



Switzerland.

RDK Meeting

17. Mai 2022
Martin Nydegger
Letizia Elia



Switzerland.



Switzerland.

Recovery Plan 2022-2023.



Switzerland.

Eckwerte Recovery Programm 2022/23.

- Gesamtbetrag CHF 30 Mio.
 - 15 Mio. ST Marketing + 15 Mio. Entlastungszahlungen Branchenpartner
- Handlungsfelder
 - a. Ausländische Gäste
 - b. Nachhaltigkeit
 - c. Städte/Geschäftstourismus
 - d. Entlastung Branche

ST Marketing.

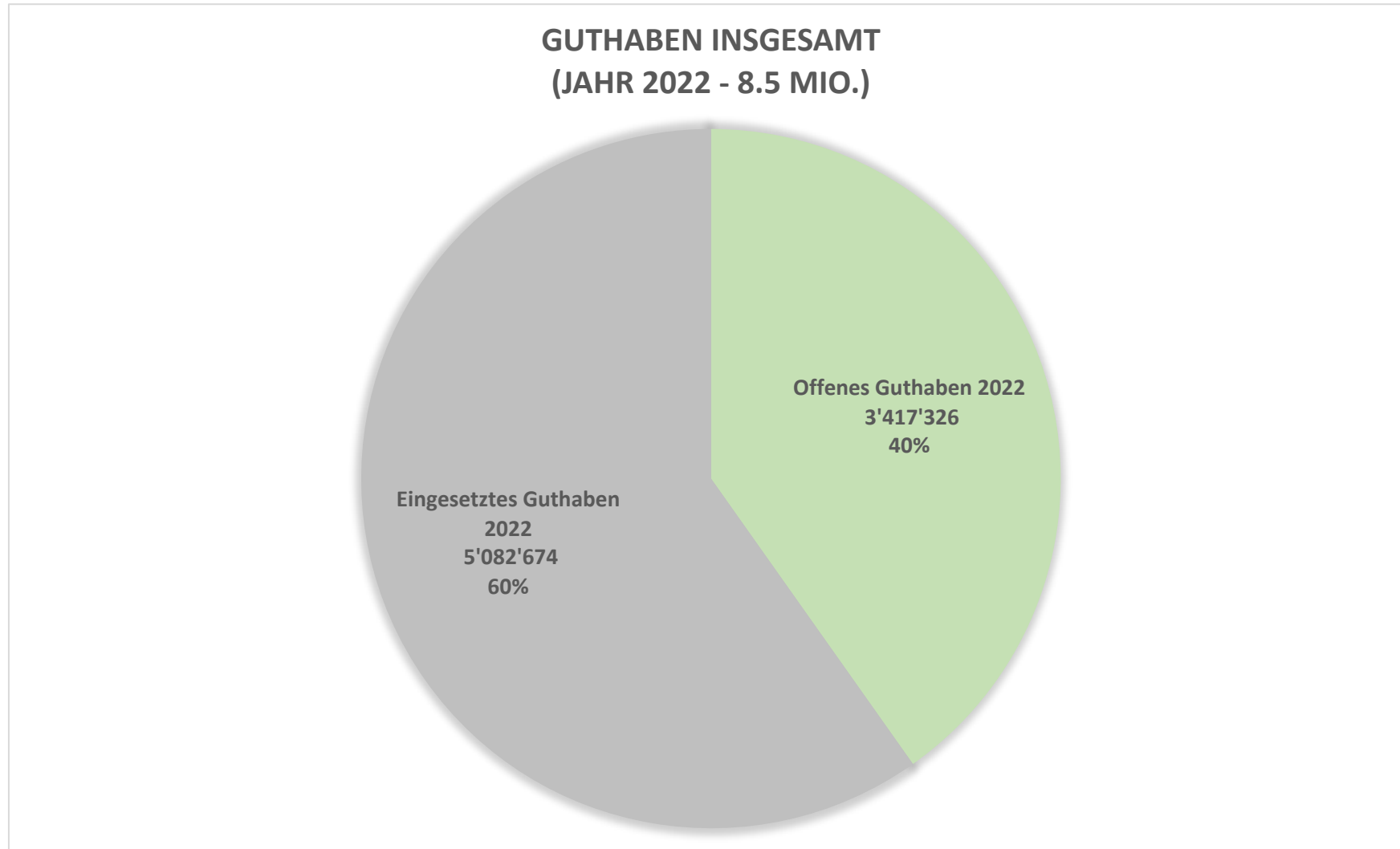
Mittelherkunft in Mio. CHF.

Bundesmittel	2022	2023	Total
Bundesmittel	8.5	6.5	15.0
Fond «ausserordentliche Ereignisse»	1.0	1.0	2.0
ST Eigene Mittel	1.5	0.5	2.0
Abgrenzung aus 2021	1.1	0.0	1.1
Total	12.1	8.0	20.1

Entlastungszahlungen.

Übersicht eingesetztes Budget Jahr 2022.

(Stand 16.5.2022)



Übersicht eingesetztes Budget in der Regionen.

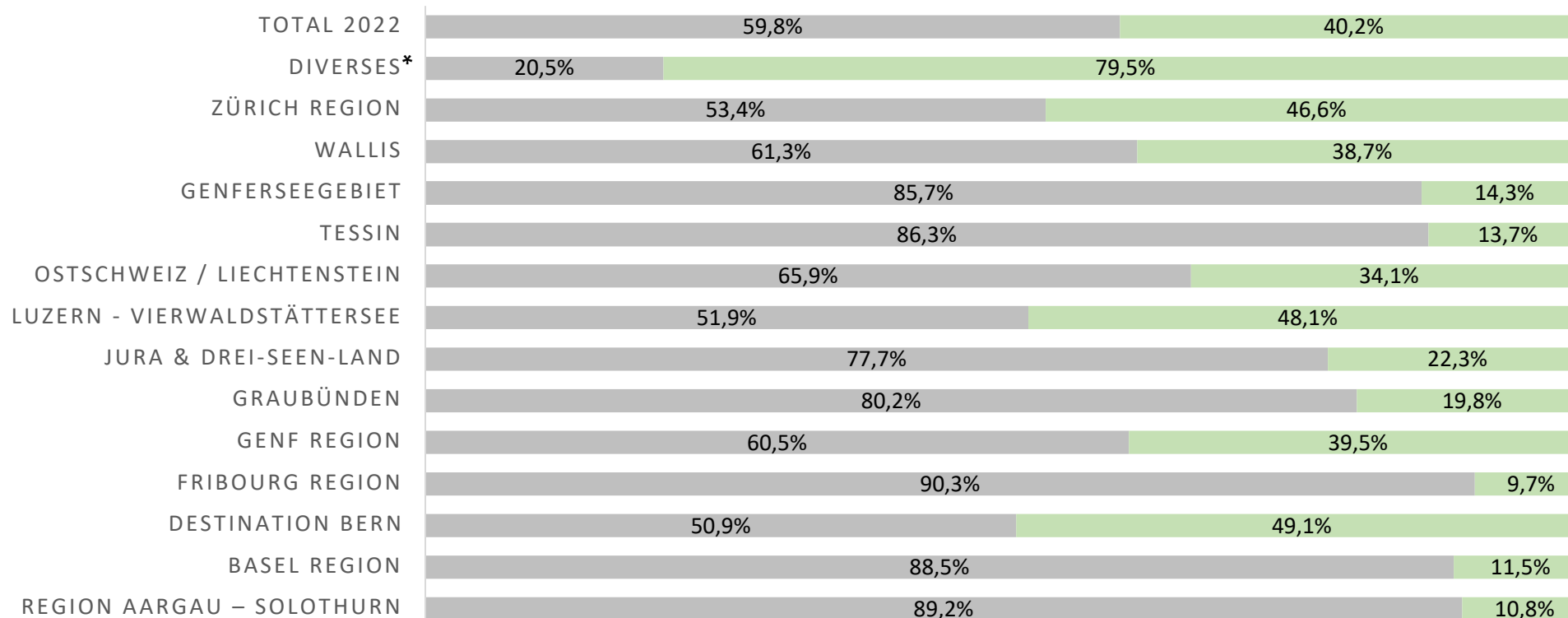
(Stand 16.5.2022)



Switzerland.

BUGET DER REGIONEN - JAHR 2022

■ Eingesetztes Guthaben 2022 ■ Offenes Guthaben 2022



* NATIONALE ORGANISATIONEN, DMC, VERBÄNDE, SCHULEN USW.



Switzerland.

Next Steps.

- RDK erhalten eine Übersicht der noch offenen Beträge
 - Für die eigene Organisation
 - Der Partner in der Region inkl. Angabe einer ungefähren Range - Infos vertraulich behandeln!
- Weiterleiten an zuständige Person
 - Für einen zukünftigen direkten Versand: Angabe einer Kontaktperson an:
katja.rosselli@switzerland.com

Marketing Rückblick.

Zentrale Beispiele.



A person is seen climbing a steep, snow-covered mountain slope. The climber is a small figure in the distance, wearing dark gear and using a rope. The mountain is covered in thick, white snow, and the sky is a pale blue with some light clouds. The overall scene is one of a high-altitude, winter environment.

 Overall –
LOUDEST winter campaign ever!

Around 3.3 million in distribution.



Switzerland.

Management Summary.

High level view.

- The winter campaign 2021/22 consisted of a total of **10 different sub-campaigns**.
- The combined duration of the various campaigns was between November and March.
- Roughly **80 assets** in **8 different languages** on **12 channels and platforms** had to be set up, distributed, analysed and reported.
- The chosen paid media activities generated overall over **383m impressions** and **523'000** trackable web sessions as well as **27m video views**.
- All campaigns could be fully delivered and achieved overall **very good results** despite the existing risk with Covid-19 and the war in Eastern Europe.

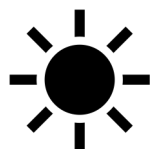
Sommer- und Städtekampagne 2022...



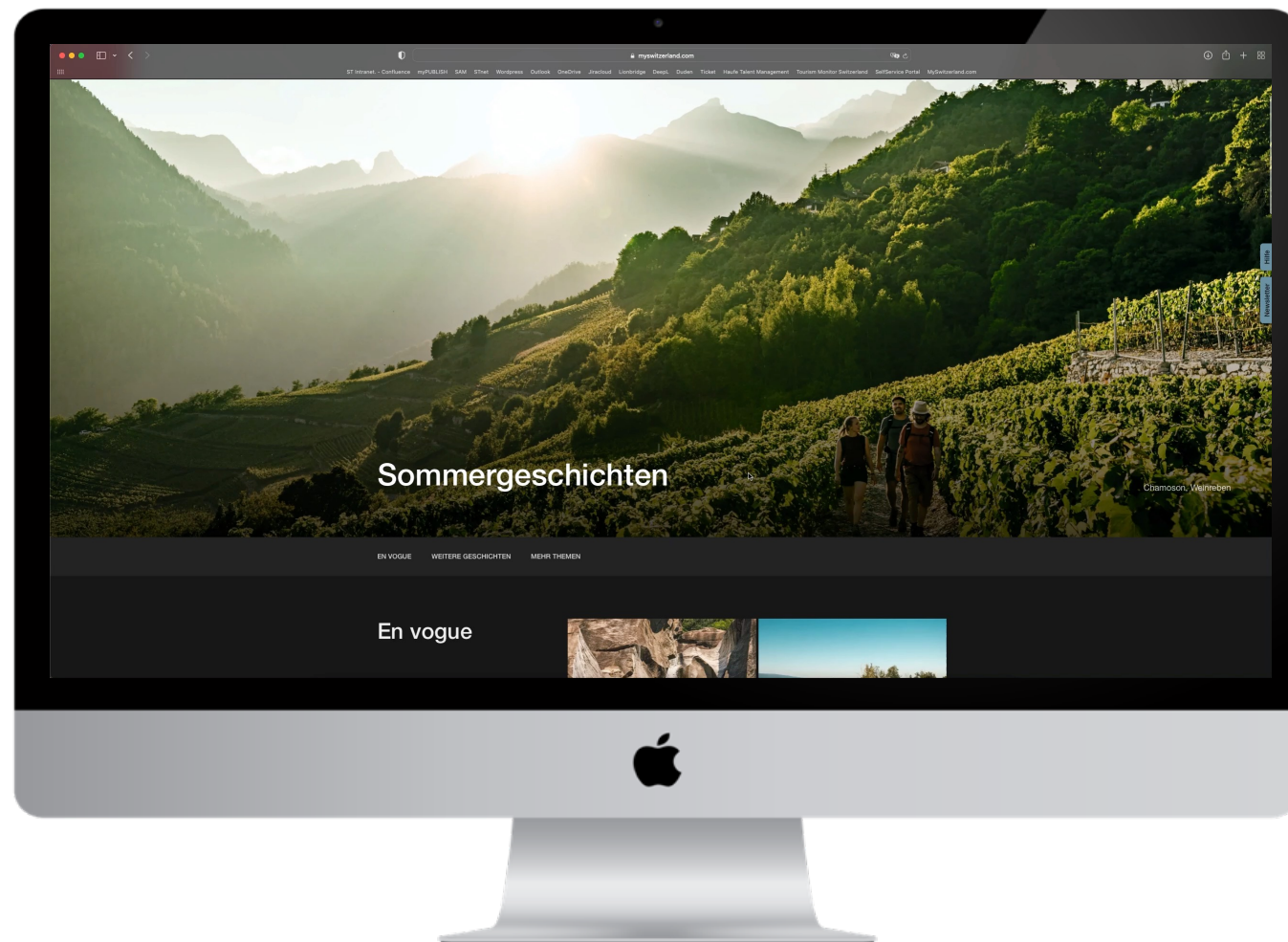
... ist jetzt LIVE!!!

Sommer- und Städtekampagne 22.

Sommergeschichten.



<https://www.myswitzerland.com/sommergeschichten/>



Sommer- und Städtekampagne 22.

Stadtgeschichten.



<https://www.myswitzerland.com/stadtgeschichten/>

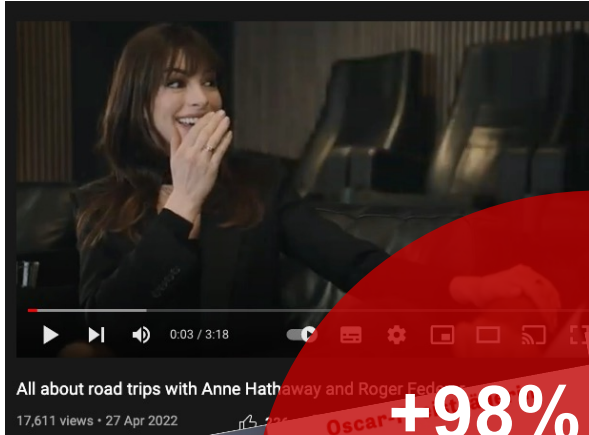


Roger goes GToS.

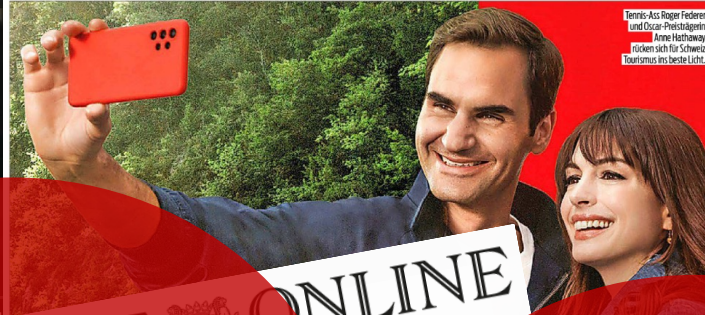
Reaching new heights.



Switzerland.



+98% Views
on Youtube
(102 million and counting)



+30%
Organic Reach on Instagram
(4.2 million)

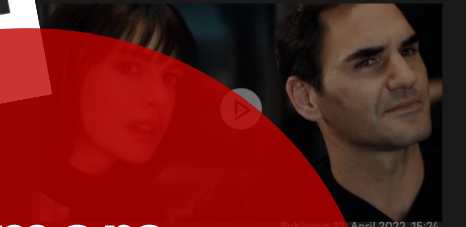
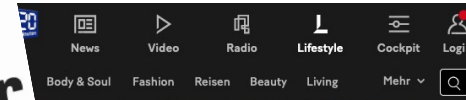


Switzerland. (US, CA - English) Sponsored

Roger Federer and Anne Hathaway
Oscar-Preisträgerin

Anne Hathaway gibt Roger Federer Schauspieltipps

4x more Reach in Swiss Media
(177 million)



Dieser Oscar-Gewinnerin
gibt Roger Federer Schauspieltipps



Anne Hathaway and Roger Federer Play Supporting Acts in Hit Swiss Tourism Film

«Oops... I did it again»
So reagiert Anne Hathaway, wenn Federer einen Britney-Song anstimmt

Das Traumpaar für Schweiz Tourismus ist Roger Federer und Schauspielerin Anne Hathaway. Die beiden Promis sprechen in einem neuen Video über Roadtrips. Dabei singt Roger Federer ein Lied von Britney Spears.



Anne Hathaway and Roger Federer Play Supporting Acts in Hit Swiss Tourism Film



“We look like ants!”: Anne Hathaway and Roger Federer take a Grand Tour in a new Swiss tourism video

Written by Time Out editors Wednesday 13 April 2022

Anne Hathaway And Roger Federer Woo Tourists Back To Switzerland

Irene S. Levine Contributor



Forbes

**We need a
road trip full
of highlights.**



Interlaken

Bern



**We need
Switzerland.**

I need the road trip of a lifetime.

I need the perfect road trip.

I need Switzerland.

I need the road trip of a lifetime.

I need Switzerland.

My Swiss View



Lugano



Zermatt

Lausanne



Chiasso

Lugano



Download on the App Store

GET IT ON Google Play

Appenzell
→ St. Moritz

Details zu diesem Abschnitt

GRAND TOUR
of Switzerland

Grand Tour of Switzerland

Grand Tour of Switzerland

690 likes • 6h 22m

Bastian Baker Jackpot • The Beatles Here Comes The Sun - Remastered 2009 • Eagles Take It Easy - 2013 Remaster • The Proclaimers I'm Gonna Be (500 Miles) • Dodo Hippie-Bus • and more

Grand Tour App.



Foto-Spot



Plan

Drive

Explore



Out on: **May 9 2022**



Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play

Business Events.



Bearbeitung von Fachverbänden. inVoyage 2022.

- 160 Luxus-Incentive-Planer und – Anbieter auf dem Bürgenstock
- 2 Tage Meetings vor Ort
- Am zweiten Tag Nachmittagsaktivitäten in Engelberg mit Schweizer Themenabendessen. Abschlussabend auf dem Vierwaldstättersee.
- Post-Trips nach Andermatt und nach Luzern mit 8 Delegierten.





Switzerland.

Bearbeitung von Fachverbänden.

Bridelux Symposium 2022.

- 150 Hochzeits- und Veranstaltungsplaner aus mehr als 20 Ländern
- 2 Konferenztage mit Bergerlebnis
- Zwei Pre-Touren mit 35 Teilnehmern
 - Zürich (The Dolder Grand) und Bürgenstock/Vierwaldstättersee sowie Lausanne/Montreux (Beau-Rivage)
- Ausgezeichnete Berichterstattung in den sozialen Medien
- Top Feedback



Erste eigenständige Business
Events Kampagne wird aktuell
produziert.

Marktbeispiele.

Benelux. Zusammenarbeit mit De Bijenkorf.



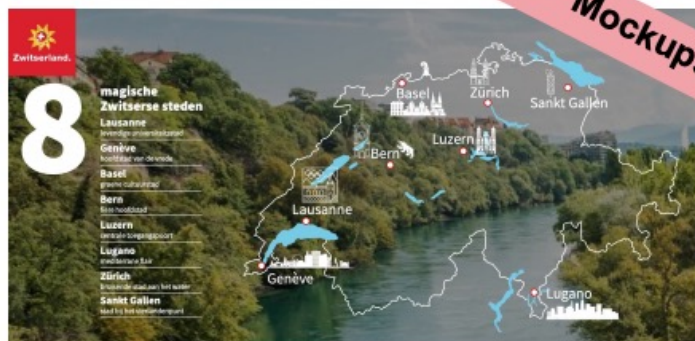
DE TOEKOMST





Switzerland.

BeNeLux: Swiss Cities Content Promotion.

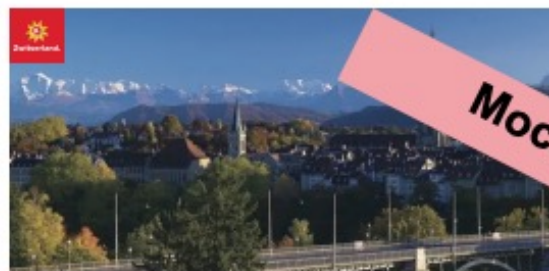


Acht magische Zwitserse steden

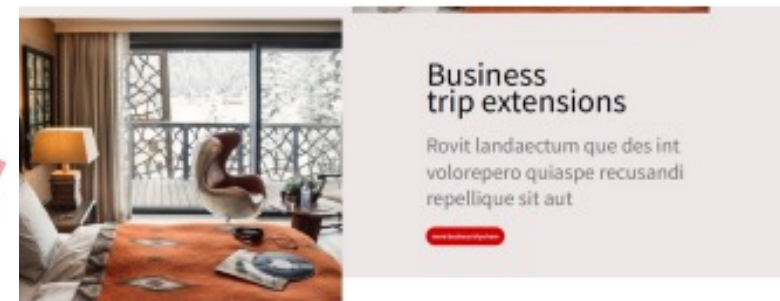
Op vakantie in Zwitserland? Deze 8 steden moet je zeker gezien hebben!



5



[back to de 8 magische Zwitserse steden](#)



Deutschland. Frankfurter Allgemeine Zeitung.



Switzerland.

„Green Travelling“ Die nachhaltige Art des Reisens

Unsere Lösung: „Green Travelling“ ist ein Magazin für nachhaltiges Reisen. Auf 28 Seiten (24 + 4) erzählen wir den Leserinnen und Lesern der Frankfurter Allgemeinen, wie man zukünftig grün und ohne schlechtes Gewissen verreist. Das Magazin ist als Inspirationsquelle und Leitfaden gedacht, um aus der nächsten Urlaubsplanung nicht nur mit Vorfreude, sondern auch mit dem Wissen zu gehen, nachhaltig zu verreisen. „Green Travelling“ greift die Grundpfeiler der „Swisstainable“-Kampagne auf und bringt sie in eine journalistische Form.

REPUBLIC | Green Travelling



Gestaltungsbeispiele

3

LES CARNETS

LA MAQUETTE DU MINI MAGAZINE

Frankreich.

Swisstainable & 100% Women.

Zusammenarbeit mit Group

Marie Claire.



Italien. House of Switzerland in Milano.





Switzerland.

Österreich.

Zusammenarbeit mit Medienhaus Falstaff.





Switzerland.

Indien.

Social Media Influencer Sadhguru.





Switzerland.

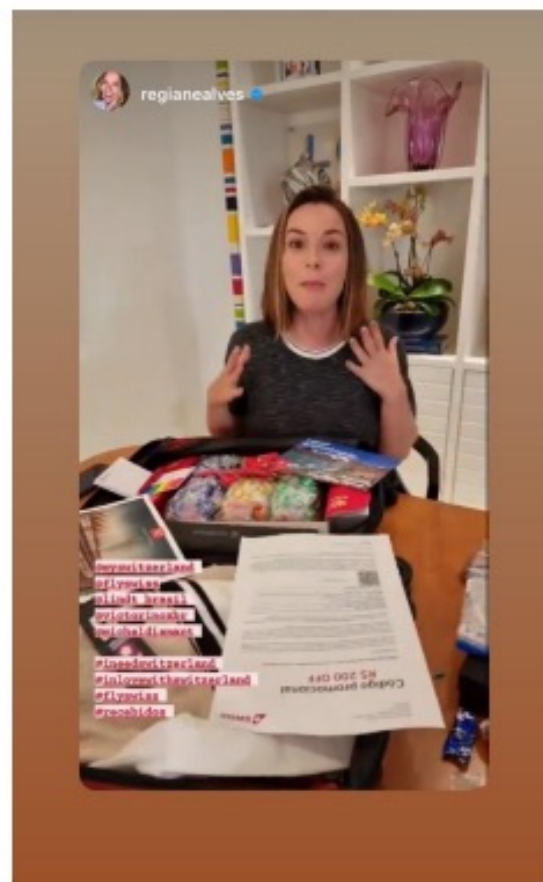
Brasilien.

Projekt 100 Social Media Influencer.

21.9 Mio followers



877K followers



91'8K followers



461K followers



Swisstainable.

Our 3-Year-Plan.

COMMUNICATION TOOLS

Logo / Emblem and Claim
Consumer Personas
Tone of Voice

MANIFESTO 1.0 (SUMMER & WINTER VERSION AVAILABLE)

Coin the term 'Swisstainable'
Make the initiative known - including
what it stands for.

CONTENT HUB and TOOLKIT

Consumer-oriented hub page with
information and tips.

EXPERIENCE SHOP

Sustainable experiences incl. the
Summer GA.

PLANT



2021
AWARENESS

MANIFESTO 2.0 «CARE»

Define what Swisstainable stands for –
and why our take on conscious travel is
uniquely Swiss.

TRAVELLERS & MAKERS

Tell real stories &
put our industry and guests in focus.

AIRPORT ZURICH

135 posters to promote Swisstainable
and sustainable travel within
Switzerland.

SWISSTAINABLE GOES VEGGIE

"First Proof Point" for the sustainable
development of Swiss tourism with real
impact – visible and relevant for the
guest.

NURTURE



2022
AWARENESS | ATTRACTION |
CONFIDENCE



Switzerland.

CERTIFIED GUIDE

Enable travellers to a full guided
sustainable experience in the
destination Switzerland.

AND MORE TO COME

HARVEST

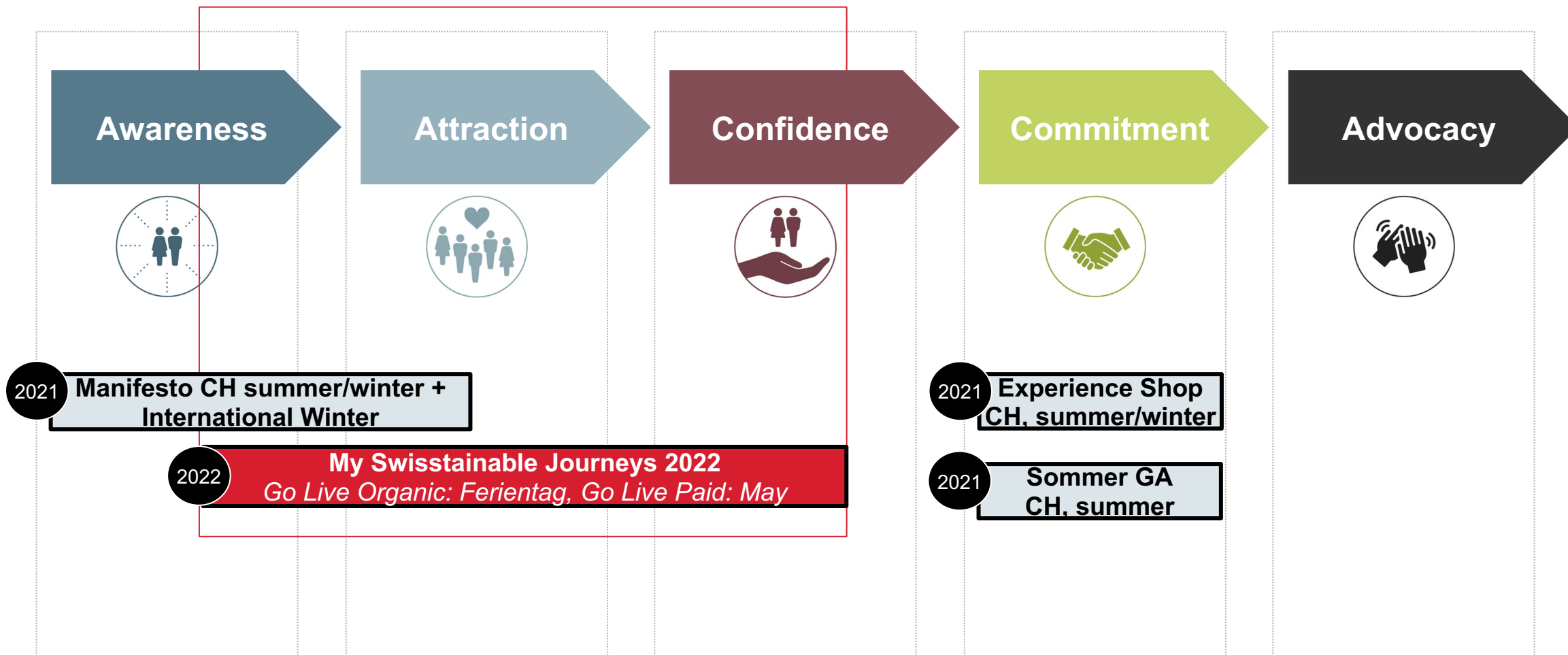


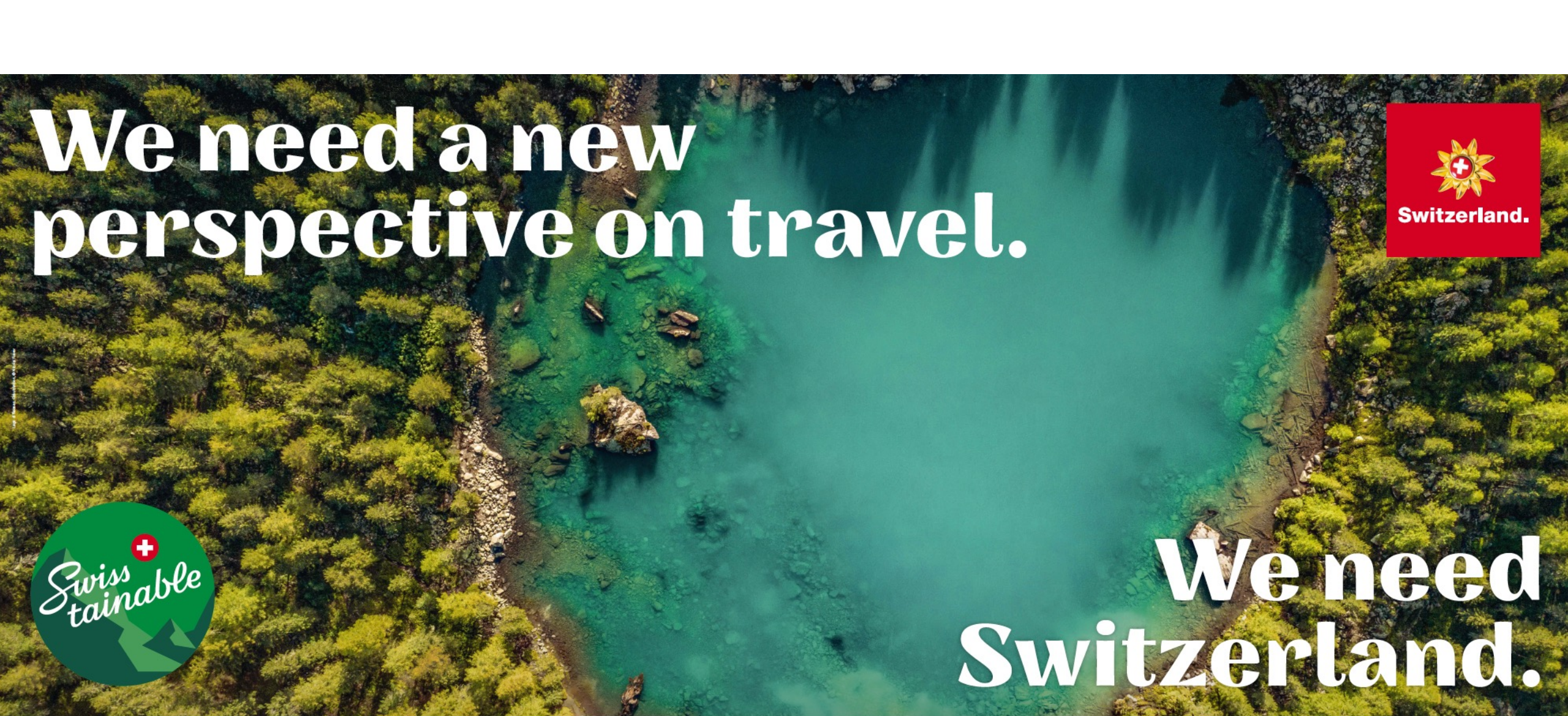
2023
AWARENESS | ATTRACTION |
CONFIDENCE



Switzerland.

Overall Customer Journey 2021-2023.





We need a new
perspective on travel.



We need
Switzerland.



Swisstainable. Excellence in Sustainability. For 150 years the Swiss Forestry Act has ensured that one third of the country continues to remain forested – right up to the present day. Learn more: [MySwitzerland.com/swisstainable](https://www.myswitzerland.com/swisstainable)

I need nature in the city.



I need Switzerland.



Swisstainable. Excellence in Sustainability. City life in Switzerland means never having to stray too far from nature. Lush forests and pristine lakes are always just a few steps away. Learn more: [MySwitzerland.com/swisstainable](https://www.myswitzerland.com/swisstainable)

**We need
small footprints.**



**We need
Switzerland.**

**We need nature,
made for eternity.**



**We need
Switzerland.**

**We need summit
meetings.**



**We need
Switzerland.**

Swisstainable: Zusammenarbeit mit internationalen Veranstaltern.



Switzerland.

KUONI global destination
management by JTB
TUMLARE



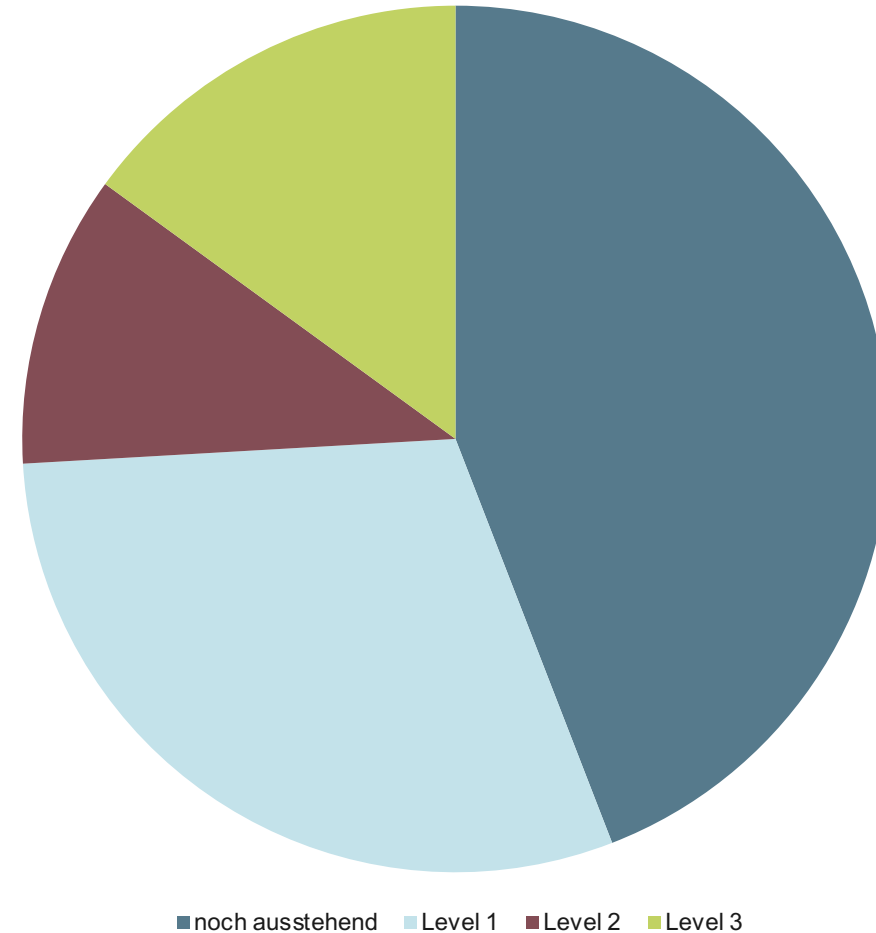
**MAKE
TRAVEL
MATTER™**
TREADRIGHT

A mountain goat with curved horns stands on a grassy, rocky ridge in the foreground, looking out over a vast landscape. The middle ground is filled with a dense sea of white, fluffy clouds that stretch across the valley. In the background, dark, jagged mountain peaks rise above the cloud layer. The sky is a pale, hazy blue. The overall scene is serene and majestic, capturing a moment of nature's beauty.

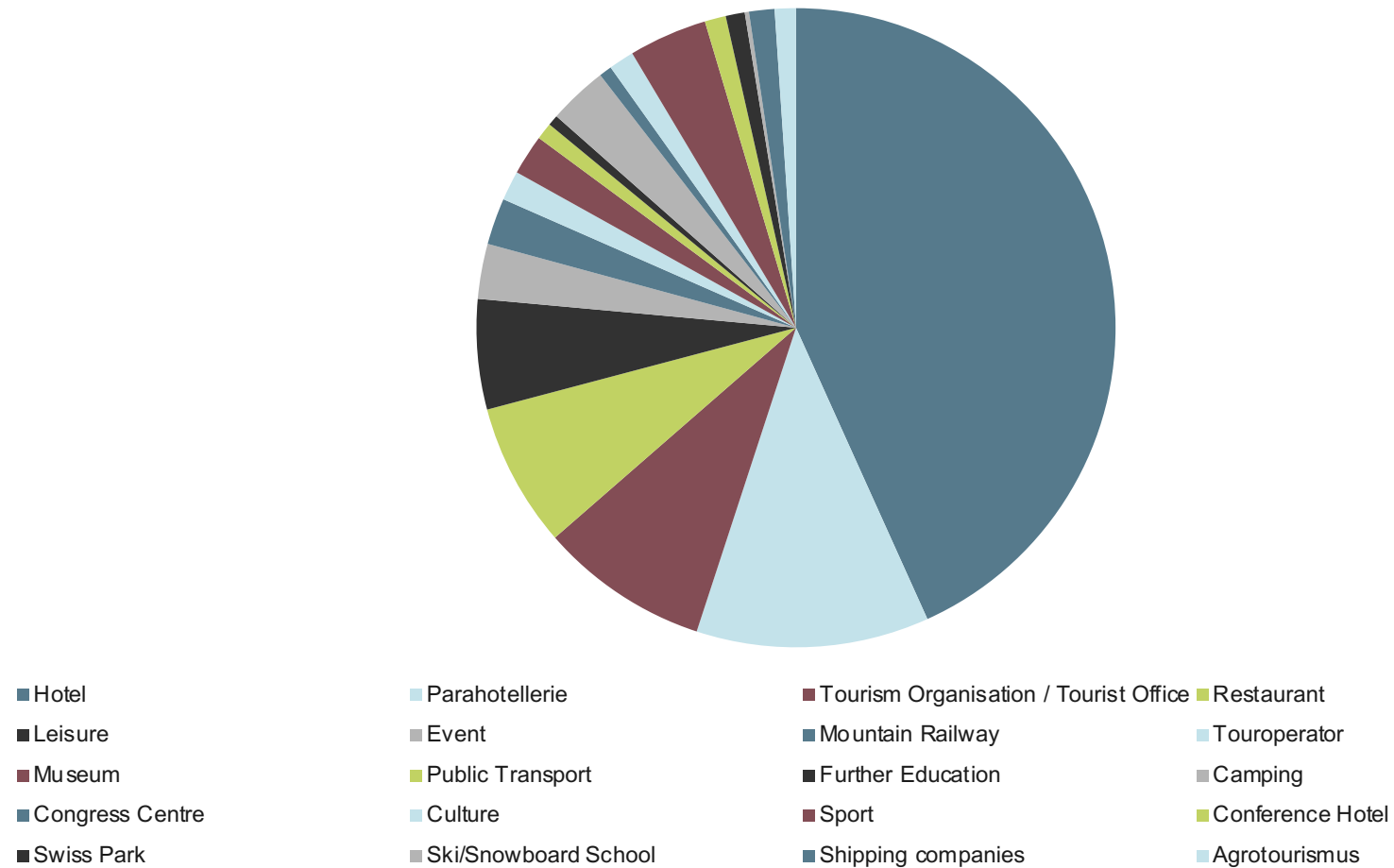
Programm Swisstainable.

Verteilung der Level.

■ Level 1:	280 Betriebe
■ Level 2:	102 Betriebe
■ Level 3:	140 Betriebe
■ Noch ausstehend:	412 Betriebe
Total	934 Betriebe



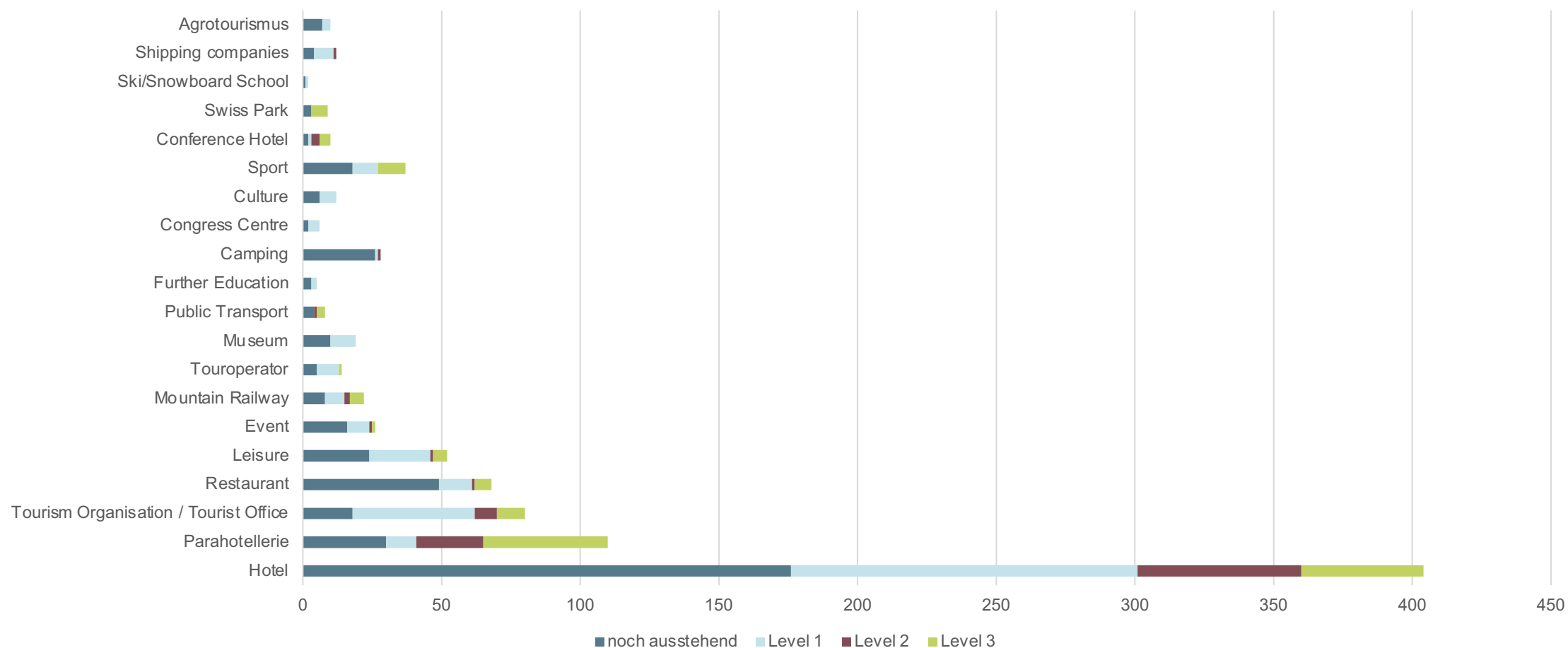
Aufteilung nach Kategorie.





Switzerland.

Aufteilung nach Kategorie und Level.

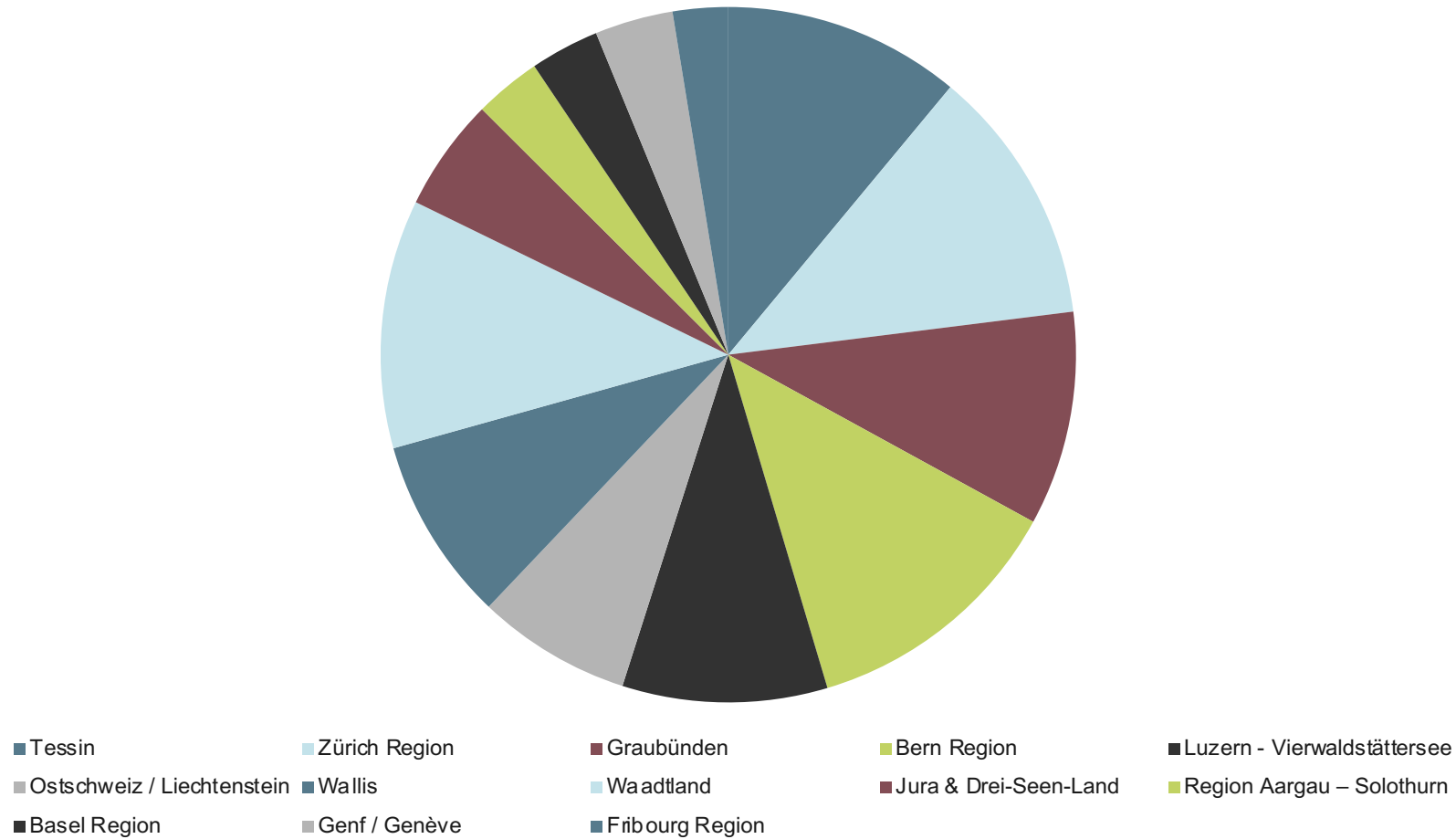




Aufteilung nach Kategorie und Level.

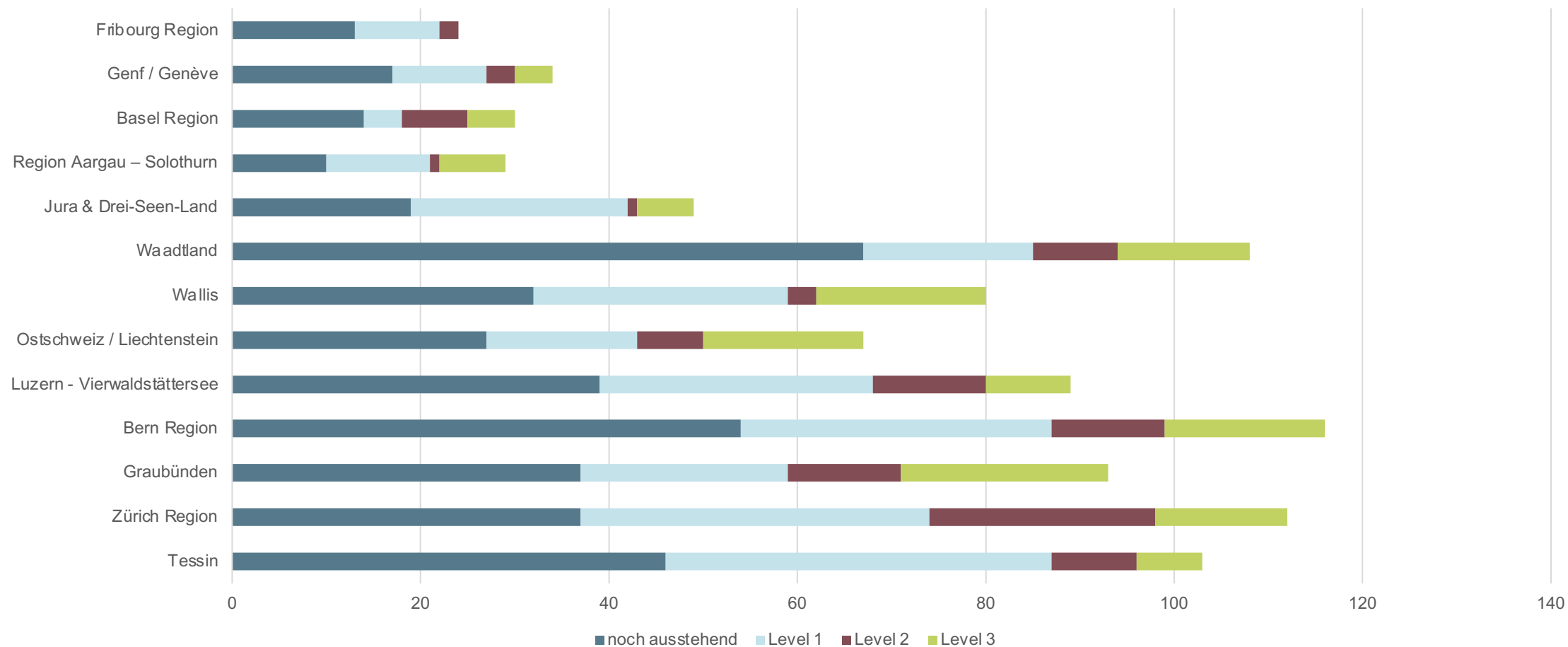
Kategorie	noch ausstehend	Level 1	Level 2	Level 3	Total
Hotel	176	125	59	44	404
Parahotellerie	30	11	24	45	110
Tourism Organisation / Tourist Office	18	44	8	10	80
Restaurant	49	12	1	6	68
Leisure	24	22	1	5	52
Event	16	8	1	1	26
Mountain Railway	8	7	2	5	22
Touropoperator	5	8	0	1	14
Museum	10	9	0	0	19
Public Transport	4	0	1	3	8
Further Education	3	2	0	0	5
Camping	26	1	1	0	28
Congress Centre	2	4	0	0	6
Culture	6	6	0	0	12
Sport	18	9	0	10	37
Conference Hotel	2	1	3	4	10
Swiss Park	3	0	0	6	9
Ski/Snowboard School	1	1	0	0	2
Shipping companies	4	7	1	0	12
Agrotourismus	7	3	0	0	10
	412	280	102	140	934

Aufteilung nach RDK.





Aufteilung nach RDK und Level.





Aufteilung nach RDK und Level.

RDK	noch ausstehend	Level 1	Level 2	Level 3	Total
Tessin	46	41	9	7	103
Zürich Region	37	37	24	14	112
Graubünden	37	22	12	22	93
Bern Region	54	33	12	17	116
Luzern - Vierwaldstättersee	39	29	12	9	89
Ostschweiz / Liechtenstein	27	16	7	17	67
Wallis	32	27	3	18	80
Waadtland	67	18	9	14	108
Jura & Drei-Seen-Land	19	23	1	6	49
Region Aargau – Solothurn	10	11	1	7	29
Basel Region	14	4	7	5	30
Genf / Genève	17	10	3	4	34
Fribourg Region	13	9	2	0	24
Total	412	280	102	140	934

Fokus Akquise.

Aktuell starker Fokus auf Akquise über verschiedene Multiplikatoren – primär über den direkten Austausch / Meetings sowie folgende Massnahmen:

Tourismusorganisationen / DMOs

- Organisation Webinare mit Schwyz Tourismus & Fribourg Region (weitere Webinare in Planung)

Touristische Verbände

- VSSU: Präsentation Verbandskonferenz (Verband Schw. Schifffahrtsgesellschaften)
- SAC: Integration Swisstainable als Massnahme in der nachhaltigen Hüttenstrategie (120 bewertete Hütten schweizweit)

Fokus Akquise.

Weitere Partner / Partnerschaften

- TCS Camping: alle 23 Betriebe im Anmeldeprozess
- SBB: Laufende Abklärungen zur Programmintegration

Events

- Break-out Session Schweizer Ferientag April 2022
- Talk Hospitality Summit Juni 2022



Swisstainable Veggie Day.

Swisstainable Veggie Day: Update 05/2022.

- **Ziel:** Am Weltvegetariertag (1. Oktober 2022) **isst die Schweiz vegetarisch** und setzt damit einen Meilenstein für **nachhaltigen Essgenuss**. Mehr als 1000 Restaurants, Hotels und Organisationen mit gastronomischem Angebot beteiligen sich am Aktionstag mit einem vegetarischen Tagesmenü.
- **Aktueller Stand: Rund 210 teilnehmende Betriebe.**
- **Einfache Anmeldung auf:**
www.stnet.ch/de/swisstainable-veggie-day
- **Landingpage Veggie Day mit allen teilnehmenden Betrieben:** www.myswitzerland.com/veggieday
- **Internationale Marketing- und PR-Aktivitäten** (inkl. Medienreise)
- Zusammenarbeit mit **Vegi-Botschafter:innen** wie z.B. **Rolf Hiltl** Bitte machen Sie den Aktionstag in Ihrer **Region / Stadt bekannt!**
- Mehr Informationen unter gastronomie@switzerland.com oder sabina.brack@switzerland.com



Best Tourism Villages by UNWTO.



Ausschreibung „Best Tourism Villages by UNWTO.

- Die im letzten Jahr lancierte Initiative «Best Tourism Villages» der Welttourismusorganisation (UNWTO) geht in die zweite Runde.
- Suche nach den drei Schweizer Dörfer für die weltweite Ausschreibung
- Kooperation zwischen dem STV, ST & SECO
- Kriterien: Das Dorf...
 - hat eine geringe Bevölkerungsdichte und maximal 15'000 Einwohnerinnen und Einwohner
 - liegt in einer Umgebung, in der traditionelle Wirtschaftszweige wie Land- und Forstwirtschaft, Viehzucht oder Fischerei stark vertreten sind
 - teilt die Werte und den Lebensstil der Gemeinschaft
- Bewerbungsfrist: 10.06.2022, 23:59
- Die Bewerbung ist in englischer Sprache und nach klaren Vorgaben und Leitlinien zu verfassen. Die Teilnahme an der Ausschreibung ist kostenlos.
- Mehr Infos in Deutsch, Französisch und Italienisch



Cities.

2022.

I need to run the Swiss
Cities.



I need
Switzerland.

ON Running as Campaign Partner.



The protagonists.



Switzerland.



**MIKE
ZIMMERMANN**

Mike is our main protagonist for the Run the Swiss cities series. Mike works at ON and has lived in Zurich for 15 years. Let's explore the city while running with Mike!

All Cities



**TADESSE
ABRAHAM**

Tadesse is a Swiss long-distance runner who specializes in the marathon. He is our guest runner in Geneva and will show us his favorite places in the city. Let's do this!

Geneva



**EVELYNE
DIETSCHI**

Evelyne is a 25-year-old runner from Lugano and Ticino running champion. Together with Mike she will run through Lugano and show him the most beautiful places in the city. Andiamo!

Lugano



**FABIENNE
FREY**

Fabienne is 36 years old and has lived in Basel for 13 years. Her two great passions are movement and music. Together with Mike she will show us the most beautiful sides of Basel! Ready?

Basel



**ROGER
FEDERER**

...I guess I don't have to say much about this guy ;) With a bit of luck Mike and Fabienne will run into Roger in Basel - let's see what insider tips he has!

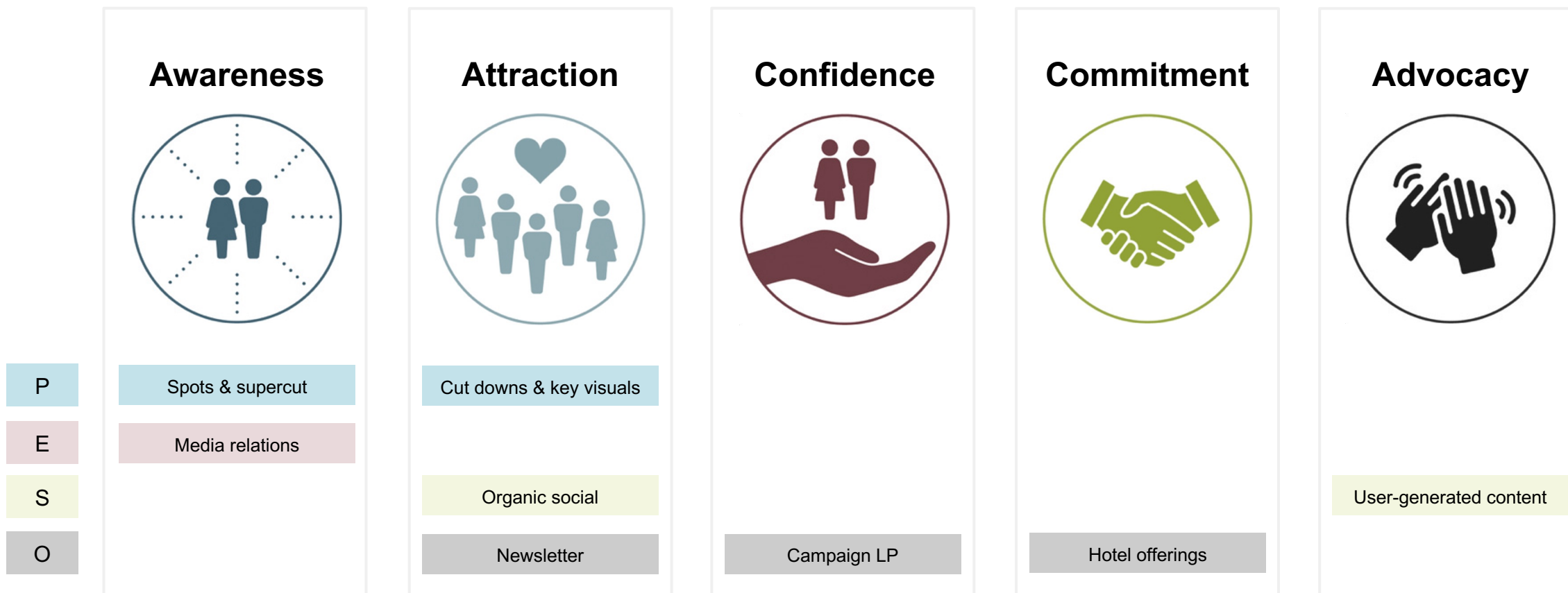
Basel

Not confirmed yet



Switzerland.

Campaign Elements: Overview.



Markets and Mediamix.

Media Strategy

Main Goal: drive traffic on our landing page and let user interact there with our content.

Focus on Attraction and Confidence phase of the journey.

Media Mix: various social media platforms (YouTube, FB/IG, TikTok) and Teads

Focus Markets

Short haul markets:
Germany, France & BeNeLux (tbc)

Timeline.



Switzerland.

MARCH

Kick-Off Kernteam / Produktion



END OF JUNE

GO LIVE.



3/4 OF MAY
SHOOT DAYS
GENEVA

JUNE – TBD.
SHOOT DAYS
BASEL

6/7 OF MAY
SHOOT DAYS
LUGANO

ON AIR

PRODUCTION

DEVELOPMENT OF MEDIA STRATEGY

2022

MAR

APR

MAI

JUN

JUL

AUG

SEP

OCT

NOV

DEZ

Ausblick 2023.



Switzerland.

City Recovery Programm 2023.

- Spezial Recovery Kampagne für die 9* grossen Städte
- Frühzeitige gemeinsame Planung ist angestrebt.
- Zielmärkte: Deutschland, Frankreich, Italien, BeNeLux, UK
- Zielgruppen: City Breaker Cultural Traveller, Attractions Tourer
- 4 Pitch Ideen (Umfrage läuft bis 16.5.22) – Möglichkeit auf zusätzliche eigene Idee
 - Swiss City Expo
 - Big City Life
 - The Swiss City Street Music (or Street Art) Festival
 - Swisstainable City Splash
- Teilnahmebedingung: mindestens 100k Investment in reguläre Städte-Partnerkampagne
- Möglichkeit die individuelle Distribution mit zusätzlichem Investment zu pushen
- Workshop 30.05.22 in Zürich

Buchbarkeit / Meta Search.

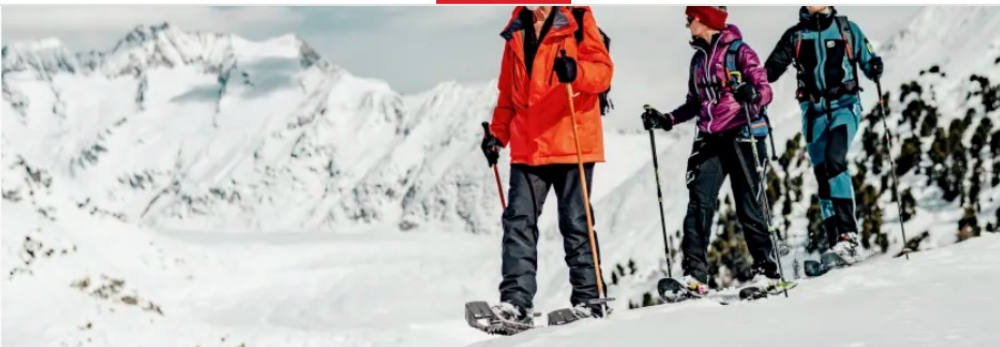
Buchungsfrage.

- Pilot “Experience Shop” abgeschlossen.
- Durchgezogene Bilanz - verschiedene Ursachen identifiziert.
- Roundtable mit verschiedenen, teilnehmenden Leistungsträgern durchgeführt.
- Konzept für Zukunft der Buchungsfrage in Erstellung.



Switzerland.





Snowshoe tour Aletschwald UNESCO (Aletsch Arena)

Highlights

✓ Adventure✓ Tour

[Book now](#)
from CHF 40.00


Map

Grundsätze.



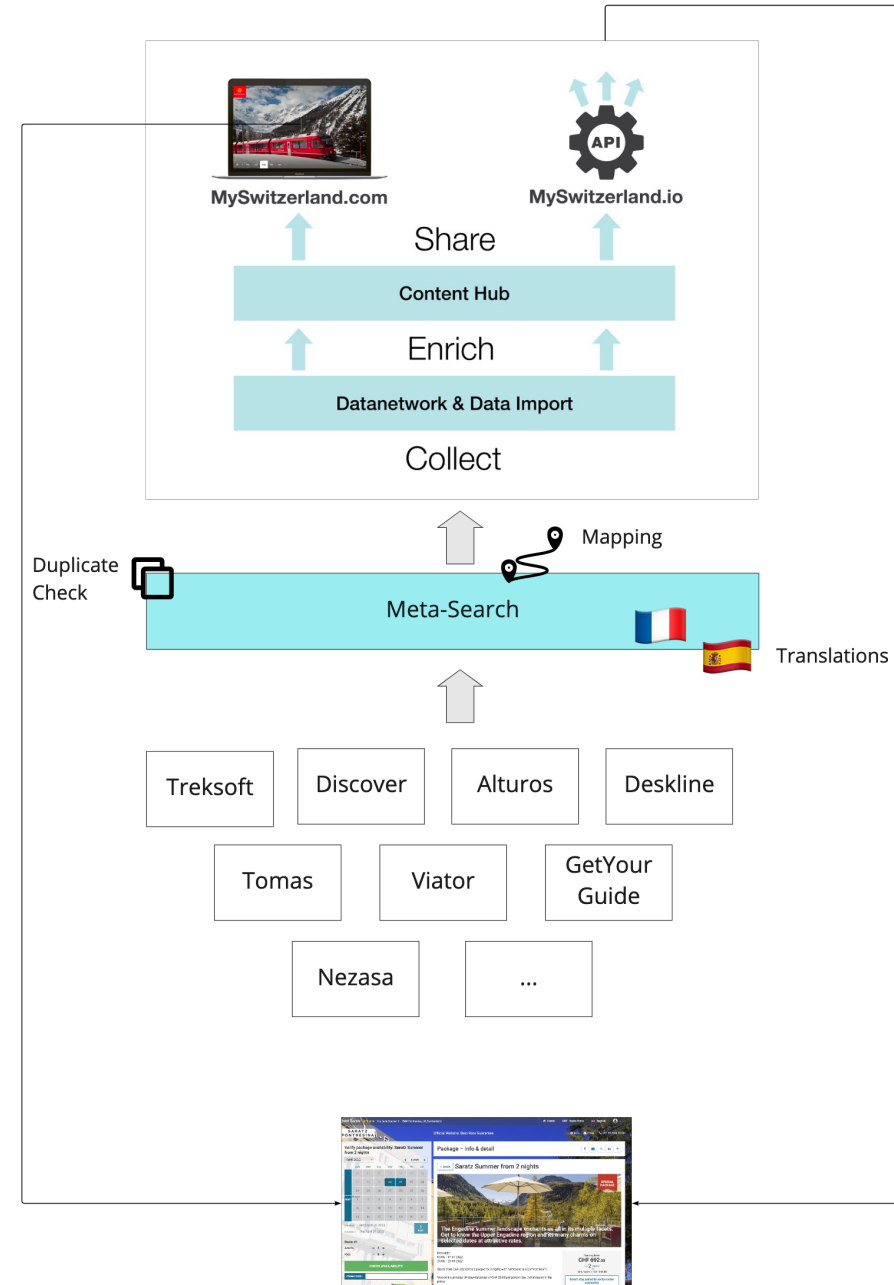
Switzerland.

1. Autonomie von Regionen und Destinationen gewährleisten.
2. Keine Doppelspurigkeiten. Effizienz hochhalten.
3. ST als Aggregator von Angeboten, aber nicht als Buchungsplayer.
4. MySwitzerland.com bildet CH-weite Breite ab und verknüpft diese intelligent mit anderen Inhalten.

Meta-Search

- Multi-Plattform Integration.
- Sammeln, anreichern und via MyS verfügbar machen.
- Buchung erfolgt beim Buchungspartner (e.g. Valais Shop)
- ST als Lead Generator.

WORK IN PROGRESS.



Switzerland.

Thank you.



Switzerland.