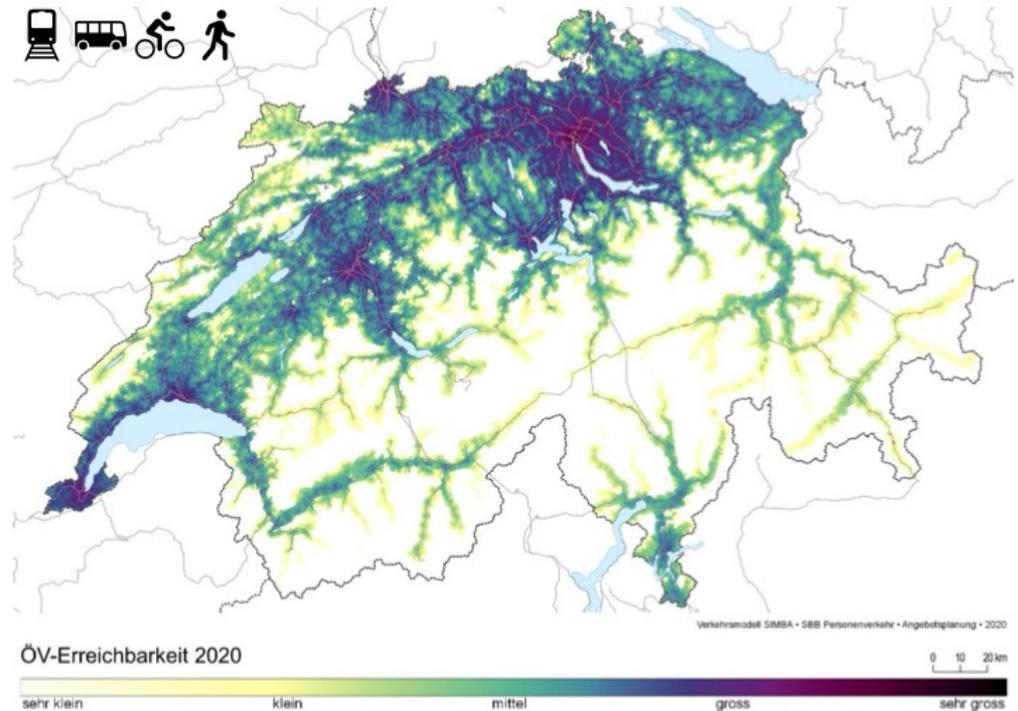
Kevin Lang | [kevin.lang@sbb.ch](mailto:kevin.lang@sbb.ch)  
Bern, 29. November 2021

# Erreichbarkeit: Definition und Anwendungsmöglichkeiten

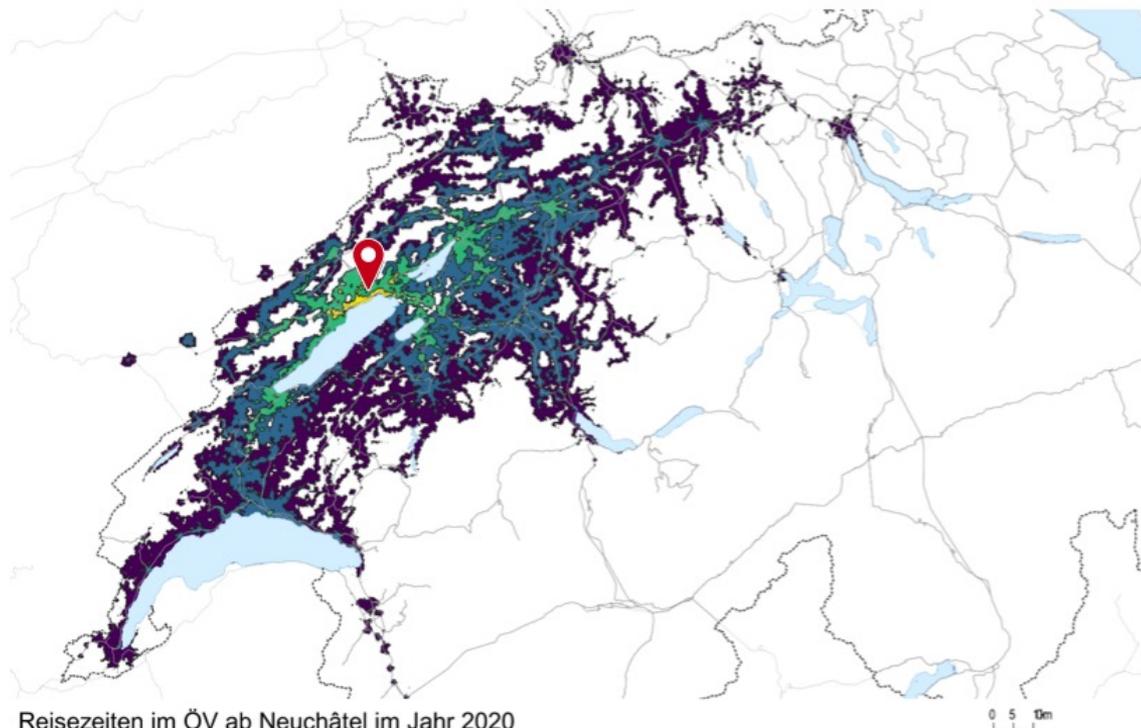
Verknüpft Raumdaten  
mit dem Verkehrsangebot.

Stellt die Attraktivität eines Orts dar.

Etablierte Methodik beim  
Personenverkehr SBB.



# Reisezeit: Visualisierung und Vergleich



Reisezeiten im ÖV ab Neuchâtel im Jahr 2020

Reisezeit in Minuten  
 30 60 90 120

Verkehrsmittelmodell SIMBA • SBB Personenverkehr • Angebotsplanung • 2021



Reisezeit



Zürich

120min

100min

Bern

60min

80min

## Anwendungsmöglichkeiten:

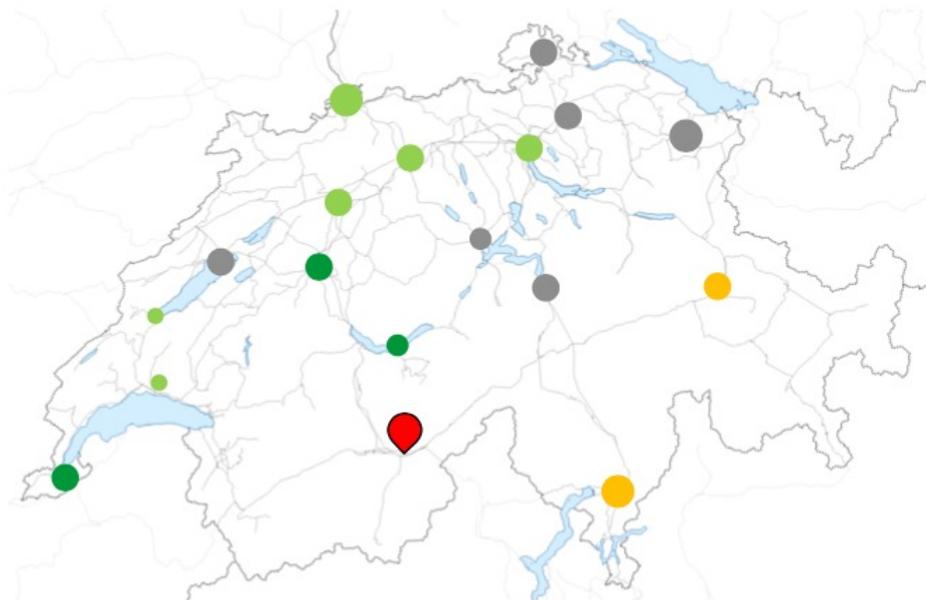
- Wie lange dauert die Anreise per ÖV/Auto?
- Welche Orte sind besser mit dem ÖV oder dem Auto erreichbar?
- Wie sieht das „Einzugsgebiet“ aus?

Kundeninformation

Marketing

Analyse

# Umweltauswirkungen: Visualisierung und Vergleich



## Vergleich der Anreise mit der Bahn ggü. dem Auto

- Einiges schneller (>30 min)
- Etwas schneller (>15 min)
- Gleich schnell
- Etwas langsamer (>15 min)
- Einiges langsamer (>30 min)

## Eingespartes CO<sub>2</sub>

- >50 kg
- 25 – 50kg
- 0 – 25kg



## Reisezeiten und Nachhaltigkeit



Zürich

120min

100min

-39kg

Bern

60min

80min

-18kg

## Anwendungsmöglichkeiten:

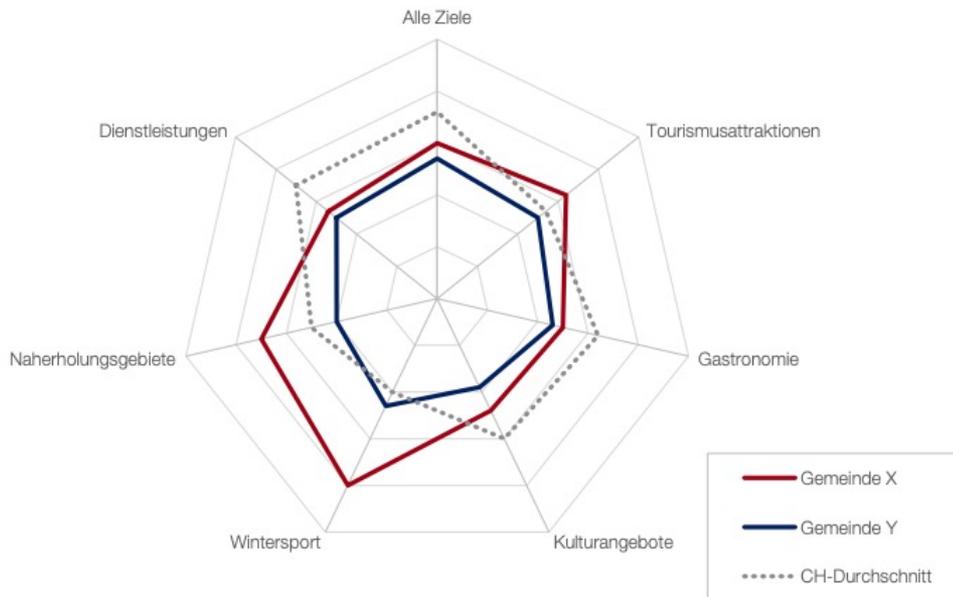
- Wie attraktiv ist die Anreise mit dem ÖV?
- Wie sehen die Umweltauswirkungen aus?
- An welchen Orten können umweltbewusste Kunden erreicht werden?

Kundeninformation

Marketing

Analyse

# Möglichkeiten vor Ort: Quantifizierung



## Möglichkeiten in der Umgebung



5min

10

15

15

5

15min

20

25

20

10

### Anwendungsmöglichkeiten:

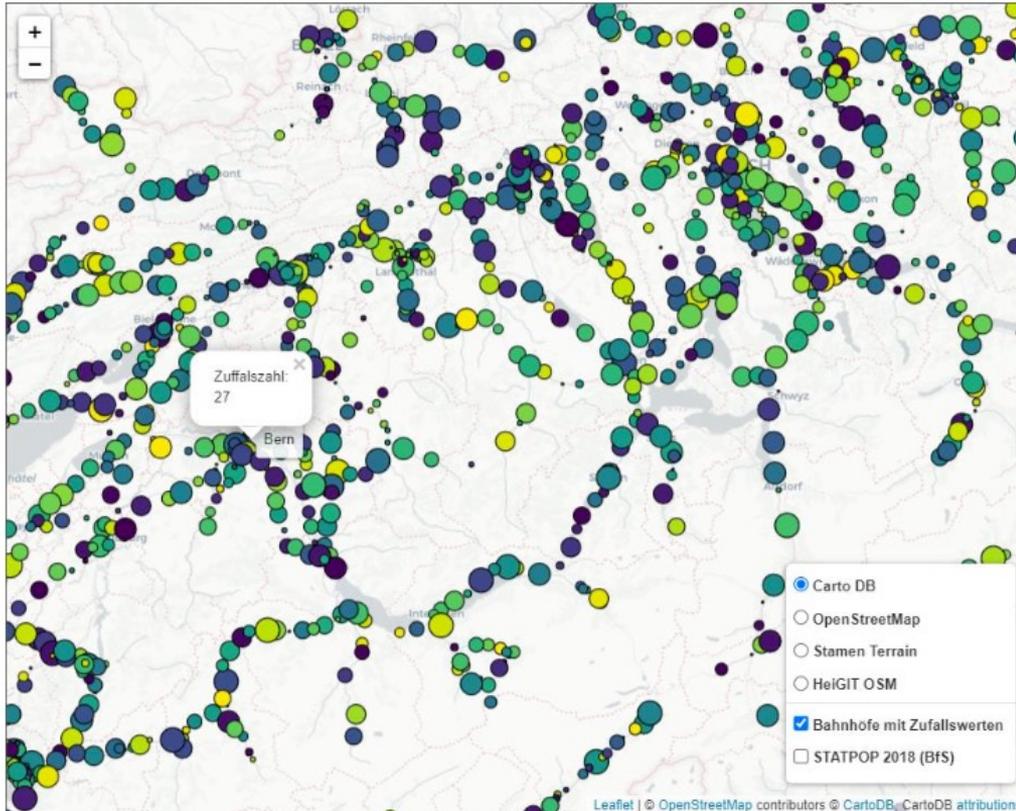
- USP quantifiziert darstellen
- Was erwartet mich vor Ort?
- Wie viele Restaurants habe ich in der Nähe?

Kundeninformation

Marketing

Analyse

# Interaktive Webkarte (in CMS einbindbar)



## Anwendungsmöglichkeiten:

- Kunden können Daten selbstständig entdecken
- Eine grosse Menge an Daten einfach darstellen.

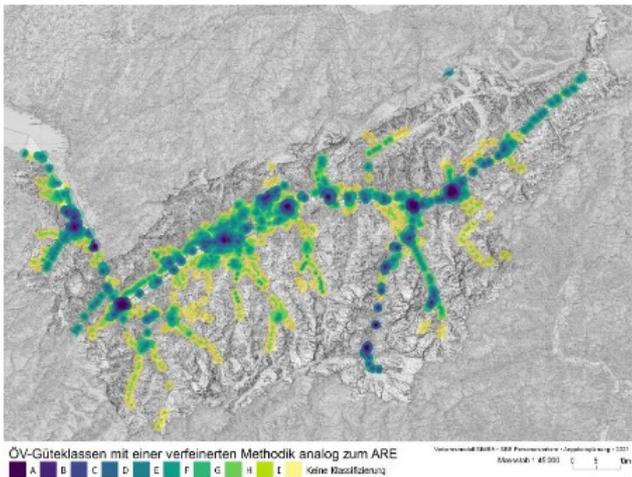
Kundeninformation

Marketing

Analyse

# Was wurde an Valais/Wallis Promotion geliefert?

Waldstelle	Beide des Halbes	Kanton	Erreichbarkeit M	Erreichbarkeit F	Ver-Nachteil ÖV gsk, MW fsk	Ver-Nachteil ÖV gsk, MIV fsk
Waldstelle 1	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 2	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 3	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 4	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 5	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 6	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 7	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 8	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 9	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 10	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 11	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 12	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 13	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 14	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 15	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 16	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 17	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 18	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 19	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 20	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 21	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 22	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 23	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 24	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 25	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 26	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 27	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 28	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 29	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 30	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 31	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 32	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 33	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 34	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 35	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 36	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 37	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 38	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 39	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 40	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 41	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 42	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 43	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 44	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 45	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 46	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 47	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 48	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 49	1000	Valais	1000	1000	0	0
Waldstelle 50	1000	Valais	1000	1000	0	0



Berechnung der Halbesleistungskategorie

Kategorie	Barverden	Bühelweid	Bühelweid	Bühelweid	Andere
1-5 m (12 Füllhöhe)	1	1	2	3	10
6-9 m (12 Füllhöhe und 10 Füllhöhe)	1	2	3	4	10
10-15 m (6 Füllhöhe und 10 Füllhöhe)	2	3	4	6	10
16-20 m (5 Füllhöhe und 10 Füllhöhe)	3	4	6	6	10
21-40 m (1 Füllhöhe und 10 Füllhöhe)	4	5	8	7	10
41-100 m (1 Füllhöhe und 10 Füllhöhe)	6	6	7	6	10
>100 m (1 Füllhöhe 20)	6	7	6	6	10

Berechnung der Güteklasse

Kategorie	100m	300-500m	500-750m	750-1000m
1	A	A	B	C
2	A	B	C	D
3	B	C	D	E
4	C	D	E	F
5	D	E	F	G
6	E	F	G	H
7	C	G	H	I
8	G	H	I	I
9	H	I	I	I
10	-	-	-	-

Vergleich der Erreichbarkeit mit dem ÖV und dem MIV an ausgewählten Orten im Kanton.

Verfeinerte Berechnung der ÖV-Güteklassen im Kanton (analog zur Methodik des ARE).

# Abschätzung der Kosten für die Datenlieferung

Produkt	Format	Preis
Aufbereitung der Daten und Plausibilisierung		300 CHF pauschal
Erreichbarkeit: Vergleich ÖV und MIV	Tabelle	Bis 5 Orte/Haltestellen: 150 CHF Bis 20 Orte/Haltestellen: 300 CHF Bis 100 Orte/Haltestellen: 600 CHF
Erreichbarkeit: Anzahl Ziele in X Minuten/Km		
Nachhaltigkeitsindikatoren		
Reisezeit	Tabelle oder Karte	
Spider von Haltestellen/Orten/Regionen	Spider	150 CHF pro Spider
Visualisierung	Karte	150 CHF pro Stunde
Spezialauswertung (nach Absprache)		
Datenlieferung als interaktive Karte	HTML-Karte (Website)	450 CHF pro Karte

Werden mehrere Produkte für dieselbe Haltestelle bestellt (z.B. Erreichbarkeit und Spider), kann dies den Aufwand und die Kosten verringern.

# K. DIVERSES & NÄCHSTE SCHRITTE

---

## Nächste RDK-Sitzungen

- 3. Februar 2022, Bern
- 17. Mai 2022, Bern
- 1.-2. September 2022, Strategiesitzung, Ticino
- 10. November 2022, Bern

# RDK

**KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ  
CONFÉRENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME RÉGIONAUX DE SUISSE  
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO  
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIONALS SVIZZERS DAL TURISSEM**

**HERZLICHEN DANK!**

