



Schweiz.

ST Pre-Read.

RDK Sitzung
10. November 2022



Schweiz.

Agenda.



Schweiz.

1. Recovery Programm & Entlastungszahlungen
2. Key Partner Management: Neue Struktur
3. Detailplanung Finanzierung
4. Fernmärkte: Bericht von Christian Lässer
5. Swisstainable Update



Schweiz.

Übersicht Recovery Programm 2022 Stand 1. November 2022.

Martin Nydegger

Uto Kulm, Zürich



Schweiz.

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



Schweiz.

Recovery-Budget 2022 Engagiert.

Bisher wurden 81 Projekte bewilligt

Budgetstatus 01.11.2022

Thema	Budget (Allocated)	Budget (Approved)	in % Approved
Recovery HQ	4'596'000	4'526'000	98.5%
Business Events	900'000	900'000	100.0%
Nahmärkte	3'224'000	3'212'500	99.6%
Fernmärkte	1'733'000	1'674'400	96.6%
Alle Märkte	325'000	325'000	100.0%
Reserve/Spezial Projekte	678'694	9'000	1.3%
Jahresübergreifende Projekte 21/22	672'395	672'395	100.0%
Total	12'129'089	11'319'295	93.3%



Schweiz.

ST Budget 2022 nach Thema und Markt (kombiniert)*.

ST BUDGET 2022 pro Thema						
	Recovery HQ	Nahmärkte	Fernmärkte	Alle Märkte	Geschäfts- tourismus	Reserve/ Restbudget
Chaura GToS Kampagne	2'300'000	1'019'000	1'041'000	-	-	-
Swisstainable	796'000	1'125'000	245'000	-	-	-
100% Women	-	252'000	30'000	-	-	-
City Running Kampagne	300'000	220'000	0	-	-	-
Winter	800'000	558'000	162'000	-	-	-
MySwitzerland Pro	-	-	0	50'000	-	-
Herbst	400'000	0	0			
Special Market Projects	-	50'000	255'000	275'000	900'000	678'700

* Ansicht ohne jahresübergreifende Projekte 21/22



Schweiz.

ST Budget 2023 nach Thema und Markt (kombiniert)*.

ST BUDGET 2023 pro Thema						
	Recovery HQ	Nahmärkte	Fernmärkte	Alle Märkte	Geschäfts- tourismus	Reserve/ Restbudget
RF GTToS Kampagne	1'500'000	925'000	875'000	-	-	-
Swisstainable generisch & 4 Hebel	1'000'000	655'000	145'000	-	-	-
HQ Swisstainable Stelle + STV	330'000	-	-	-	-	-
Städtetourismus	300'000	285'000	215'000	-	-	-
Herbst	300'000	300'000	-	-	-	-
Special market projects	-	-	-	500'000	700'000	-
Reserve	-	-	-	-	-	640'000

* Ansicht ohne jahresübergreifende Projekte 22/23



Schweiz.

Entlastungszahlungen 2022.



Schweiz.

Entlastungszahlungen 2022/2023.

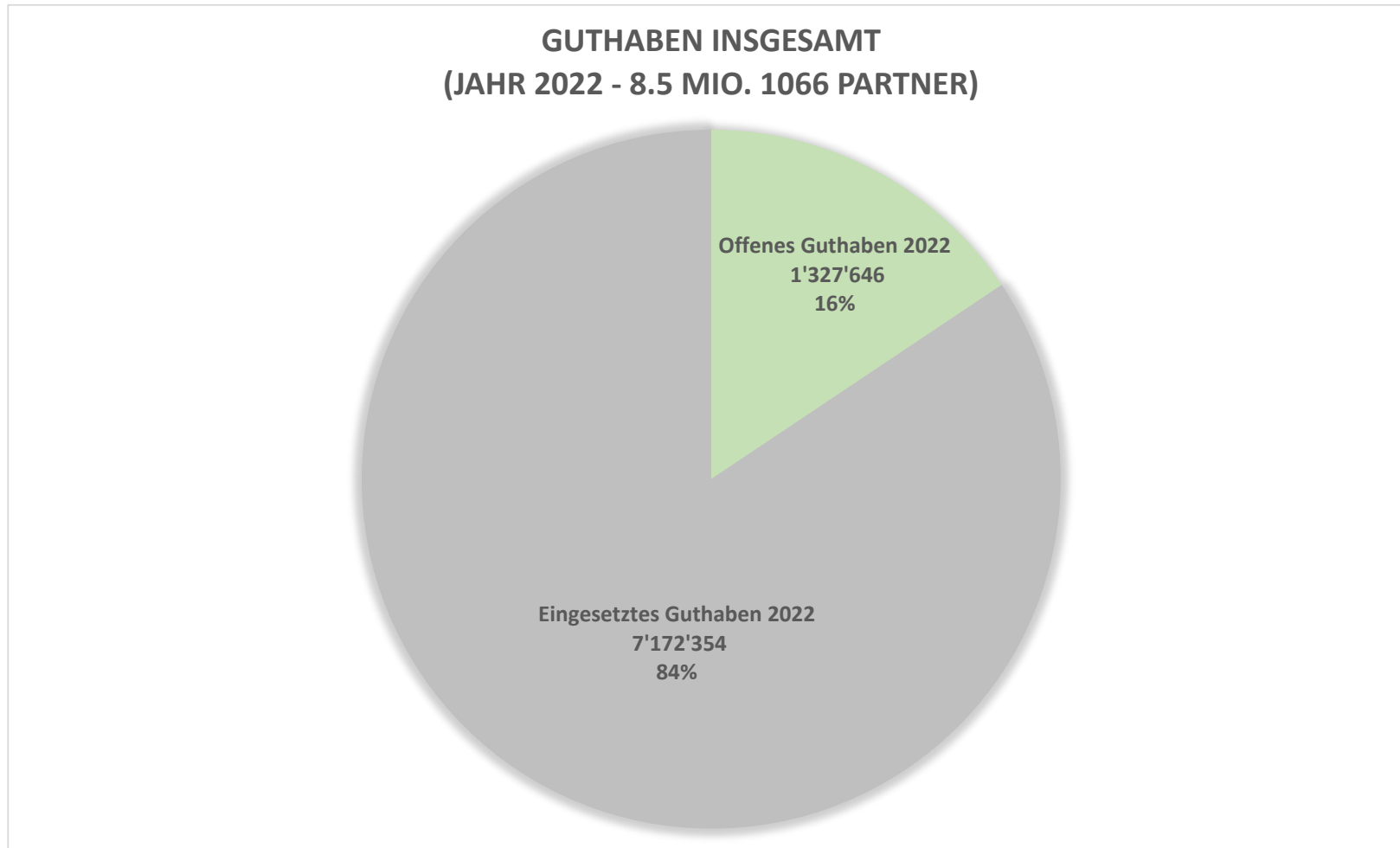
- Anzahl berechnigte Tourismuspartner: 1066
- Entlastungszahlungen Bund (Gutschriften):
- Total CHF 15 Millionen
 - 2022: CHF 8.5 Mio.
 - 2023: CHF 6.5 Mio.

Übersicht Guthaben Entlastungszahlungen 2022.

(Stand 24.10.2022)



Schweiz.





Next Steps.

- RDK DirektorInnen erhalten die Übersicht der noch offene RDK Beträge:
 - Mit aktuellem Stand **10.11.2022**
 - Total Betrag und Bandbreite pro Partner (vertrauliche Informationen!)
 - Restbeträge 2022 können im 2023 eingesetzt werden
 - Die Entlastungsgelder (2022 und 2023) müssen bis am **31.12.2023** eingesetzt werden, nicht eingesetzte Beträge gehen an den Bund zurück
 - Im Januar 2023 werden die Partner über die Höhe des Kredits 2023 informiert und die Buchhaltung erhält die physische Gutschrift 2023
 - Im Februar erhalten die RDK Direktoren die RDK Beiträge mit neustem Stand



Schweiz.

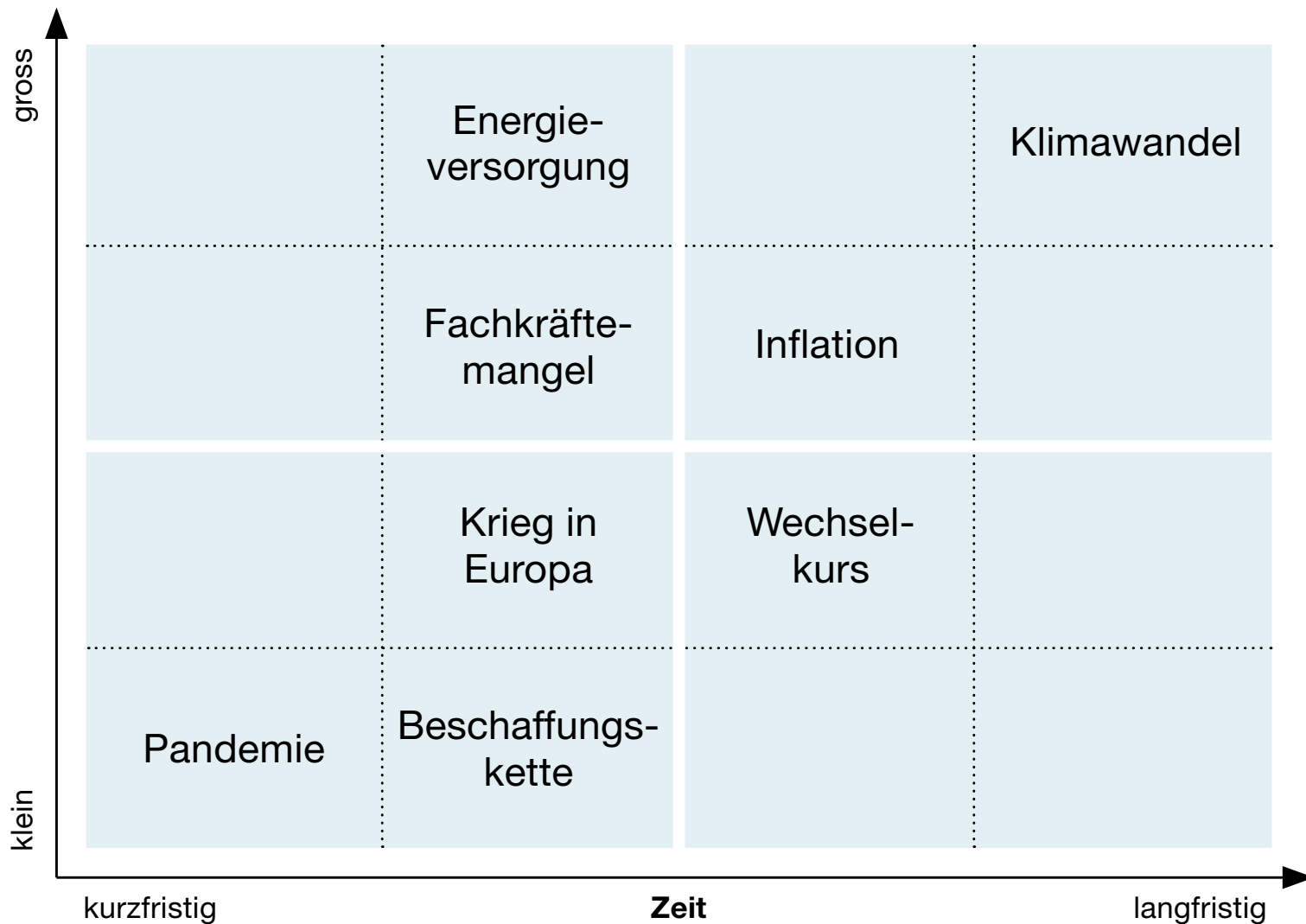
ST Strategie und Planung.

2022–2024



Schweiz.

Krisenfelder im Schweizer Tourismus.





Schweiz.

1. Bundesauftrag

Förderung der touristischen Nachfrage für das
Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz im
In- und Ausland

2. Vision

Im Schweizer Tourismus herrscht eine landesweite
Prosperität.

3. Mission

ST stimuliert ein nachhaltiges Reisebegehren
nach der Schweiz.

4. Tourismusziele

Neugäste gewinnen
Logiernächte erhöhen
Aufenthaltsdauer verlängern
Wertschöpfung steigern
Balance anvisieren

5. Schwerpunkte

Kampagnen
Märktemix
Digital Leadership
Recovery 2.0
Swisstainable

6. Inputs

Personelle und finanzielle Ressourcen
an 34 Standorten in 23 Märkten

Campaigning & Activation
Analoge und digitale Kampagnen
sowie Märkteaktivitäten

Partner Integration
Touristische Partner
Strategische Partner

Key Media Management
Medienarbeit im
In- und Ausland

Key Account Management
KAM Leisure
KAM Business

7. Aktivitäten

ST Journey.

Die Wirkung in zehn Stufen

Die Arbeit von Schweiz Tourismus
(ST) kann stark vereinfacht auf
zehn Stufen heruntergebrochen
werden. Die folgenden Seiten
vertiefen die einzelnen Stufen
im Detail.

10. Impact

Die Tourismusziele werden erreicht
und die Marke Schweiz langfristig
gestärkt → Wirkungsmessung

9. Outcome

Die Aktivitäten lösen bei den Gästen
Reaktionen aus → Erfolgsmessung

8. Outputs

Die Aktivitäten erreichen die gewünschte
Zielgruppe → Leistungsmessung



Schweiz.

Tourismusziele.

1

Neugäste gewinnen

ST übernimmt die aufwendige und teure Aufgabe der Neugästeansprache.

2

Logiernächte und Frequenzen erhöhen

Die ausgezeichnete touristische Infrastruktur soll optimal ausgelastet sein.

3

Aufenthaltsdauer verlängern

Die Gäste sollen möglichst lange in der Schweiz verweilen.

4

Wertschöpfung steigern

Die Premiumdestination Schweiz soll eine hohe touristische Wertschöpfung erbringen und damit Innovationen und Investitionen ermöglichen.

5

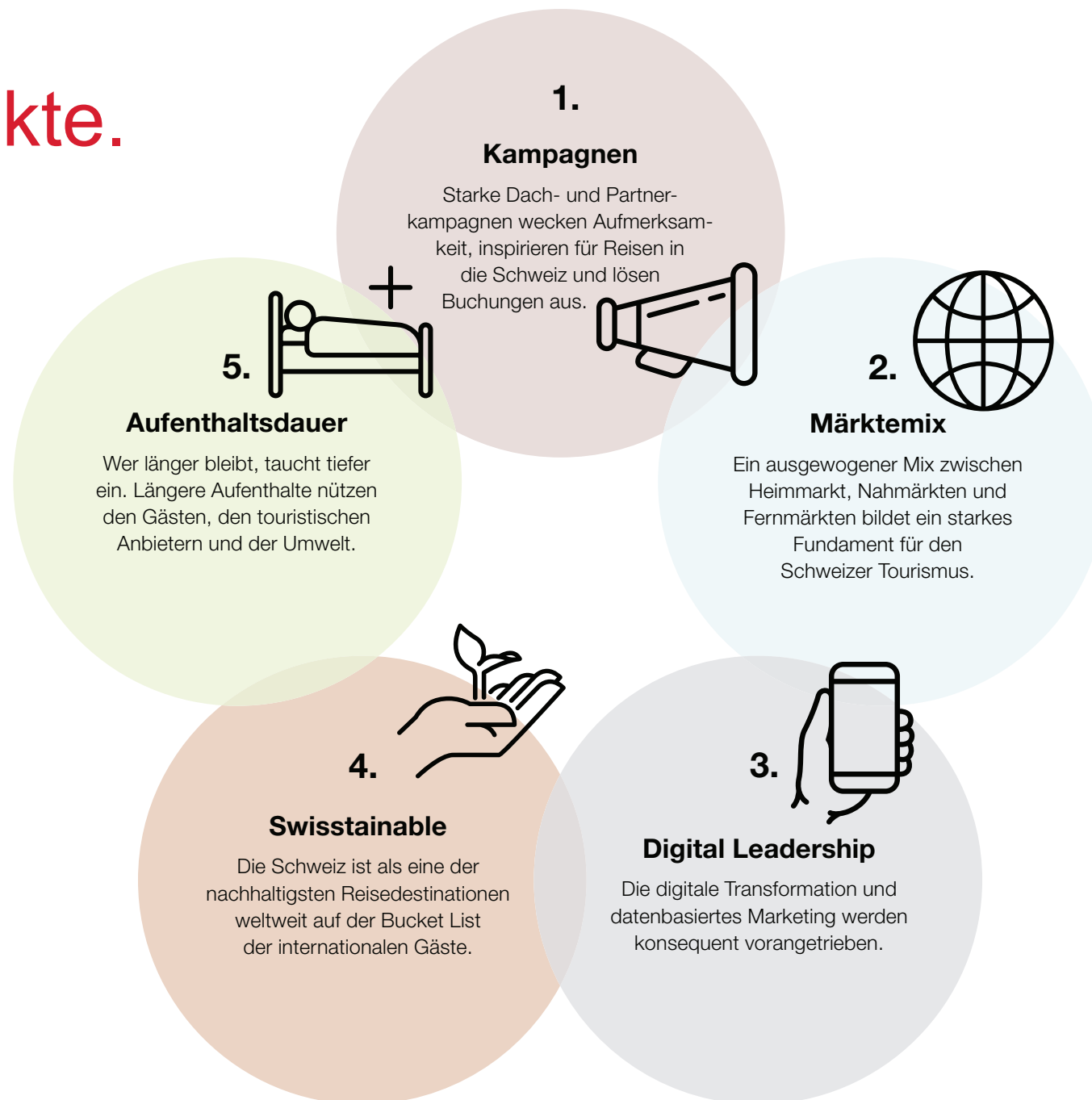
Nachhaltige Balance anvisieren

Die zeitliche und räumliche Diversifikation, ein ausgewogener Gästemix sowie verantwortungsbewusstes Handeln sorgen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung.

Schwerpunkte.



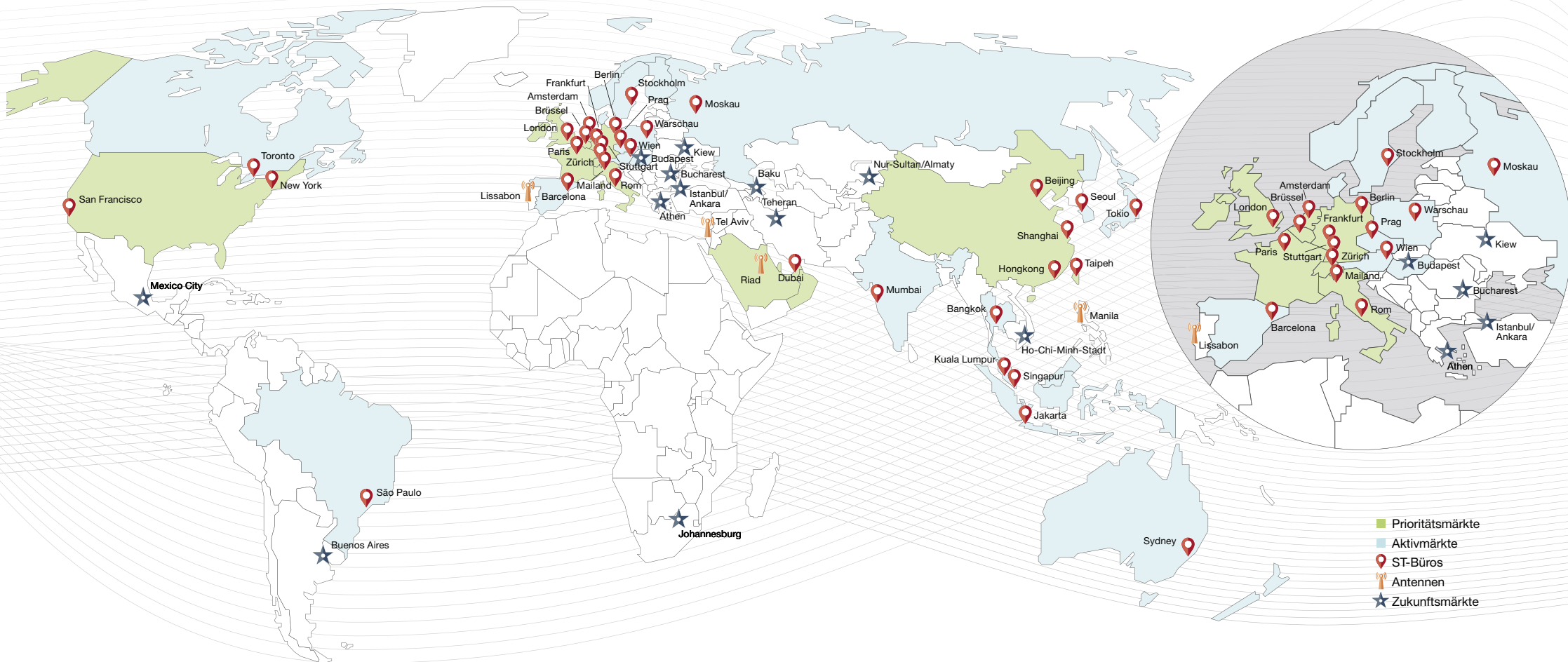
Schweiz.





Schweiz.

ST-Märkte: von 34 auf rund 40 Touch Points.



Strategie und Planung 2023–2025



Schweiz.

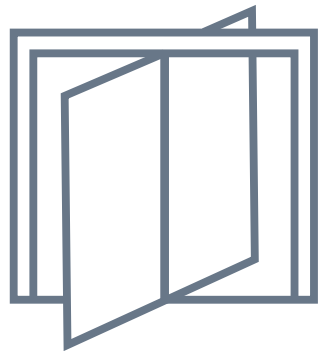
5 Dinge, die ich mir von der Branche wünsche.

1 Swisstainable werden.



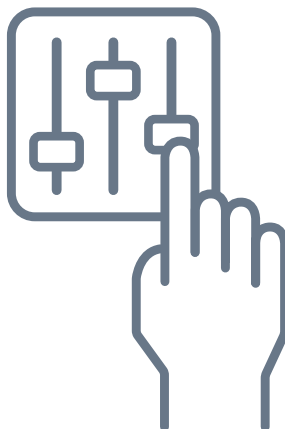
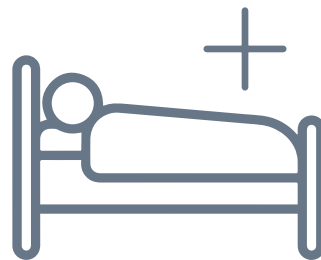
2

Öffnungszeiten
flexibilisieren.



3

Gäste länger
behalten.

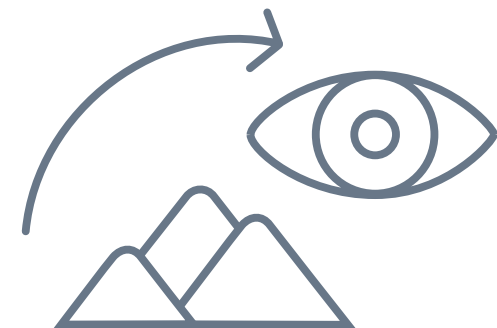


4

Märktemix aktiv
gestalten.

5

Das Auge reist mit.



Key Partner Meetings.

Neue Struktur ab 2023.



Schweiz.



Schweiz.

Änderungen ab 2023.

- Das Key Partner Meeting (KPM) am Ferientag findet nicht mehr statt.
- Er wird im Juni durch ein Digitales KPM ersetzt.
- Das KPM vom September wird neu im Oktober als KPM Extended stattfinden.
- Die Marketing Partner Days (2022) werden in das KPM Extended integriert.

Ziele :

- Besseres Timing für die Präsentation von Marktaktivitäten.
- Optimale Koordination von zentralen Kampagnenangeboten und Märkten.



Schweiz.

Key Partner Meeting Extended.

- Findet jedes Jahr im Oktober statt.
- Integriert Märkte, Marketing und andere Abteilungen von ST.
- Findet an zwei Tagen statt. Abend zum Netzwerken.
- Mix aus bilateralen Treffen und Plenarsitzungen.



Schweiz.

Key Partner Meetings 2023ff.

	JAN	FEB	MAR	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
ST Marketing Partner visits												
Digital KPM												
ST Markets Partner visits												
KPM Extended												

ST Finanzierung.



Schweiz.



Finanzierung ST 2024 – 27: Plan.

Ausgangslage

- ST beantragt CHF 258 Mio. für vier Jahre.
(230 wie bisher, plus Teuerung 8 und für Nachhaltigkeit und Digitalisierung 20)
- Bundesrat beantragt CHF 233 Mio.
(230 wie bisher, plus Teuerung 3, nur Schweiz).
- Ziel von ST sind CHF 258 Mio., bzw. sicher nicht weniger als CHF 233 Mio.
- Behandlung in Kommissionen März bis Mai, im Parlament Juni & September.
- Offizielle Kampagne Tourismus-/Standortförderung durch STV/TA.
- ST liefert Argumente, Fakten, Informationen, Material.
- ST informiert punktuell/direkt Parlamentsmitglieder.



Schweiz.

Finanzierung ST 2024 – 27: Rolle RDK.

Zweifache Unterstützung durch RDK

- Ermöglichen von Zusammentreffen/Gesprächen mit regionalen Parlamentarierinnen und Parlamentariern für MN (m/o Begleitung RDK).
- Einladung von ST an eigene Branchenveranstaltungen mit Möglichkeit zu einer Kurzpräsentation und zur (informellen) Interaktion mit Gästen.
Denkbar: Neujahrsempfang, Parlamentarier-Anlass, Generalversammlung.
Gäste: Nationale Parlamentarier, Branche.
- Kontakt: markus.berger@switzerland.com, 079 808 67 57



Schweiz.

Fernmärkte Bericht.

Christian Lässer



Schweiz.

Pre-Read gemäss separatem Bericht

Update Swisstainable.

Viviane Grobet



Schweiz.



Schweiz.

Tourismusziele.

1

Neugäste gewinnen

ST übernimmt die aufwendige und teure Aufgabe der Neugästeansprache.

2

Logiernächte und Frequenzen erhöhen

Die ausgezeichnete touristische Infrastruktur soll optimal ausgelastet sein.

3

Aufenthaltsdauer verlängern

Die Gäste sollen möglichst lange in der Schweiz verweilen.

4

Wertschöpfung steigern

Die Premiumdestination Schweiz soll eine hohe touristische Wertschöpfung erbringen und damit Innovationen und Investitionen ermöglichen.

5

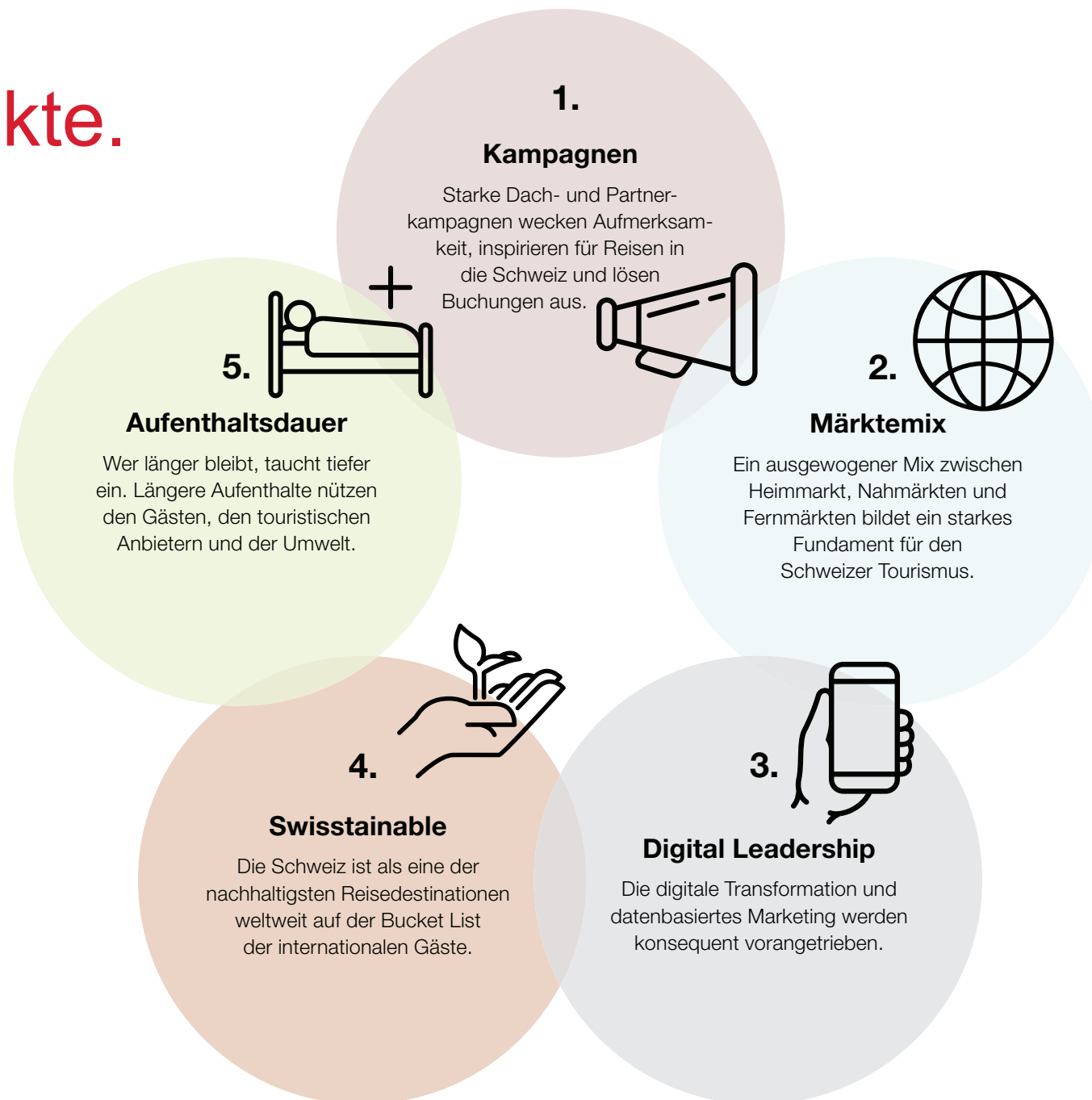
Nachhaltige Balance anvisieren

Die zeitliche und räumliche Diversifikation, ein ausgewogener Gästemix sowie verantwortungsbewusstes Handeln sorgen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung.

Schwerpunkte.



Schweiz.



Strategie für einen nachhaltigen Tourismus.



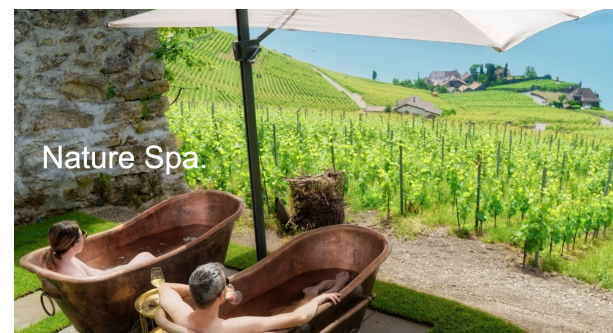
Schweiz.



Wie wir den Swisstainable-Gedanken teilen.



- Teilnahme an nationalen und internationalen Webinaren, Workshops, Konferenzen
- Vollständige Transparenz des gesamten Ansatzes und Prozesses.
- ...



- Medienarbeit & PR stunts
- Produkteentwicklungen
- ...



- Nachhaltige Packages bei internationalen Reiseveranstaltern.
- Partnerschaften und Kooperationen innerhalb der Branche, z.B. mit ATTA, GDS etc.
- ...



**IVANO
KÜNZLI**

Because nature gives him so much, Ivano tries to live as sustainably as possible. Yet he still feels like most of us: overwhelmed, powerless and disoriented at times.



**MAURO
DOTTA**

Mauro is convinced that we can enjoy the adventures of our mountains in balance with natural resources. 'We only have this planet, we don't have anywhere else to go', he says.



**KAZU
HUGGLER**

Kazu's 'Swisstainable Journey' is coined by her search for harmony and balance - between nature and the city, traditions and trends, resources and consumption.

- Storytelling
- Nationale und internationale Marketing- and Kommunikationskampagnen
- ...



Schweiz.

Wir konzentrieren uns auf vier Themenfelder.

Wir stellen kommunikativ die Themen und Projekte ins Zentrum, die wir belegen können, die Gäste auch spüren und bei denen wir uns medial eine grosse Wirkung versprechen. Das sind:



Swisstainable Sommer-Kampagne 2023.

Fokus: ÖV
Ziel-Markt: Schweiz

Mit der Sommer Swisstainable Kampagne möchten wir im Markt Schweiz die Bekanntheit von Swisstainable deutlich erhöhen und damit auch der Swisstainable Bewegung für einen nachhaltigen Tourismus nochmals Schub verleihen.

Konzept.

**Swisstainable
unterwegs.**

Wir alle machen's möglich.



Schweiz.

Wie könnte das visuell funktionieren? B2C

Work in progress

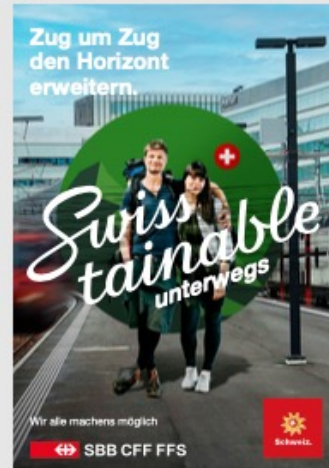
B

REWORK VISUAL B2C

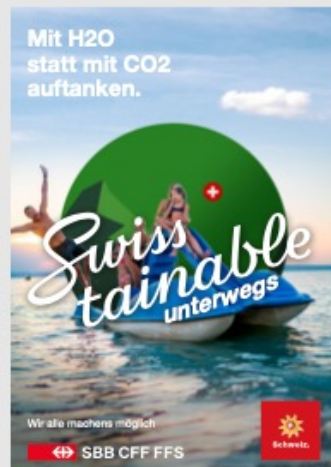
Headline Option:
Mit kleinem Abdruck zu grossen
Abenteuern.



Headline Option:
Der Zukunft immer einen
Zug voraus sein.

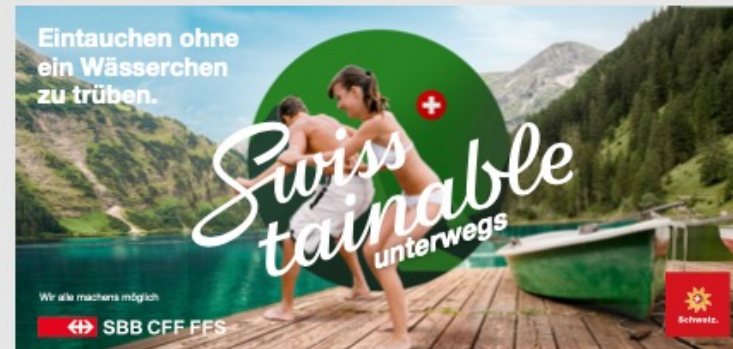


Headline Option:
Energieverbrauch
mit H2O statt CO2.

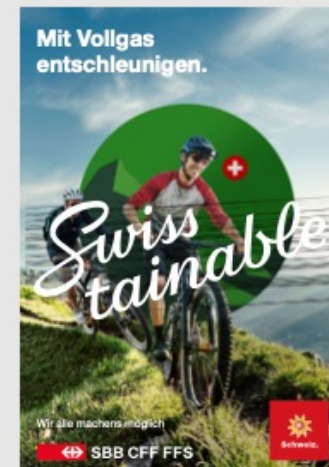


Family Traveler

Nature Lover



Outdoor Enthusiast



Headline Option:
Einfach mal alles
runterfahren.



Schweiz.

Wie könnte das visuell funktionieren? SBB

B

REWORK VISUAL B2C (SBB)

Headline Option:
Einfach mal alles
runterfahren.



Headline Option:
Im Höhenrausch
gegen
Klimawandel.

Headline Option:
Mit gutem Gewissen
alles hängen lassen



Work in progress

Headline Option:
Wo Nachhaltigkeit
kein Drahtseilakt
ist.

Headline Option:
Grenzen überbrücken
und seinem Weg
treu bleiben.





Schweiz.

Wie könnte das visuell funktionieren? B2B

Work in progress

Koch/Köchin

Headline Option:
Für Würze auf die
Kürze der Wege set-
zen.

**Mit lokalen Zutaten
zu Weltklasse
Gerichten.**

Sternköchin
Céline Ducroux



**Swiss
tainable
unterwegs**

Wir alle machens möglich

 SBB CFF FFS



Hotelier/Hoteliere

Headline Option:
Für Höhenflüge und
Tiefenentspannung.

**Natur und Energie
unter eine Decke
bringen.**

Daniel Lauber,
Cervo Mountain Resort



**Swiss
tainable
unterwegs**

Wir alle machens möglich

 SBB CFF FFS



SBB-Lokführer:in

**Für unsere
Umwelt auf der
Spur bleiben.**

Lokführer
Sandro Berthod



**Swiss
tainable
unterwegs**

Wir alle machens möglich

 SBB CFF FFS





**Campaign:
Summer in the
Swiss Cities.**



Schweiz.

USP.

Zurich, Bern, Basel, Lucerne, Lugano, Geneva, St. Gallen and Lausanne are all located on lakes and rivers. A USP for Swiss cities is that you can **swim** in all of them, unlike those in European cities. All cities therefore exude **summer vacation feeling**.



Schweiz.

The clue.

You can combine a fantastic
Swiss **city trip** with bathing,
refreshing and **summer**
feeling.

Moodboard.



Schweiz.



Swisstainable integration.

- Integration of Swisstainable providers such as hotels, youth hostels & restaurants
- Festivals / openairs with a sustainability concept
- Highlight fountains in terms of drinking water

Note: In most cities, the Swisstainable hotel & restaurant providers are in the high price segment and not for a younger, money-savvy target group. Therefore, we select a few suitable providers per city for the target group and supplement them **with tips & tricks for sustainable travel in the cities**, e.g.

- Refill your water bottle instead of buying plastic bottles
- Explore on foot, bike or public transport
- Recycle / reduce waste
- Leave no trace



Schweiz.



Wie Care,
Zürich, Schweiz.

Erleben Übernachten Informieren

Erleben Nachhaltige Tipps Bewusst genießen

Bewusst genießen

Ob 100% biologisch, bewusst mit lokalen und saisonalen Zutaten zubereitet oder komplett vegan: So geht nachhaltiger Genuss in Zürich.

Nachhaltiger Genuss ist in Zürich ganz einfach, denn die meisten Restaurants achten in Zürich auf Lokalität und Saisonalität der verwendeten Produkte. Dazu kaufen nicht wenige Küchenchefs ihre Zutaten direkt an einem der vielen **Wochenmärkte Zürichs**.

Zudem erfreuen sich in Zürich vegetarische und vegane Restaurants grosser Beliebtheit, wie **diese Liste** zeigt. Das kommt nicht von ungefähr: Immerhin ist Zürich stolze Heimatstadt der Familie Hilt, denn ihre Restaurants seit 1988 komplett auf vegetarische Ernährung setzt.

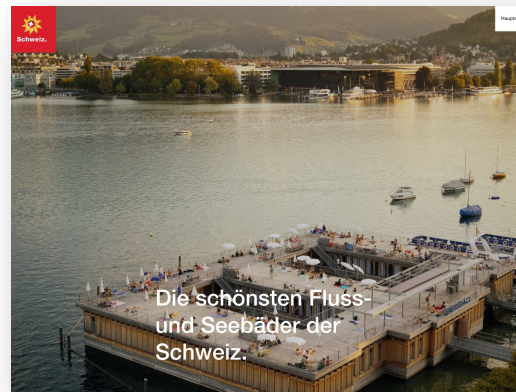
Oh nun aber vegan, ausschliesslich mit regionalen Produkten zubereitet oder mit Blick auf ihren Anbau in den folgenden Lokalitäten darf ohne schlechtes Gewissen geschmeckt werden.



Für noch mehr Inspiration: testlab.ch
Überschüssiges Essen retten: toogoodtogo.ch

Content hub Mys.ch

- Swim & Summer specific LP per main Swiss City
- Theme related content
- Listicles and bucket lists
- Etc.



Die Schweiz ist das Wasserschiff Europas. Dass dem wirklich so ist, beweisen unsere einzigartigen Bäder an Seen und Flüssen. Viele liegen mitten in der Stadt. Wir haben für Sie die Schönten herausgesucht.



Lido Ascona
Am Lago Maggiore findet man das beliebteste Sommerbad der Region. Hier kann man sich an der Uferpromenade entspannen und die Berglandschaft genießen.

**Rheinbad Breite
Basel**

Das Rheinbad Breite ist ein beliebtes Sommerbad in Basel. Hier kann man sich an der Uferpromenade entspannen und die Berglandschaft genießen.



Eingebettet in ein eindruckliches Bergpanorama liegt Luzern, das Tor zur Zentralschweiz, am Vierwaldstättersee. Die Stadt ist dank ihrer Sehenswürdigkeiten, dem attraktiven Shoppingangebot, der einzigartigen Lage am See und der nahen Ausflugsberge Rigi, Pilatus oder Stanserhorn Ziel vieler Reisegruppen und Individualgäste auf ihrer Reise quer durch die Schweiz.



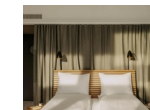
The best bars with lake view
Restaurant Mill'Feuille



Swisstainable Eating



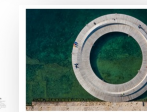
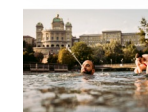
Swisstainable sleeping for small budgets



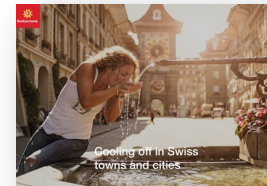
Luzern on Social Media



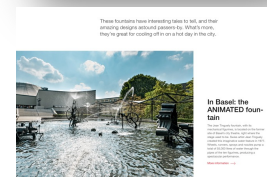
Discover other Swiss Cities on water



Schweiz.



Cooling off in Swiss towns and cities



In Basel: the ANIMATED fountain

These fountains have interesting tales to tell, and their amazing designs attract parents to, what many say is, great for cooling off on hot days.



In Basel: the ANIMATED fountain

These fountains have interesting tales to tell, and their amazing designs attract parents to, what many say is, great for cooling off on hot days.

In Basel: the ANIMATED fountain

These fountains have interesting tales to tell, and their amazing designs attract parents to, what many say is, great for cooling off on hot days.

Fragen?

Danke. Merci. Grazie. Grazia.



Schweiz.