



Schweiz.



Schweiz.

Pre-Read ST Update - RDK Sitzung.

Martin Nydegger, André Hefti, Viviane Grobet

15. Februar 2023

Agenda.



Schweiz.

1. ST Finanzen & Partner
2. Update Marketing
3. Update Digital
4. STM Strategie
5. Update Grand Tour of Switzerland



Schweiz.

ST Finanzen & Partner

Martin Nydegger

Montreux

Rückblick Recovery Plan 2022.



Schweiz.



Schweiz.

ST Marketing 2022.

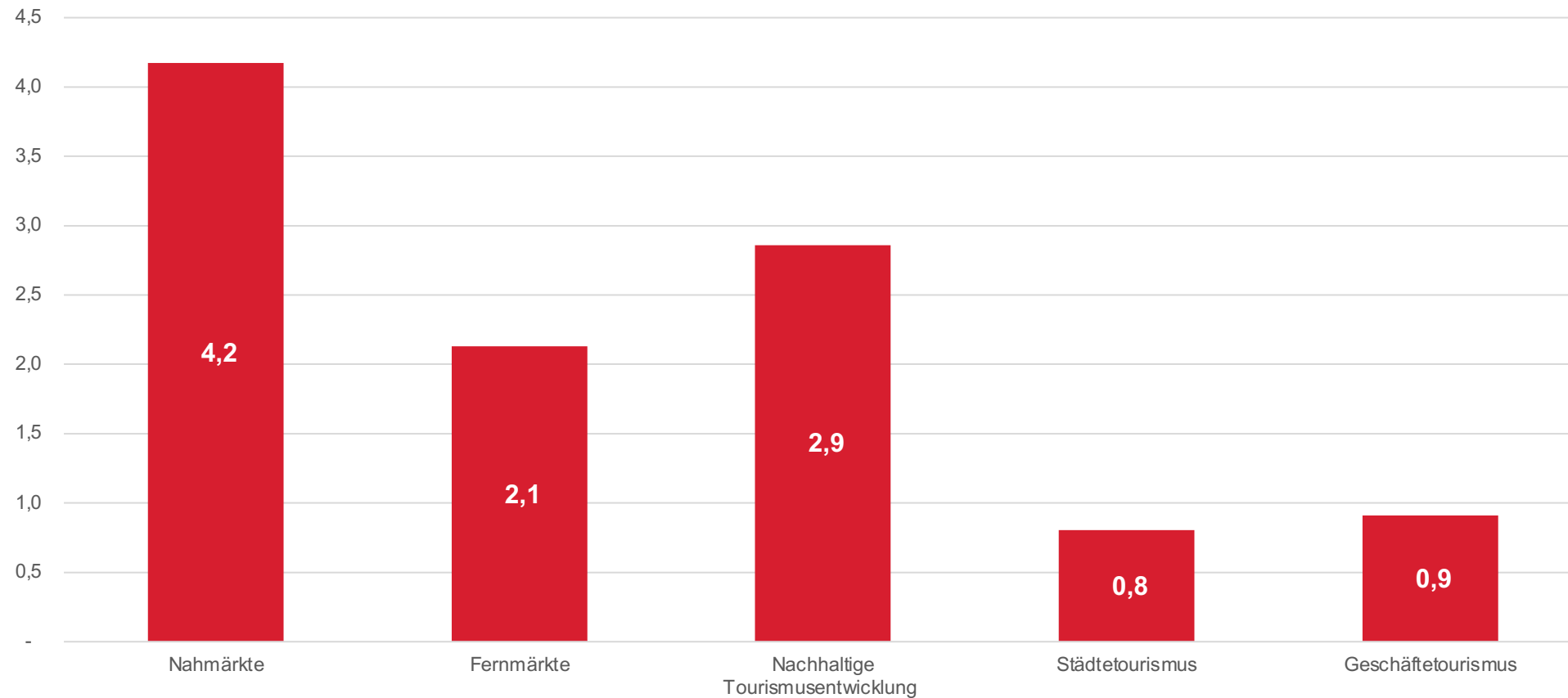
Mittelherkunft in Mio. CHF.

Herkunft	Betrag
Bundesmittel	8.5
Fond «ausserordentliche Ereignisse»	1.0
ST Eigene Mittel	1.5
Abgrenzung aus 2021	1.1
Total	12.1



Schweiz.

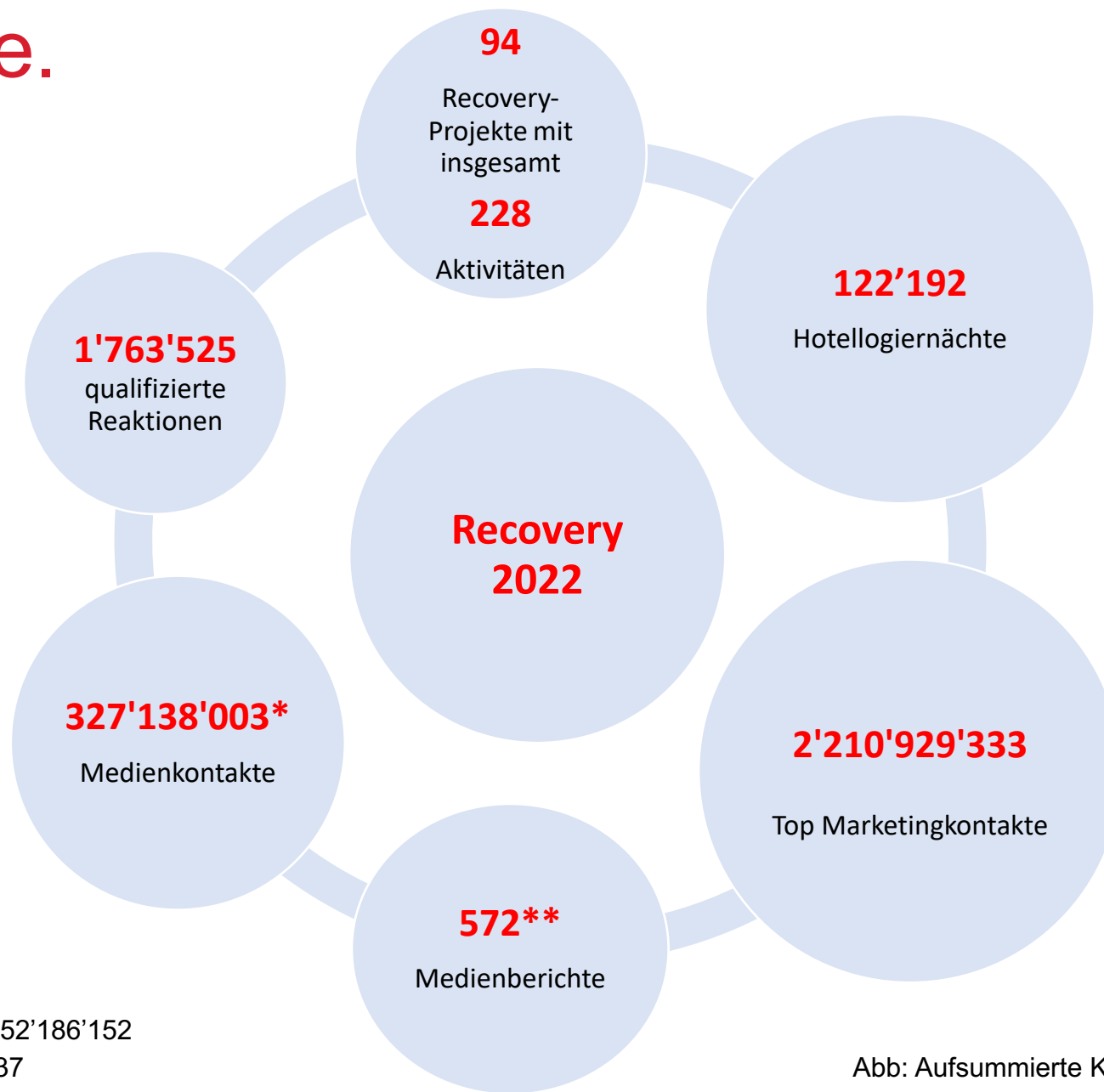
Mittelverwendung 2022 (in Mio. CHF).



Resultate.



Schweiz.



* Davon Top Medienkontakte 152'186'152

** Davon Top Medienberichte 137

Abb: Aufsummierte Kennzahlen des Recovery Programms 2022.



Schweiz.

Ausblick Recovery Plan 2023.





Schweiz.

ST Marketing 2023.

Mittelherkunft in Mio. CHF.

Herkunft	Betrag
Bundesmittel	6.5
Fond «ausserordentliche Ereignisse»	1.0
ST Eigene Mittel	0.5
Abgrenzung aus 2022	1.2
Total	9.2



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	1'040'000	890'000	-	-	-
Swisstainable generisch & 4 Hebel	1'000'000	655'000	185'000	-	-	-
HQ Swisstainable Stelle + STV	330'000	-	-	-	-	-
Geschäftstourismus	-	-	-	-	700'000	-
Städtetourismus	300'000	285'000	245'000	-	-	-
Herbst	300'000	300'000	-	-	-	-
Special Market Projects	-	50'000	-	550'000	-	686'440

* Ansicht ohne jahresübergreifende Projekte 22/23



Schweiz.

Rückblick Entlastungszahlungen Jahr 2022.



Übertragungen an andere Partner der Entlastungsleistungen 2022/2023.

- Seco wurde von der EFK überprüft
- Die Übertragung der Entlastungsbeiträge an andere Partner war im Abkommen nicht explizit geregelt
- Die Lücke wurde geschlossen und folgend wurde beschlossen:
 - a. Überweisungen sind innerhalb der gleichen Tourismusregion (RDK) bis zu einem Höchstbetrag von CHF 5'000 erlaubt (Abtretungs-Formular muss ausgefüllt werden → 42 Fälle)
 - b. Überweisungen zwischen CHF 5'000 und CHF 10'000 sind in begründeten Ausnahmefällen möglich (ST prüft den Antrag → 5 Fälle)
 - c. **Abtretungen über CHF 10'000 sind nicht möglich → 3 Fälle**



Schweiz.

Entlastungszahlungen 2022.

Stand 31.12.2022 weitere Buchungen sind im Januar getätigt worden.

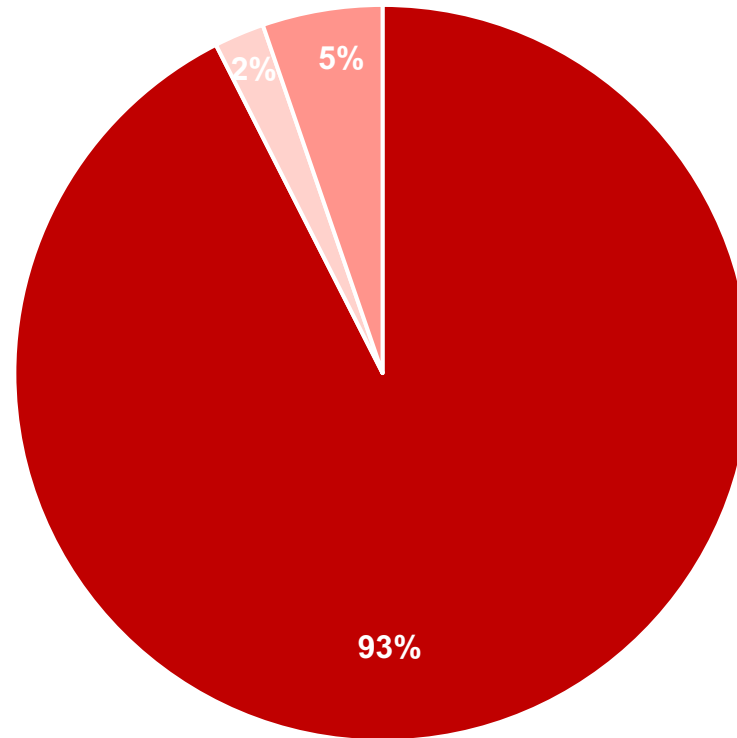
• Touristische Partner mit Anrecht auf Kredite	1066
• Bundesgelder	CHF 8.5 Mio.
• Partner, die den Kredit im 2022 vollständig aufgebraucht	631
• den Kredit im 2022 teilweise nicht eingesetzt haben	39
• Partner, die den Kredit im 2022 nicht eingesetzt haben	396



Schweiz.

Verteilung der Kreditsumme nach Nutzung.

Übersicht abgerufene Kredite 2022 in CHF Wert



- 631 Kredite aufgebraucht
- 39 Kredite teilweise aufgebraucht
- 396 Kredite nicht abgerufen



Schweiz.

Ausblick Entlastungszahlungen Jahr 2023.

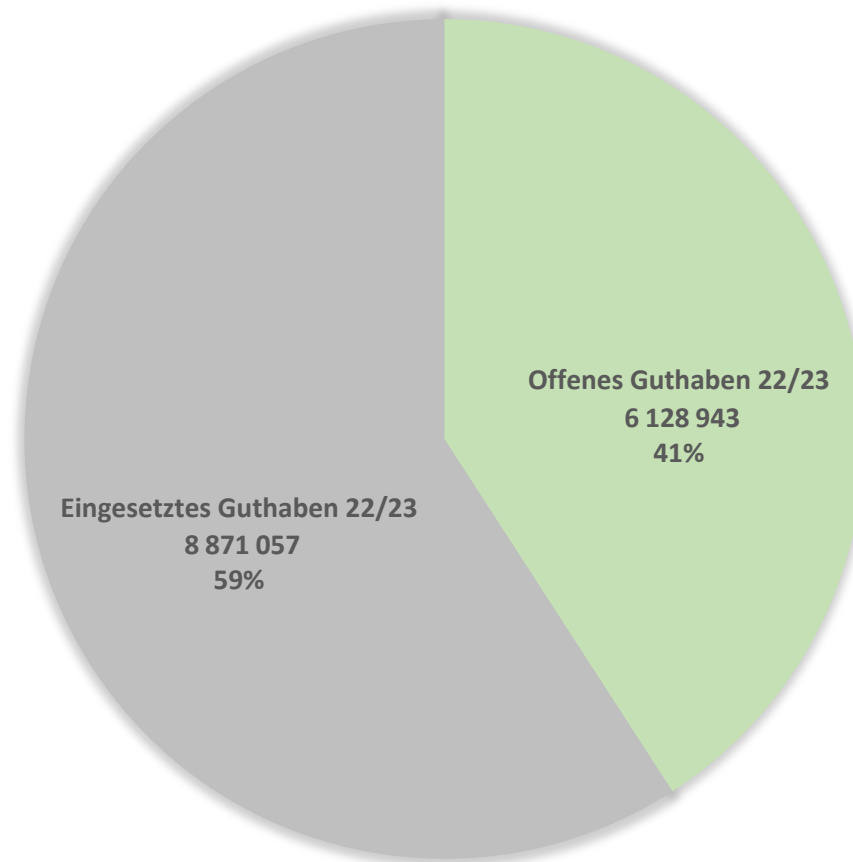
Übersicht Guthaben Entlastungszahlungen 2022 und 2023.

(Stand 07.02.10.2023)

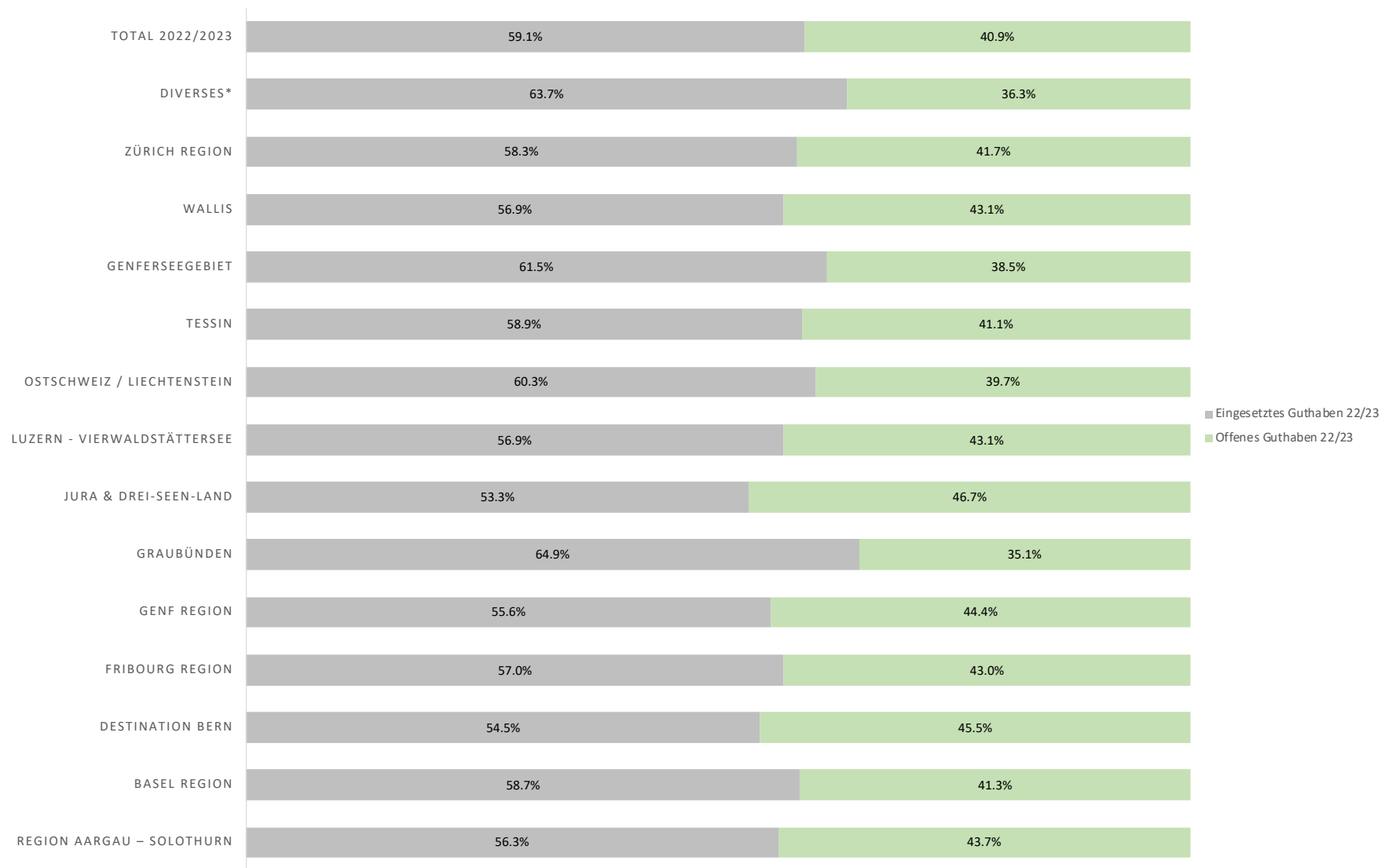


Schweiz.

GUTHABEN INSGESAMT
(JAHREN 22/23 - 8.5 MIO. 1066 PARTNER)



Budget 2023 der Regionen.





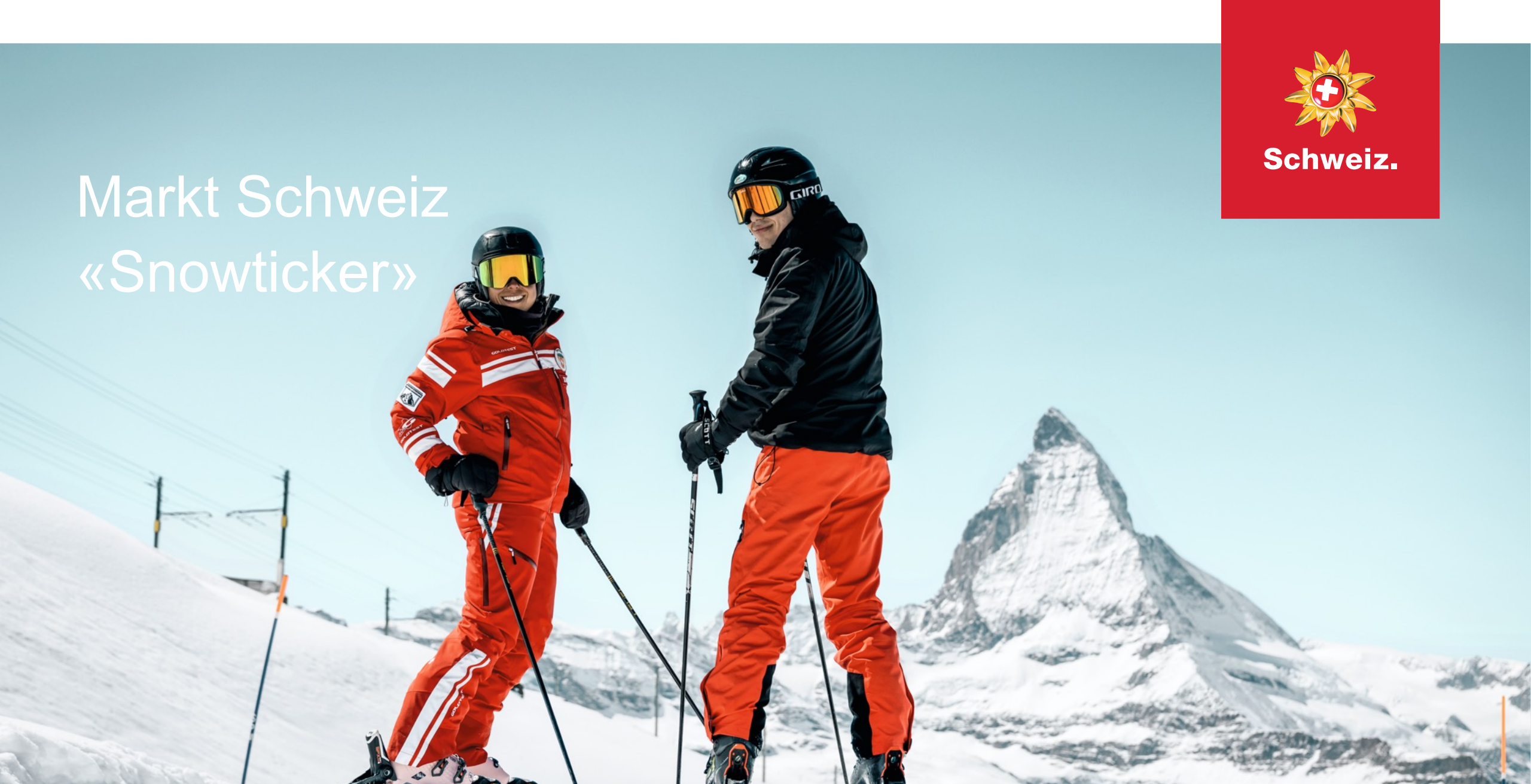
Next Steps.

- RDK Direktoren erhalten die Übersicht der noch offenen RDK Beträge (Range) bis 1.3.23
- Vertrauliche Informationen!
- Restbeträge 2022 sind in die Budgets 2023 eingeflossen
- Die Entlastungsgelder müssen bis am **31.12.2023** eingesetzt werden, Nicht eingesetzte Beträge gehen an den Bund zurück
- Im 2023 werden die Partner vermehrt über Einsatzmöglichkeit der Entlastungsgelder hingewiesen (z.B. Teilnahme FT, STM, Hotelkooperationen, etc.)

Markt Schweiz «Snowticker»



Schweiz.



Absicht.



Schweiz.

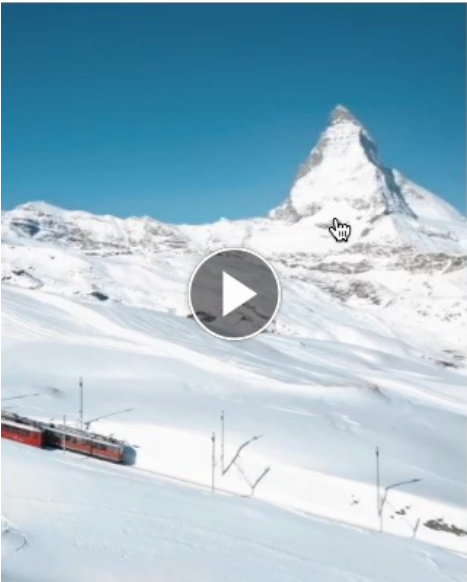
- Gegenkommunikation (grüne/braune Bilder)
- Das Interesse am Winter, Wintersport und den bevorstehenden Skiferien wecken
- Unterstützung des Schweizer Winters und der Winterdestinationen

Partner Kampagne.

FB/Insta: Generic Mood

 **Switzerland. (CH - English)**  Sponsored · 

Experience all the facets of winter – at its most beautiful in Switzerland.    



myswitzerland.com
Get out into the snow – we show you where [Learn more](#)

 Like  Comment  Share

FB/Insta: Content partner campaign winter 22/23

 **Suisse. (FR, BE - French, LU - French)**  with Valais Wallis. Sponsored · 

Se balader dans un paysage d'hiver encadré de sommets de plus de 3000 mètres et dormir à Fafieralp – un moment apaisant.



myswitzerland.com
La magie de l'hiver dans le Lötschental [Learn more](#)

 Like  Comment  Share

 **Schweiz. (CH - German, LI - German)**  with FRIBOURG REGION. Sponsored · 

Snowtubing, Bowling, Fussballgolf, Schaukeln, Rutschen und noch vieles mehr bietet die familienfreundliche Winteroase.



myswitzerland.com
Bereit für das Kinderparadies in... [Learn more](#)

 Like  Comment  Share

Youtube/ Teads: Generic Mood

YouTube  



Winter erleben [www.myswitzerland.com](#) [Mehr Infos](#)

0:14 / 0:56

Das Video beginnt in 5

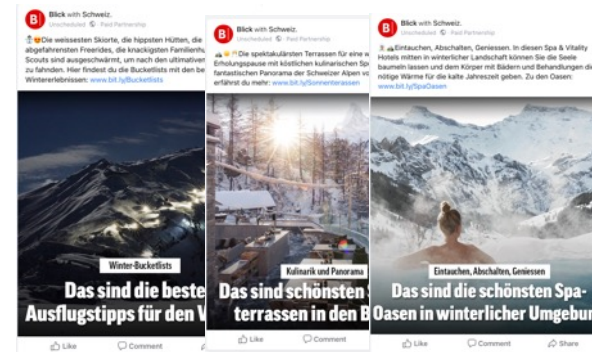


Medienpartnerschaften – NZZ, Le Temps, Ringier, Schweiz.

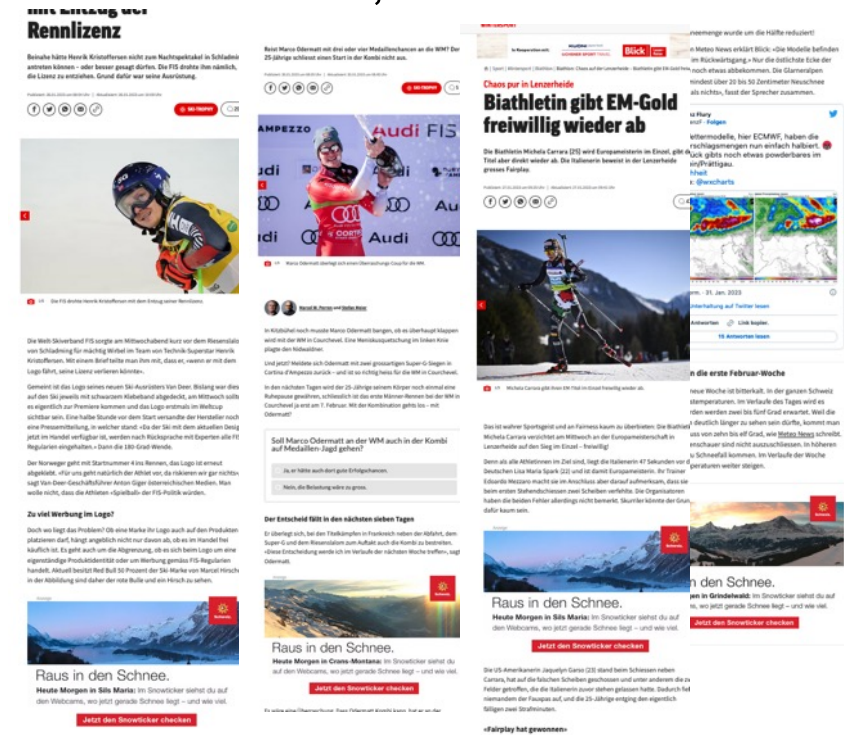
■ Schweizer Illustrierte



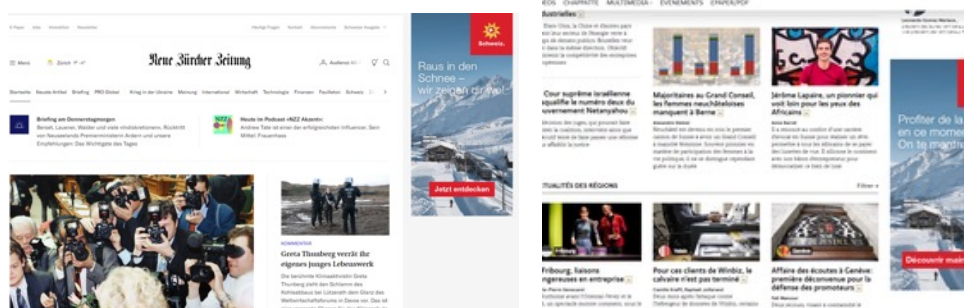
■ Blick Social Posts



■ Blick.ch, Bluenews.ch



■ NZZ & Le Temps





Schweiz.

Marketing Update.

RDK Sitzung, André Hefti
28. Februar 2023



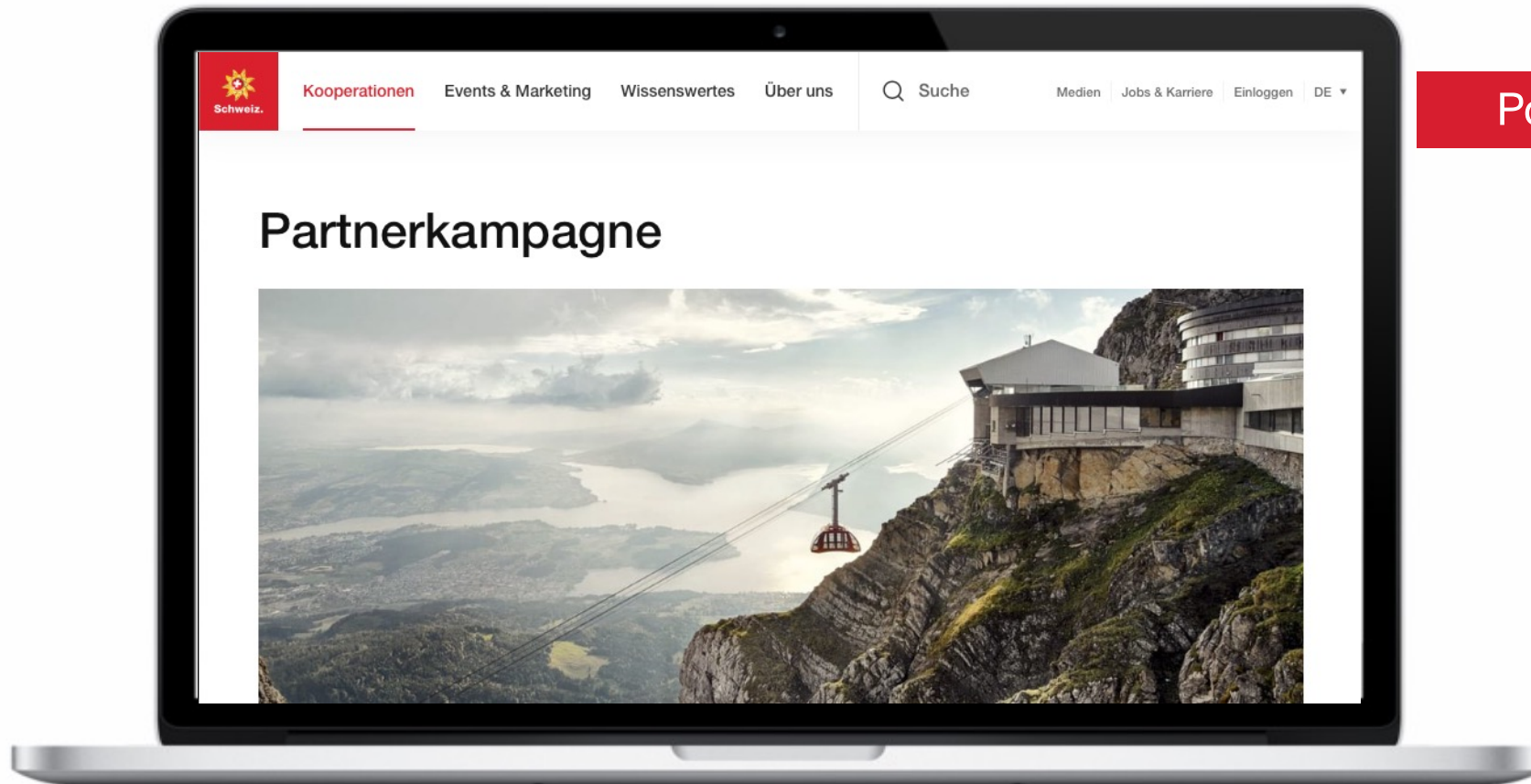
Schweiz.

1. Update Partnerkampagne.

Highlights Partner Kampagne 2022.



Schweiz.



Potentiell grösste ST Kampagne

>120 Content Items

>3,5Mio Umsatz

56 Partner

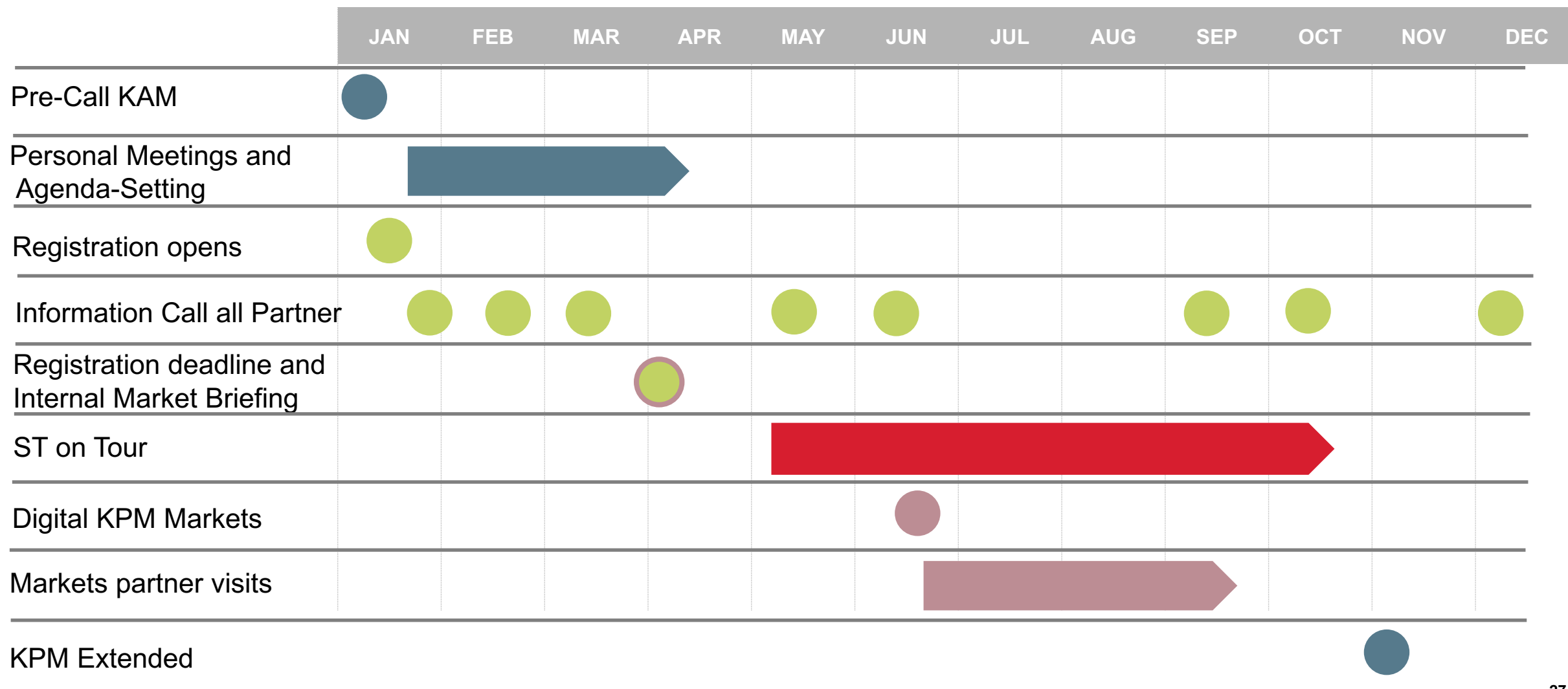
> 209Mio.* Impressionen

> 17 Mio.* Video Views

600'000 Magazine

* Winterzahlen 22/23 ausstehend

Partner Engagement 2023.





ST Partnermodell (Reminder 2020).

- Modell funktioniert bei stabilem Investitionsvolumen
(basierend auf Pre-Covid Jahren)
- Märkteaktivitäten bauen darauf auf.
- Die Regionen handeln solidarisch.
- CHF 100'000.- Mindestinvestment pro RDK je Kampagnenteilnahme
(Sommer, Winter, Herbst, Städte)
- Nach Möglichkeit werden langfristige Verträge angestrebt.



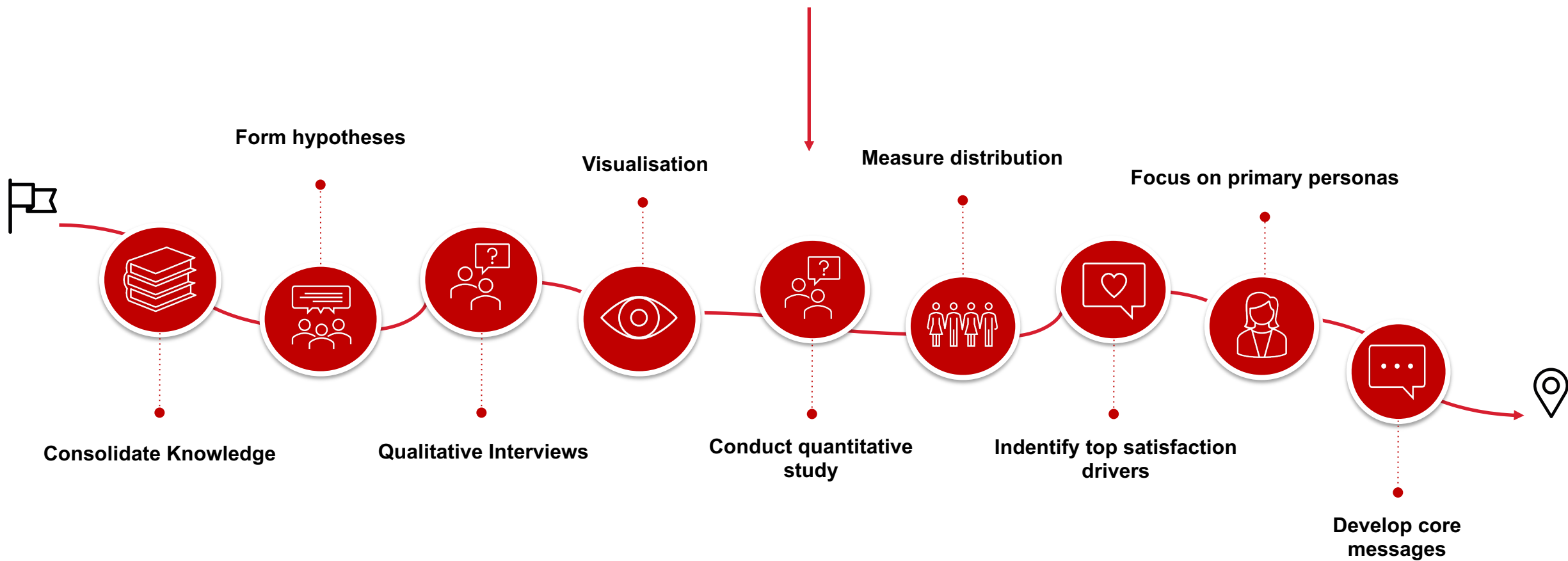
Schweiz.

2. Neue Ziegruppen-Segmentierung für den Schweizer Tourismus



Schweiz.

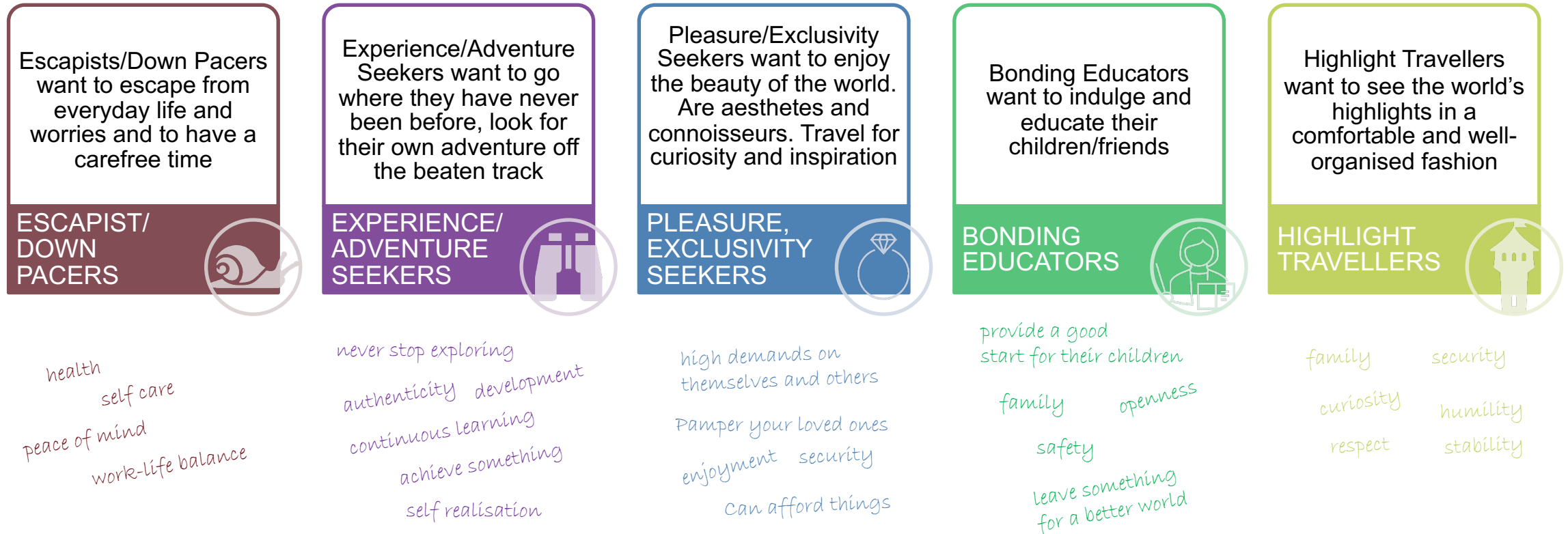
Projekt “Aura” - Scope.





Schweiz.

Erster Wurf der 5 Personas basierend auf qualitativer Befragung.



Note: The identified personas are based on the universe studied. As a case in point, pure beach holidaymakers or pure city travellers were excluded. Furthermore, the respondents interviewed in the USA and Singapore were exclusively persons who travel regularly to long-haul holiday destinations. Therefore, It cannot be ruled out that a broader definition of the universe could result in additional personas



Schweiz.

3. iGB – Brand Refresh ST.



1980



1995



2023



Schweiz.

Zielsetzung.

1. Positionierung “Our Nature Energises You”
2. Schweizer Fahne als zentrales Element
3. Ein eigenständiger Auftritt
4. Ein wertiger Absender
5. Ein langfristiges Investment

4. ST auf Social Media.



Schweiz.



Schweiz.

Social Media in Zahlen - 2022.

12
Platforms
> 50
Accounts

> 5 mn
Fans
& Follower

> 1.5 bn
Impressions
> 5 mn
Engagements

Every
5 sec
someone
likes our
content





Schweiz.

5. Grand Train Tour of Switzerland.

GTToS Campaign with Roger Federer.



Schweiz.

Campaign Objectives

- Awareness: international awareness for Switzerland as an attractive travel country
- Earned reach: big int. media buzz thanks to prominent brand ambassador, co-star and creative storytelling
- Attraction: knowledge about touring offers, especially the Grand Train Tour in Switzerland
- Stay longer: extension of overnight stays

Target markets

- International campaign with a focus on USA, India, South Korea, UK, SEA, Germany, France, Italy and Japan

Segment

- Attraction Tourer



Storytelling.



Schweiz.

Roger Federer has convinced yet another co-star to do a Switzerland Tourism ad together, this time to promote the Grand Train Tour of Switzerland. It starts off well, until the two board a panoramic train instead of the specially prepared carriage.



«Together we go big.»



Schweiz.

«Together we go big.»

- **Idea:** in order to generate as much organic views as possible at the very beginning we want to make use of all organisations in the Swiss Tourism Industry (e.g. regions, destinations, hotels, mountain railways, public transport companies, etc.)
- **Deal:** «Content for Reach» – ST provides the most exclusive high-end content piece of the year, the touristic organizations provide the reach of their own channels (e.g. Newsletters, Social Media channels)
- **Process:** every touristic organization gets the possibility to share the main film in the very first second of the campaign launch. To be entitled to do so the touristic organization must register beforehand, sign an NDA and adhere to the ST wordings.



Schweiz.

Timing.

- Info RDK 28.2.
- Communication of offer via B2B Newsletter 1.3.
- Registration opens 1.3.
- Registration closes 22.3.
- Content delivery from ST to participants 27.3.
- Campaign Launch 30.3.

Launch Date:
Thursday, March 30th



Schweiz.

6. Swisstainable Summer.

Swisstainable *unterwegs*.



Schweiz.

USP

- Swisstainable at the heart – visually and contextually with an unbeatable partner: SBB
- Strong commitment from the tourism industry: RailAway with own product line, HotellerieSuisse and GastroSuisse as co-brands for the B2B campaign.

Message

- Switzerland is a sustainable travel destination. Swisstainable
- Discover the Swiss summer by train

Market

Switzerland

On air

Start 1st of June 2023, 3-4 weeks

Target group

- **B2C:** Broad public living in Switzerland with a focus on Families, Nature lovers and Outdoor Enthusiasts and Politicians
- **B2B:** Tourism providers
(hotel, gastronomy, leisure and transportation)





Schweiz.

Objectives & Campaign Elements.

B2C objectives

Significantly increase the qualified awareness of Swisstainable

The broad public knows Swisstainable and understands what it stands for – sustainable travel in Switzerland.

80 Mio. Marketing contacts

B2B objectives

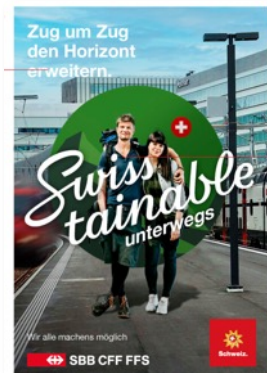
Win 500 new participants for the Swisstainable program.

Co-Brandings with HotellerieSuisse, GastroSuisse and SBB

Launch Event and Locomotive



(D)OOH Campaign at train stations



Bookable Product



B2B Ambassador Campaign



Video Campaign



SRF Meteo Sponsoring





Schweiz.

7. 100% Women Cycling.



Our mission.

In 2023, 100% Women is all about cycling - and getting out of your bike comfort zone and into new adventures! We are looking for the big and small challenges and experiences on two wheels that make life & vacations in Switzerland spicy. And they are as versatile as the women themselves!



Schweiz.



Soft launch
International Women's Day
March 8



Campaign elements.

100%
Women.



Schweiz.

- **Celebrity Cycling Challenge**
 - with Beatrice Egli, CEOs, etc.
- **100% Women Gravel Challenge (May)**
 - 8 Swiss (ex) cycling pros gravel in four days from Lake Constance to Lake Geneva
 - e.g. Natalie Schneitter, Gehrig Twins, Monika Sattler, Emma Pooly, etc.
- **Influencer & Media Trips (June)**
 - Approx. 25 women discover Switzerland on 3 bike types (Grison, Ticino, Gstaad)
 - E-Racing Bike Trip in Jura 3 Lakes (April)
- **MySwitzerland.com/women,**
 - including 50 guided women-only cycling offers
- **Komoot Campaign:** Themed best-of itineraries and community building





Schweiz.

8. Summer in the City.

Lettenbadi, Zürich

Summer in the City Campaign.



Schweiz.

USP

Most cities are located on lakes and rivers. Our water is pure and you can **swim** in all of them, unlike in most European cities. And drinking water flows from every fountain.

Target group

25-35 year old city breakers* who are curious and have an affinity for sustainability and social media.

Markets

Germany, UK, US, Spain, Italy, France, Benelux, Switzerland



Message

In Switzerland, you can have it all on a city break in summer! A refreshing lake, river or fountain is never far away. That is pure summer vacation feeling with a Swisstainable twist.

Summer in the City Campaign.



Schweiz.

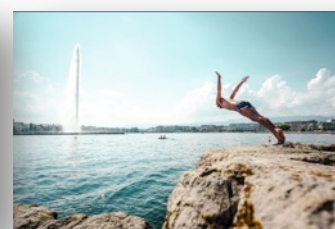
A social media-strong, fun campaign, running from June until August 2023.

- Video campaign with moody short clips
 - Including creative, social media specific assets
- Influencer campaign
- International media trip
- Campaign landingpage
 - City specific content
 - Swisstainable tips & providers

Fountain Dip



Bathable fountains in various Cities become a highlight experience for our guests this summer. Staged, refreshing, inviting, Instagrammable and fun - including gastro partner for culinary well-being.





Schweiz.

9. Autumn Campaign 2023.

It's a blind photographer's dream!



Schweiz.

Autumn – the most sensual season.

USP

- Autumn spot: A visually impaired comedian discovers Switzerland – with humour, with joy and in a refreshing way.
- Simultaneously, we integrate Swisstainable with a focus on regionality and nature.
- Multi-sensual market stunt.

Target group

- 35-50 year old nature lovers and outdoor enthusiasts interested in sustainability and culinary discoveries.

Main objectives

- Continue to market and position autumn as an **own travel season** internationally.
- Show the **advantages of travelling** to Switzerland **between September and November**.

Markets

- Prio 1: DE, FR, UK, BeNeLux, IT
- Prio 2: CH, SEA, USA/CAN, Greater China, GCC





Schweiz.

I'ts a blind photographer's dream!

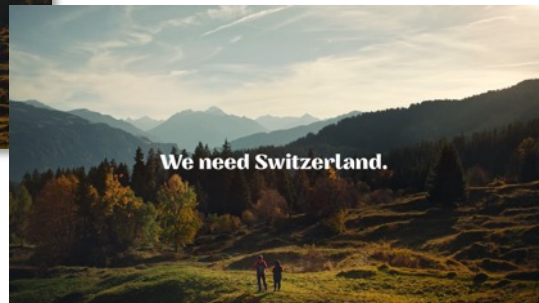
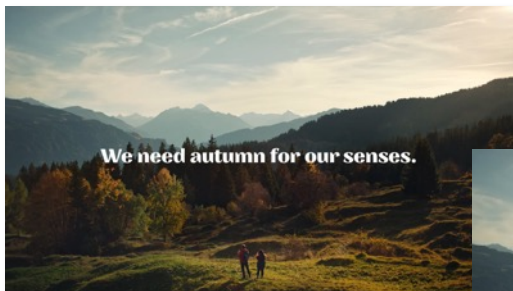
Messages - We need autumn for our senses

Our entire campaign is designed to work towards the goal of 'feeling the Swiss autumn'. Everything we communicate helps us to experience this season with all senses.

- Go on a holiday in Switzerland between September and November.
- Experience the diverse Swiss autumn with all your senses.
- Discover Switzerland as a sustainable destination.

Campaign Elements

- **Fun and respectful spot** featuring Jamie MacDonald, a blind Scottish comedian and his friend Julia. Our blind guest adds many more layers and depth to the film than if we "just" showed beautiful Switzerland.
- **Multi-sensual market stunt: Roadshow** to complement the campaign with qualitative interactions with potential guests in the markets.
- Content hub on MyS.com, Social media organic, PR work, ...





Schweiz.

10. Winter Campaign 23/24.

Winter Campaign 23/24.



Schweiz.

USP

Real winter holidays: This is something we do particularly well in Switzerland. From sustainable travel options to our winter destinations, great skiing areas and fun on the slopes, outstanding après-ski possibilities to wonderful and relaxing after-snow activities – Switzerland has it all.

Target group

25-35 year old (potential) snow sports enthusiasts that love winter and have an affinity for sustainable topics.

Markets

Germany, France, Italy, BeNeLux, UK, Switzerland



Message

In Switzerland, you can spend unforgettable winter holidays: Discover the Swiss winter and its diverse, convenient and fun offers – and become a real winter expert yourself!



Schweiz.

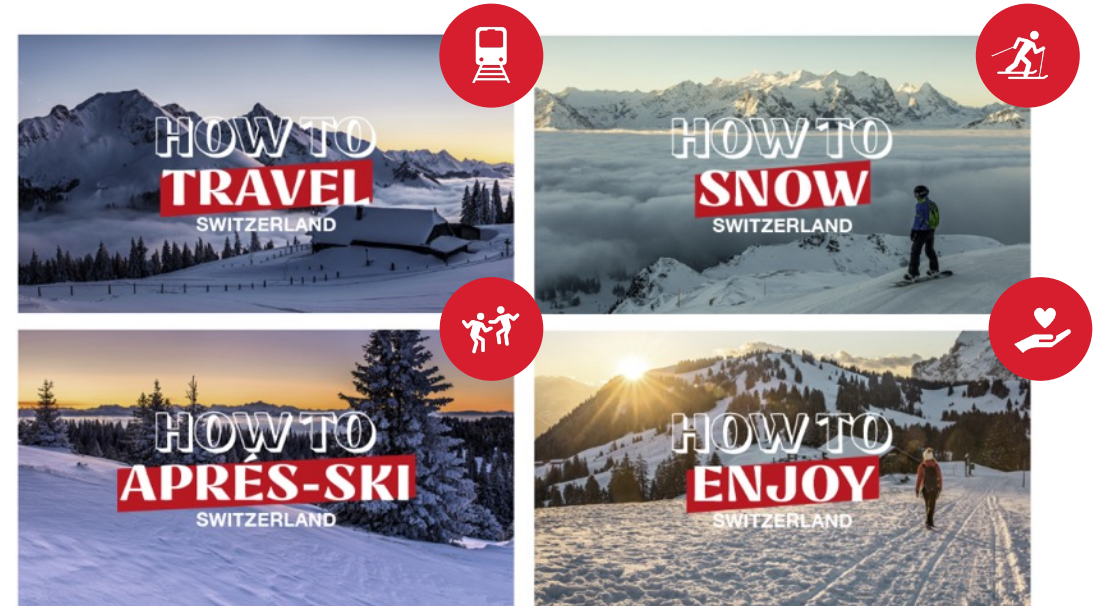
Winter Campaign 23/24.

A social media focused, fun campaign, running from November until December 2023.

- Video campaign with four short ,How to‘ clips where we provide three tips per video on how to experience and enjoy Swiss winter.
- Social media organic content
- Product ride&slide
 - Discounts and vouchers for winter travellers visiting Switzerland by train
- Campaign landing page
 - Winter specific content
 - Swisstainable tips
 - Additional tips & tricks on how to experience Swiss winter

Marco Odermatt – our campaign testimonial

The (currently) best skier in the world and part of our target group himself helps us to promote Swiss winter and explain how real winter holidays work.





Schweiz.

Update Digital.

Viviane Grobet
28. Februar 2023

Place, Region © Photographer

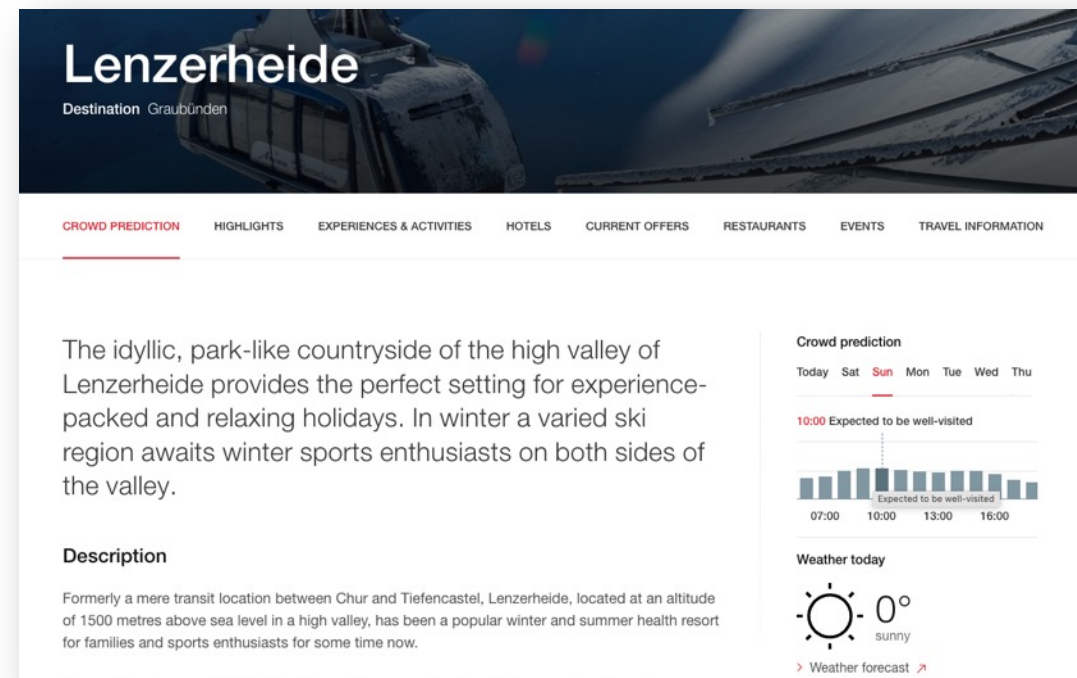
Visitor Management.

Aktueller Stand.



Schweiz.

- Integriert in 500 POI's auf MySwitzerland.
- 4.8 Mio. Impressionen März 2022 – Februar 2023.
- Primärer Mehrwert für Schweizer Gäste.
- Bisher sehr wenig Anfragen aus der Branche für Datenanbindungen.
- Kosten / Nutzenverhältnis zur Zeit nicht gegeben.

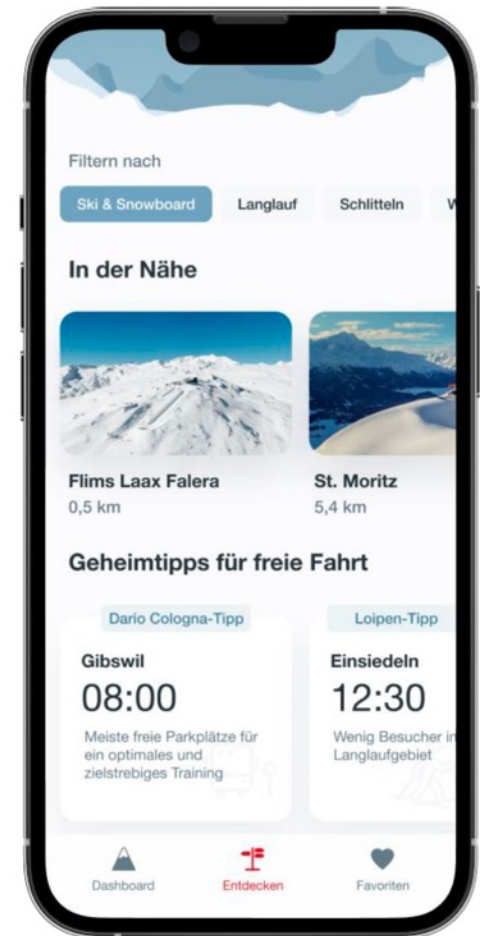
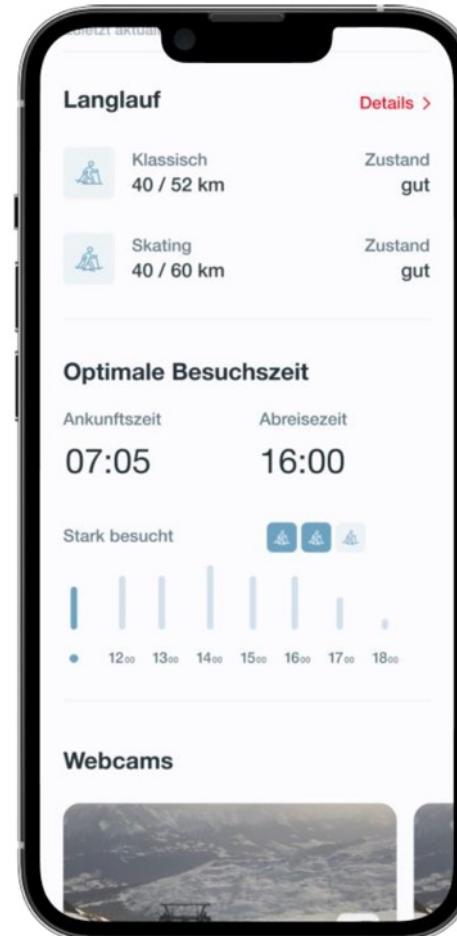




Schweiz.

Geprüfte Weiterentwicklungen.

- Ideen “Swiss Snow App”
 1. Optimale Besuchszeit.
 2. Geheimtipp für Langläufer.
 3. Stauvermeider.
- CH Stammgast im Fokus.
- Aktive Gästelenkung
 - Alternative Orte.
 - Alternative Zeiten.
 - Politisch heikel.





Nächste Schritte.

- Inputs RDK: Gibt es aus eurer Sicht einen Bedarf an diesen Crowd Prediction Daten?
- ST-intern: Grundsatzentscheid im März 2023
 - Partnerschaft weiterführen oder beenden.
 - Griffige Anwendungen über Prognose hinaus zwingend.
 - Mehrwert für die Branche.
 - Mehrwert für den internationalen Gast.
 - Politisch vereinbar.
 - Im gesunden Kosten / Nutzenverhältnis.

Meta-Search.



Idee Meta-Search.

- Automatisierte Aggregation von Erlebnissen aus unterschiedlichen Buchungskanälen.
- Angebots-Daten werden sinnvoll angereichert und mit MyS Inhalten verknüpft, um dem Gast ein perfektes Online-Erlebnis zu bieten.
- Bei Buchungsklick wird der Gast auf den entsprechenden Kanal gelenkt.



Schweiz.

Meta-Search im Kontext von ST.



Hotels



OpenBooking (Quellen: STC und
Hotelleriesuisse)

Vollautomatisiert



Ferienwohnungen



OpenBooking (Quellen: Diverse,
u.A. e-domizil)

Vollautomatisiert



Buchbare Erlebnisse / Angebote



OpenBooing als Option

Potential für Effizienzsteigerung

Modell Ferienwohnungen.



Schweiz.

Reiseziele Erlebnisse Unterkünfte Planung

Meetings  Sprache 

Ferienwohnungen

 Filter 21641 Ergebnisse



Dolce Cabane
Nendaz
1 Woche
ab CHF 1456.–
Interhome



Studio Marktplatz JA-CKIE
Interlaken
4.5
e-demiz



Chez Guenet Utzinger, Frank (La Brevine),
La Brevine
1 Woche
ab CHF 980.–
e-demiz



Brissago Lake View
Brissago
4.5
1 Woche
ab CHF 908.–
e-demiz
[Mehr erfahren über: Brissago Lake View](#)



Love of Lugano
Lugano
1 Woche
ab CHF 874.–
e-demiz



La Maison du Bonheur
Aldesago
1 Woche
ab CHF 87.–
e-demiz



Villa Blu Ortensia
Pura
1 Woche
ab CHF 2743.–
e-demiz



Studio mit Wifi in Bevaix
Bevaix
1 Woche
ab CHF 709.–
e-demiz





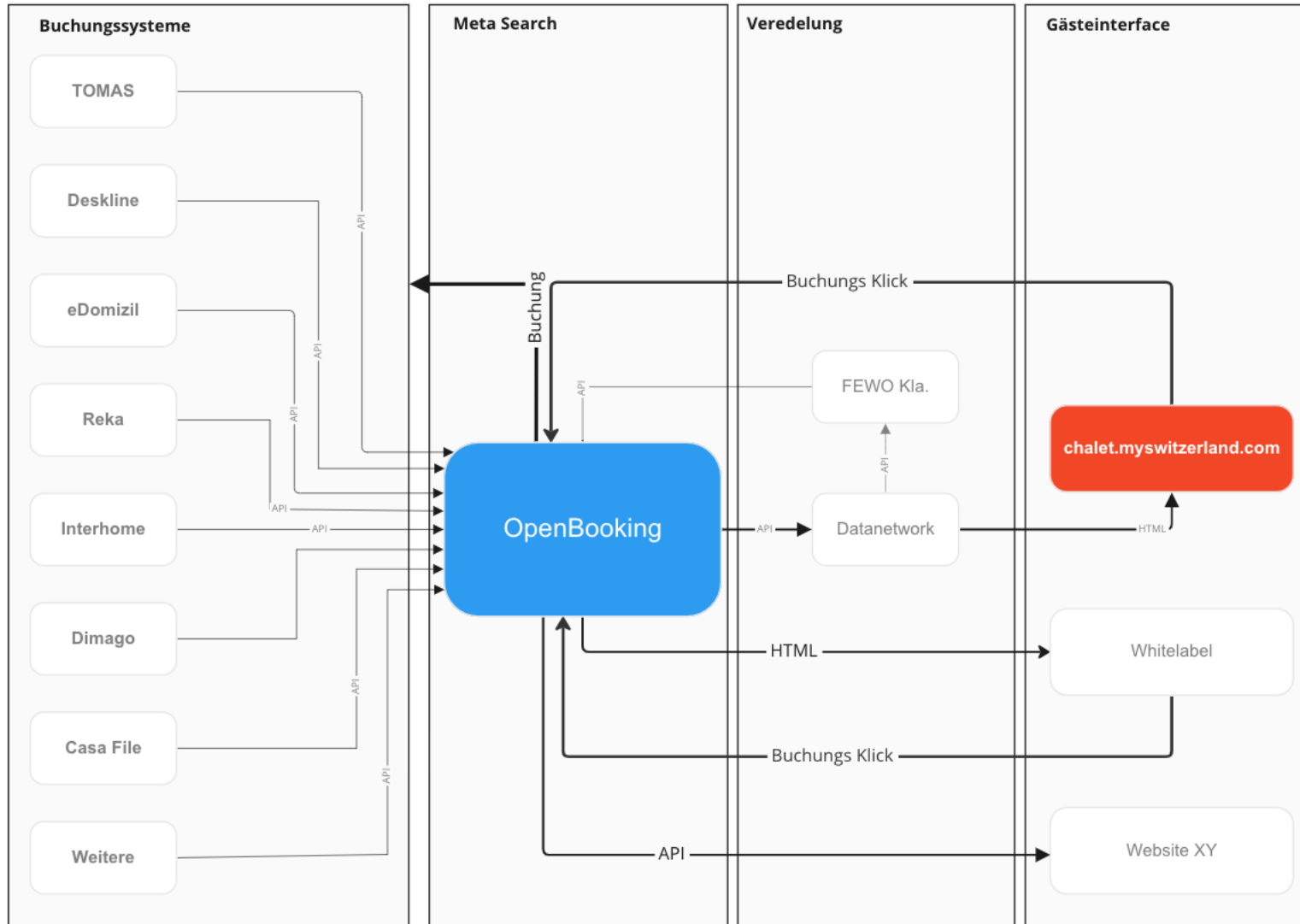
Love of Lugano
Lugano
1 Woche
ab CHF 874.–

<https://chalet.myswitzerland.com/ferienwohnung/brissago-isole-di-brissago/brissago-lake-view-326772/> in neuem Tab öffnen



Schweiz.

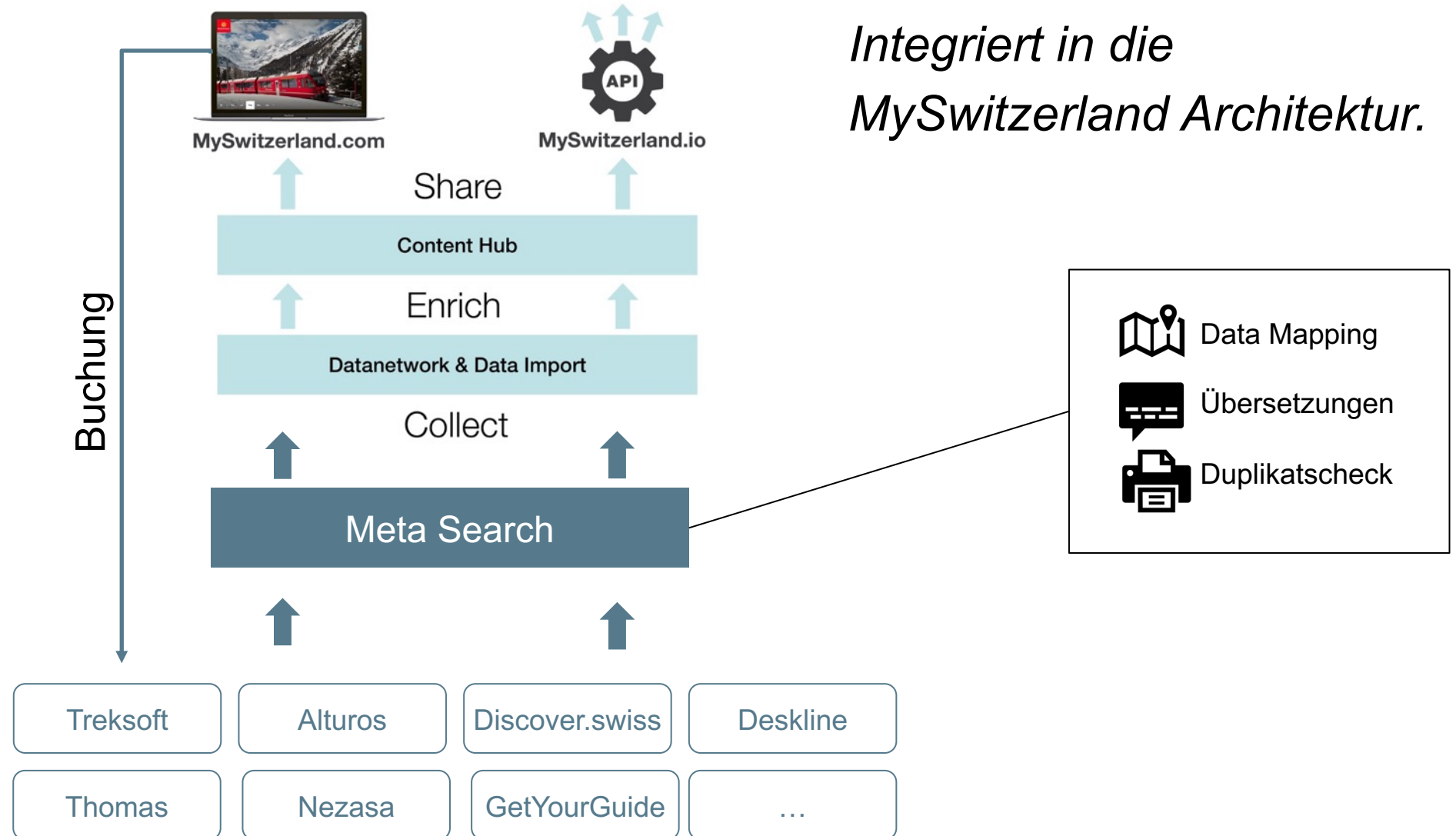
Beispiel: FeWo Meta-Search.



Meta-Search:Architektur.



Schweiz.





Vorteile einer Meta-Search für Erlebnisse.

Gäste

- Die Gäste erhalten eine vertrauensvolle Liste von Buchungsmöglichkeiten (Service).
- Angebote sind einfacher vergleichbar.

ST

- Wir erhalten Einblick in unsere „Clickouts“ (Lead Performance).
- Wir könnten andere ST-Kanäle um Buchungsoptionen erweitern.
- Effizienzsteigerung

Partner

- Wir bringen qualitativen Traffic in die Ökosysteme unserer Partner.
- Angebote müssen nur einmal erfasst und gepflegt werden.

Rückblick.



Schweiz.

- 6. Oktober 2022: Austausch mit dem RDK Ausschuss
 - ST Experience Shop Learnings
 - Erste Skizze des Meta-Search Ansatzes
- 29. November 2022: Austausch mit dem RDK Ausschuss
 - Vertiefung Meta-Search
 - Befürwortung der Stossrichtung
 - Einbezug der Regionen via Umfrage



Umfrage mit der RDK.

- Adressiert an die 13 Regionen
(kein Einbezug der Destinationen)
- Bisher nur 5 Antworten eingegangen (Stand 14.2.23)
- Zwischenfazit:
 - Grundsätzliche Zustimmung zum Projekt und stellen personelle Ressourcen bereit
 - Nicht zufrieden mit dem Status Quo (Rating 5 von 10!)
 - Regionen wünschen sich Angebote mit Preisen und Verfügbarkeiten auf MySwitzerland.com
 - Sehr breite Auswahl wird gewünscht (Übernachten plus, Gästekarten, Ausflüge)
 - Buchung soll direkt beim Leistungsträger geschehen (4 von 5)
 - Vorselektion durch Region nicht erwünscht (Ausnahme VS)
 - Diverse Plattformen sollen angebunden werden: ca. 5 Keyplayer werden mehrfach genannt
 - Zustimmung die so gesammelten Daten «Offen» zur Verfügung zu stellen



Ausblick.

- Alignment mit Regionen um Abdeckung sicherzustellen
 - Initialisierung Projektgruppe mit Vertretern der RDK
 - Evaluation anzuschliessender Plattformen für POC
 - Evaluation vorhandener META-Lösungen und allfällige Ausschreibung
 - Entwicklung Prototyp
-
- **WICHTIG:** Keep it simple and small!

STMs 2024+.

Viviane Grobet



Schweiz.

GCC Workshop 2022, Montreux.



Schweiz.

We structure ST's trade events and tools into one global KAM agenda.

STM's in Switzerland

- 5 editions over 2 years, centrally steered
- A-Level KA's / Purchasers, PM's
- Educational / Networking / Contracting

STE's in the Market

- every 1 – 2 years, market steered
- A & B-Level KA's / Purchasers, PM's, Sales
- Educational / Networking / Contracting

MyS Pro

- 365/24/7, centrally steered
- any KA / all levels
- Networking / Contracting



Schweiz.

Goals STM 2024+.

- We **sharpen the profiles** of the travel trade events in Switzerland
 - STM's (in Switzerland) have a distinct purpose within the global KAM agenda
 - Sales focus: generic Switzerland, without more detailed specification (except STM Luxury)
 - We unify the name for all event to STM, with an add on (e.g. "STM Market Tracks Spring")
- We set up a **coordinated event agenda**
 - STM's are coordinated and balanced over the year
 - STM's are timed with the market needs: we focus on the sweet spots of the travel planning
 - We reduce to the max: not more than needed, no time conflicts, and available to buyers, when they need it most



Schweiz.

Goals STM 2024+.

- **Market Tracks:** Strong KAM markets remain in the lead
 - Strong KAM markets run exclusive “Market Tracks”
 - Market remains in the driver seat (KP sales, budget, pre-/post trips)
 - Exclusive and market-specific (language, pre-/post trips, food, etc.)
- We refocus our **success measurement**
 - We only measure, what can be measured, and reflect, what the events are meant for: inspiration and education before on-site sales
 - Our success is the outcome for buyers and partners



Schweiz.

5 distinct STM editions.

STM

Time: Sept – Oct

Destination: City or Mountain

Mixed markets (no market tracks)

Size: 400 Buyers / Suppliers each

Sales focus: Generic Switzerland

STM Market Tracks Spring

Time: May – Mid Jun

Destination: City

3 market tracks

Size: 30 – 40 Buyers / Suppliers each

Sales focus: Generic Switzerland

Swiss Cities as guiding theme

STM Market Tracks Autumn

Time: Sep – Oct

Destination: City or Mountain

3 market tracks

Size: 30 - 40 Buyers / Suppliers each

Sales focus: Generic Switzerland

Autumn as guiding theme

STM Winter

Time: Jan or Mar

Mixed markets (no market tracks)

Size: 100 - 150 Buyers / Suppliers each

Sales focus: Generic Switzerland

Winter as guiding theme

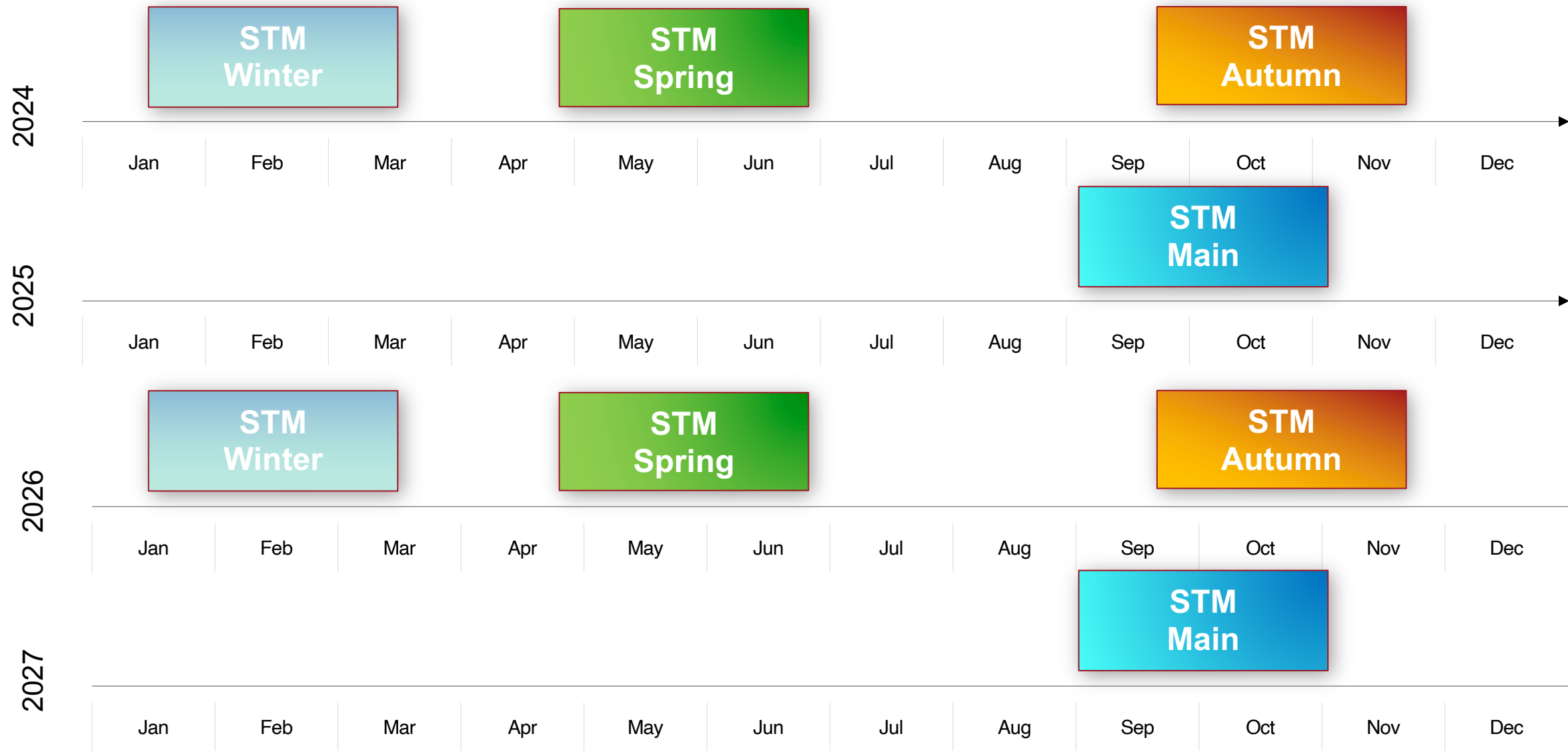
STM Luxury

Under discussion



Schweiz.

Timeline 2024 – 2027.





Schweiz.

Specifics STM Market Tracks.

- For the Markets
 - 1 – 3 market tracks per STM Market Tracks Spring / STM Market Tracks Autumn
 - independent market units, each separately bookable for suppliers
 - Coordinated organization allows a more efficient handling
- For Market Key Partners
 - Priority for market key partners, registration via ST market teams
 - Pre- / post-convention tours to selected market key partners
- For Host Destinations
 - Season is the main message of the main event and pre/post convention trips
 - Open for smaller destinations as well (per market track: max. 100 pax)



Schweiz.

Preview STM 2024.

▪ **STM Winter**

- Host Destination: Mountain Destination (1st priority)
- Date: Jan or Mar 2024
- Mixed Markets

**Request for
Proposal:
Feb 2023**

▪ **STM Market Tracks Spring**

- Host Destination: City Destination (1st priority)
- Date: May – Jun 2024
- Market Tracks: Brazil / China / South East Asia

▪ **STM Market Tracks Autumn**

- Host Destination: Mountain OR City Destination
- Date: Sep – Oct 2024
- Market Tracks: GCC / India / Australia-Japan-Korea

**Request for
Proposal:
Apr-May 2023**



Schweiz.

Grand Tour Update.

Luca Giordani, Leiter Touring
28. Februar 2023



Rückblick 2022.

Marketing.

No one upstages
the Grand Tour of Switzerland.

We need the road trip of a lifetime.



We need Switzerland.

Top Resultate.



Schweiz.

795 Mio.
Marketing
Kontakte
(paid)

+100%
Aufrufe auf
YouTube
(103 Millionen)

Wettbewerb
68k Teilnehmer
20K Abonnenten

+30%
organische
Reichweite
auf Instagram
(976K Aufrufe)

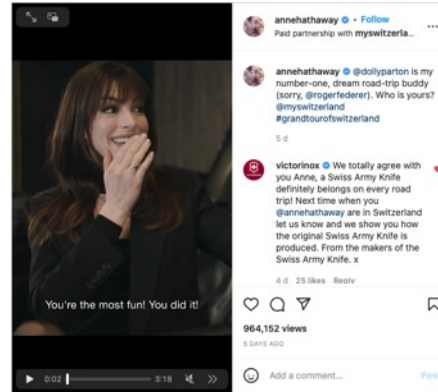
295 Mio.
Media
Kontakte
(unpaid)



RF Kampagne 2022 – Impressionen (1/2).



Schweiz.





Schweiz.

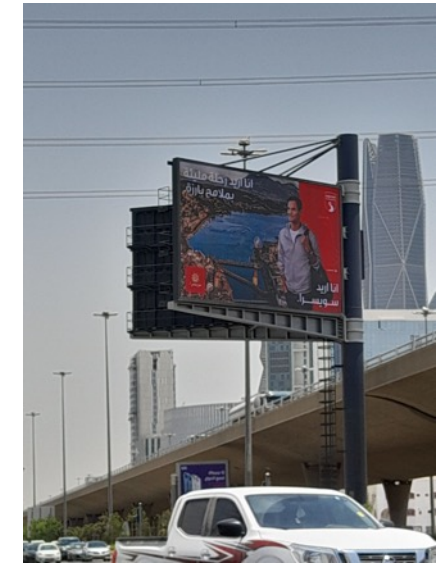
RF Kampagne 2022 – Impressionen (2/2).



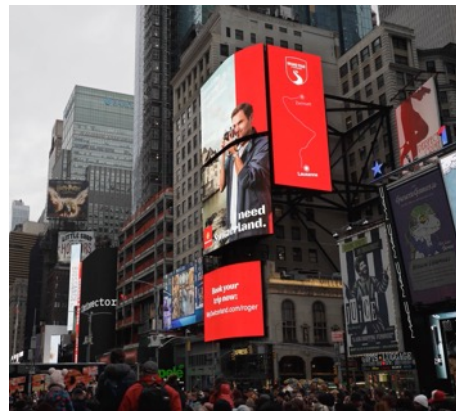
Indien, Flughafen Delhi



Сүdkorea



GCC



NYC, Times Square



GCC

Fokusmarkt Schweiz.

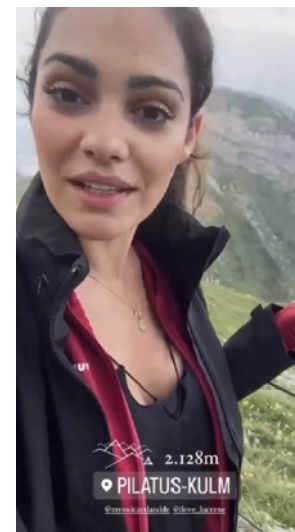
Fokusmarkt Deutschland.



Schweiz.

«Die Schweiz elektrisiert» Markt DE 2022

- Zeitpunkt: 8.7. – 19.8.2022
- 3 Promis bereisen auf individuellen Routen die Schweiz entlang der E-GToS oder GTToS (Personalisierung)
- Christoph Maria Herbst (Schauspieler) → E-Grand Tour, Luca Hänni (Sänger) → E-Grand Tour und GTToS, Nilam Farooq (Schauspieler) → GTToS.

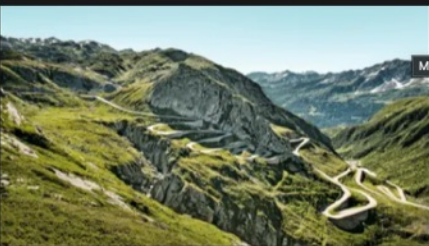




Schweiz.

Ameropa Angebote.

- In Zusammenarbeit mit Ameropa und Swiss Deluxe Hotels wurden drei neue Angebote erarbeitet
- EUR 100 Frühbucherrabatt durch Finanzierung STS
- Trotz umfangreicher Kommunikation keine Buchungen
- Möglicher Grund: Preis, Position auf der Landing Page, Bedarf an Packages?

		
Ameropa-Reisen GmbH, Luzern	Ameropa-Reisen GmbH, Solothurn	Ameropa-Reisen GmbH, Luzern
Im Panoramazug durch die Schweiz	Im Tesla durch die Schweiz	Faszination Glacier Express und Tesla
8 Nächte	7 Nächte	5 Nächte
ab EUR 3'485 	ab EUR 2'999 	ab EUR 2'698 

Fokusmarkt Frankreich.

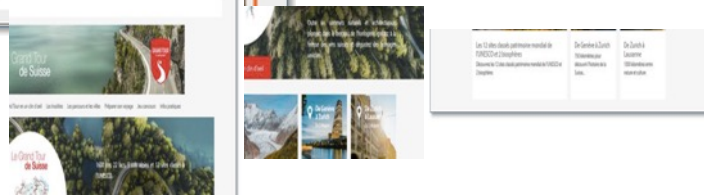
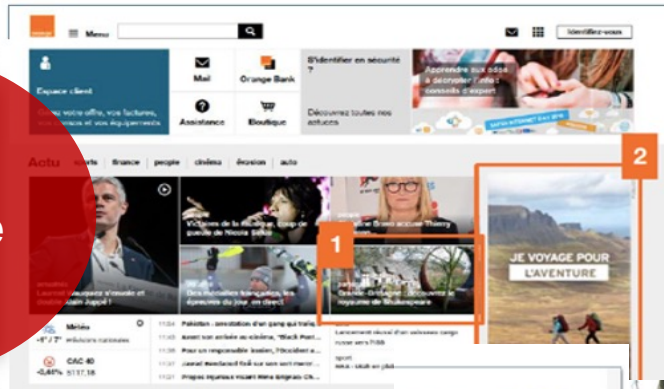
Zusammenarbeit mit Orange.fr, Via Michelin & Mappy.



**Native Inmail
Display, Desktop
& Mobile**
Impressions: 3.6 Mio.



**GToS
Microsite**
Visits: 40'000

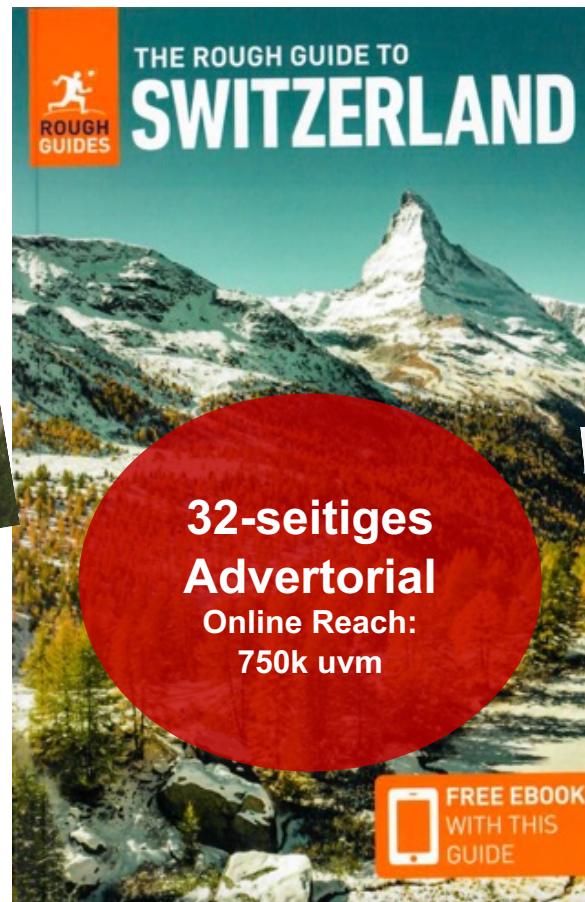


Fokusmarkt UK.



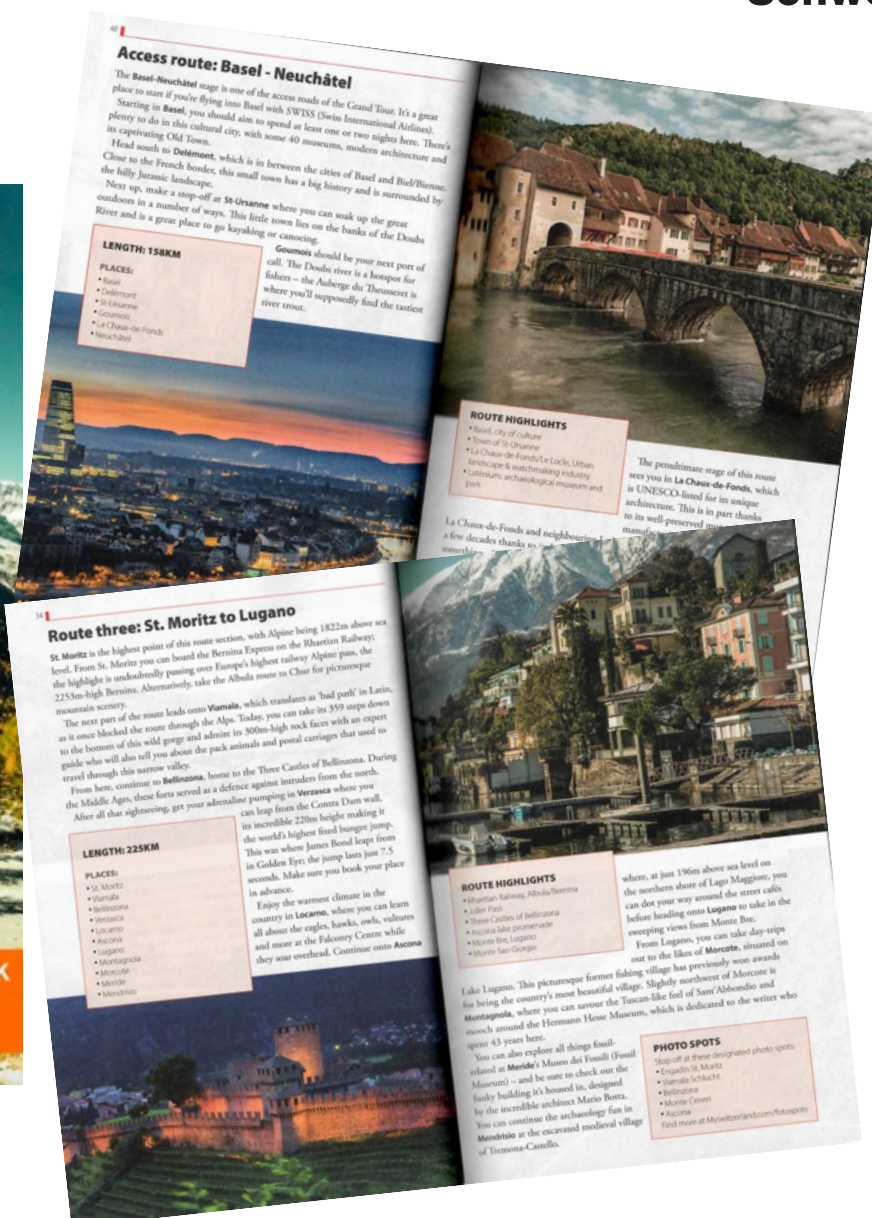
Schweiz.

Rough Guide – Print & Online.



32-seitiges
Advertorial
Online Reach:
750k uvm

FREE EBOOK
WITH THIS
GUIDE



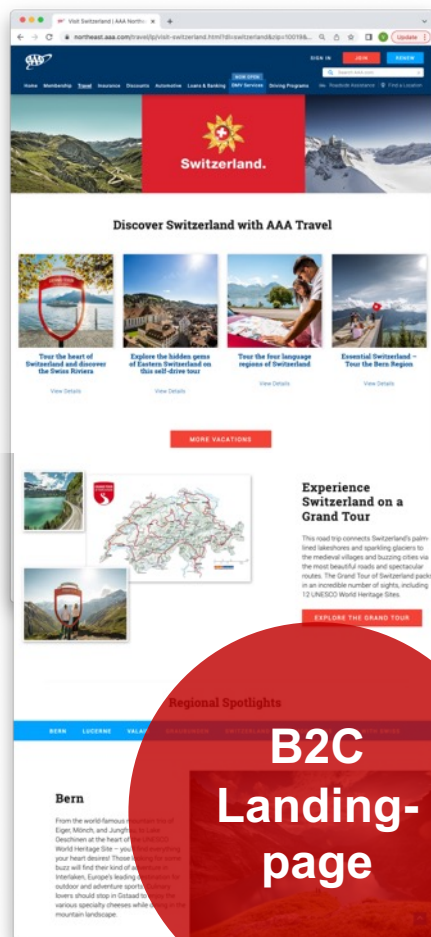
Fokusmarkt USA.



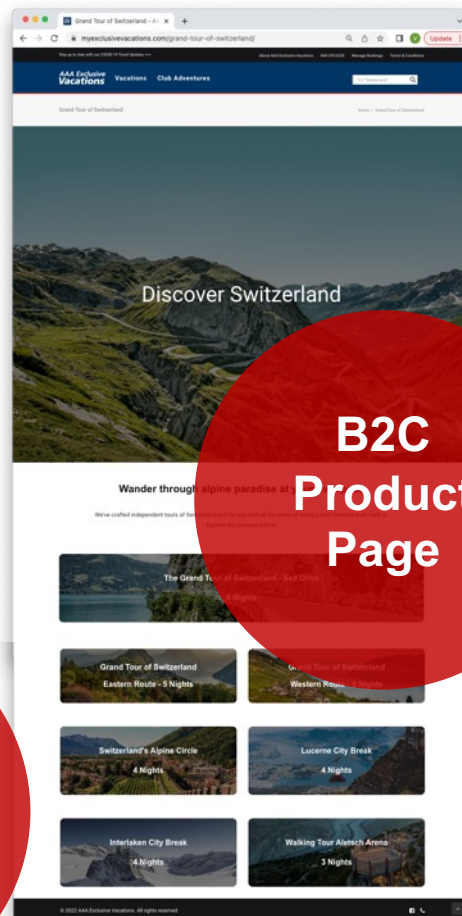
Schweiz.

GToS Kampagne mit AAA.

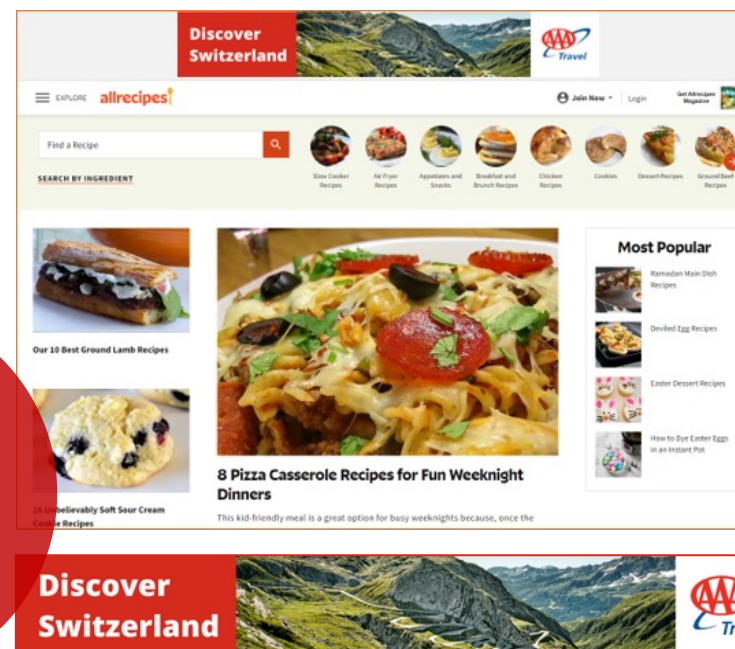
Impressionen des GToS Contens und Marketing Tactics (1/3).



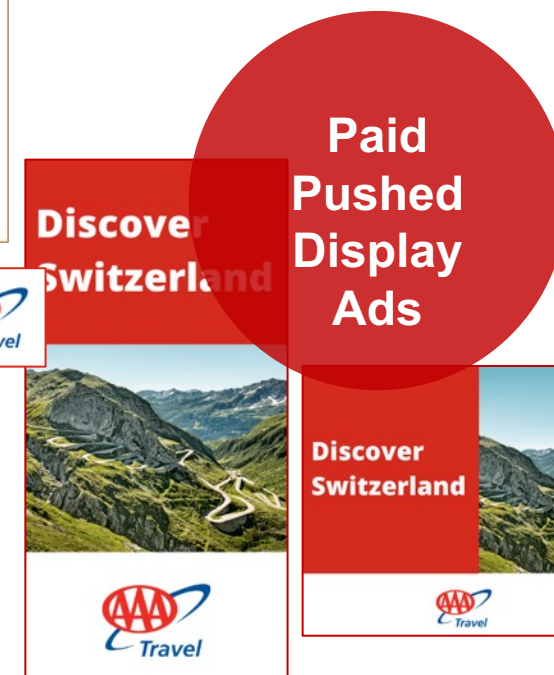
B2C
Landing-
page



B2C
Product
Page



Discover
Switzerland



Discover
Switzerland

Paid
Pushed
Display
Ads

Discover
Switzerland

GToS Kampagne mit AAA.

Impressionen des GToS Contents und Marketing Tactics (2/3).



Schweiz.

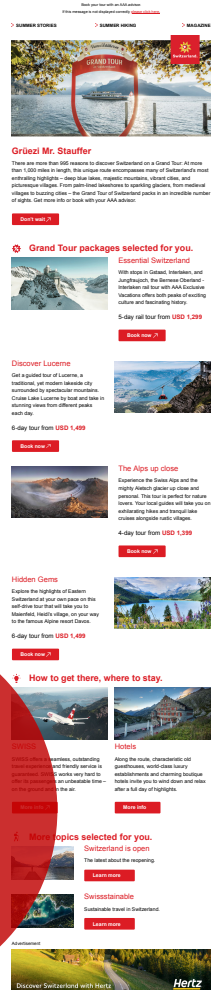
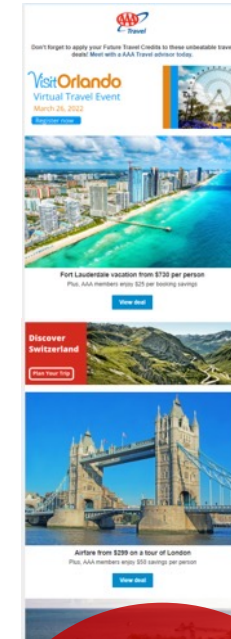
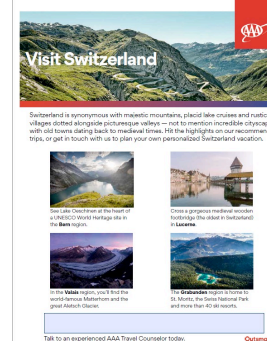
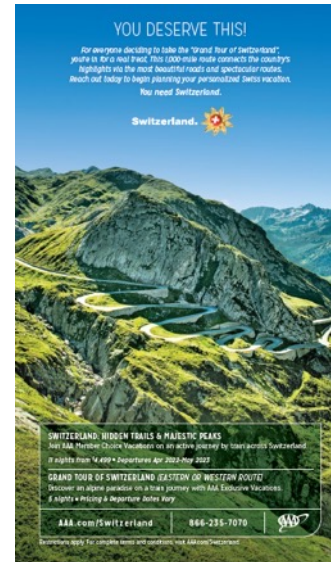
Postcards

Print ads

Organic & paid social ads

Flyer templates sent-out by all chapters

eNL by AAA & ST





Schweiz.

GToS Kampagne mit AAA.

Impressionen des GToS Contens und Marketing Tactics (3/3).



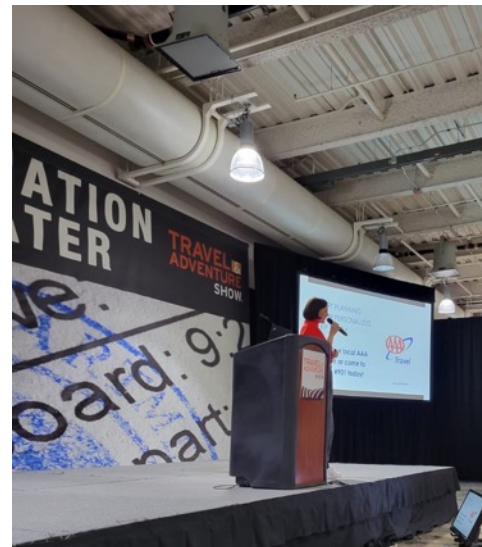
Times
Square
Billboards



Spotify
Podcast



Virtual & in-
person Travel
& Adventure
Show in
Boston



Partnerschaften.

Offizielle Partner 2022.



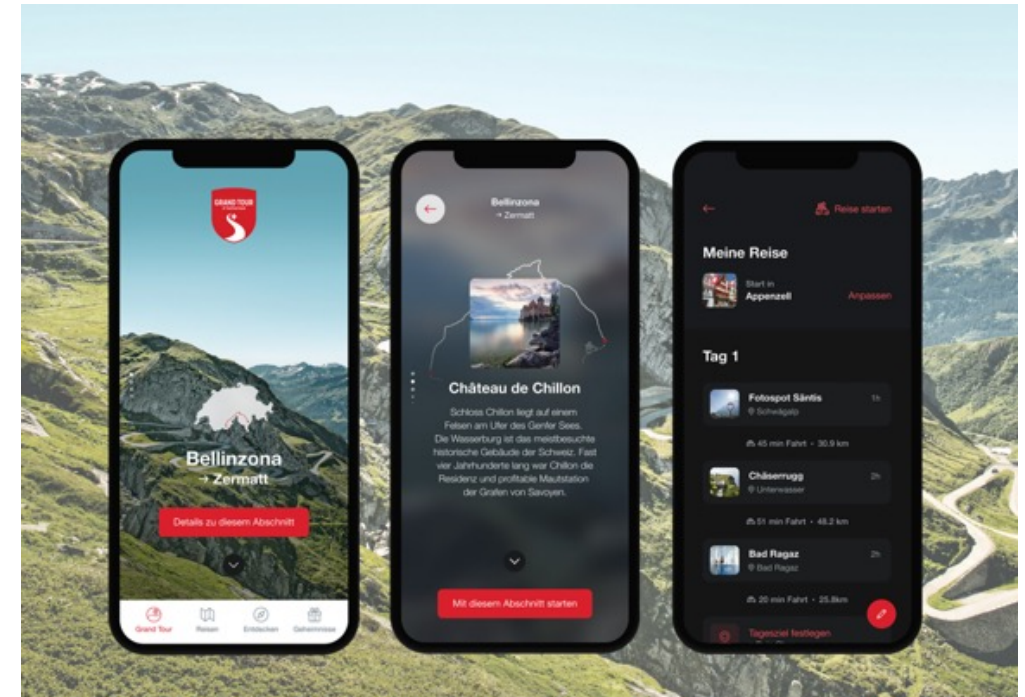
Produktentwicklung.



Schweiz.

Grand Tour App.

- Lancierung am 8. Mai 2022
- Per 31.12.2022: 40'000 Downloads ... and counting!
- Seit August: Foto-Spot Sammelfunktion verfügbar
- Android App Center Rating: 4.7
- iOS App Center Rating: 4.6



Grand Tour App.



Schweiz.

- “Best of Swiss Apps” Award
 - **2. Platz** in der **Masterkategorie**
 - **1x Gold** in der Kategorie “Campaigns”
 - **1x Silber** in der Kategorie “Design”
 - **2x Bronze** in der Kategorie “UX & Usability” und “User Engagement”





Schweiz.

Niesen Summit (ex Milestone).

- Die Grand Tour wurde als eines der drei **wirkungsvollsten (!)** Projekte in der 21-jährigen MILESTONE Geschichte ausgezeichnet.



Preisverleihung: 15.11.2022

Foto-Spot Aktion.



Schweiz.

- Ausgangslage:
 - Die nächsten 20 Foto-Spots, die von ST genehmigt werden profitieren von einer Preisreduktion von 50%.
- Geprüfte Eingaben: 34
- Von ST genehmigte Standorte: 24
- Absagen/Zurückgezogen: 10



Foto-Spot Aktion 2022.

- Bereits ausgeliefert/montiert:

Besteller / Destination	POI	Status
Interlaken Tourismus	Höhematte Interlaken	montiert
Aletsch Arena	Bettmerstafel / Bettmeralp	montiert
Ente Turistico del Luganese	Parco San Michele	montiert
Appenzeller Schaukäserei AG	Appenzeller Schaukäserei	montiert
Thun-Thunersee Tourismus	Thun	montiert
Morgins Tourisme	Dents du midi	montiert
BREGAGLIA Engadin Turismo	Maloja	ausgeliefert / wird in Kürze montiert
Viamala Tourismus	Obermutten	ausgeliefert / wird in Kürze montiert
Ferienregion Andermatt	Hospental	ausgeliefert / wird in Kürze montiert



Ausblick 2023.



Schweiz.

Foto-Spot Aktion 2023 (verlängert).

- Geplante Umsetzung im Frühjahr 2023:

Besteller / Destination	POI	Geplante Umsetzung
Geneva Tourism & Conventions Foundation	Genf – Jet d'Eau	Einweihung im April 2023
Swissminiatur AG	Swissminiatur	Einweihung am 29. März 2023
Ferrovie del Monte Generoso SA	Monte Generoso	Einweihung am 25. März 2023
Gemeinde Samedan	Piz Bernina	Frühjahr 2023
Luftseilbahn Leukerbad Gemmipass AG	Gemmi	Frühjahr 2023 (Spezialanfertigung)
Tourismus Savognin Bivio Albula AG	Val Surses	Frühjahr 2023
Thurgau Tourismus	Romanshorn	Frühjahr 2023
Grottes De Vallorbe	Grottes De Vallorbe	Frühjahr 2023

Foto-Spot Aktion.

- Aktuell noch im Bewilligungsprozess:

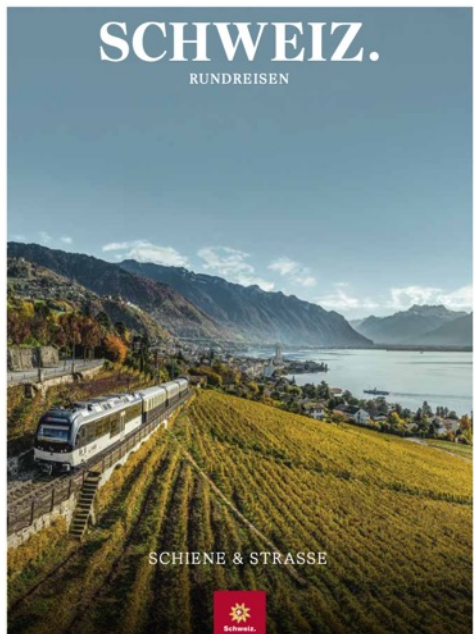
Besteller / Destination	POI	Status
St. Moritz	St. Moritzersee	Baubewilligung noch ausstehend
Brig Simplon Tourismus	Simplonpass	Baubewilligung noch ausstehend
Stadt Rorschach	Badehütte Rorschach	Baubewilligung noch ausstehend
Murten Tourismus	Murten – Säulimarktplatz	Baubewilligung noch ausstehend
Erlach Tourismus	Erlach - St. Petersinsel	Opposition, prüfen Alternativen
Sion Tourisme	Schlösser Valere & Tourbillon	Baubewilligung noch ausstehend
Schaffhauserland Tourismus	Stein am Rhein	2 Oppositionen

Neu: Touring Magazin.



Schweiz.

- Erscheint im Mai 2023
- Auflage: ca. 400'000x
- Distribution z.B. in
 - UK (Times, 140k)
 - USA (L.A. Times, 100k)
 - Österreich (Salzburger Nachrichten, 50k)
 - Spanien (Cuerpo Mente, 30k)
 - ...



Neu: Touring Magazin.



Schweiz.



VON GENÈVE NACH BASEL

Die beiden internationalen Städte der Schweiz werden miteinander verbunden. Während in Genf über 100 internationale Organisationen die Stadt multikulturell machen, sorgen in Basel die Museen für kulturelle Vielfalt. Dazwischen liegen die weiten und wilden Landschaften des Juras und die Zeit, die eine ganz andere Geschichte erzählt.

 Gut zu wissen Die Strecke von Neuchâtel nach Basel ist nur in der entgegengesetzten Richtung beschildert. App der Grand Tour verwenden!	Länge 348 km
	Reisevorschlag 3–5 Tage

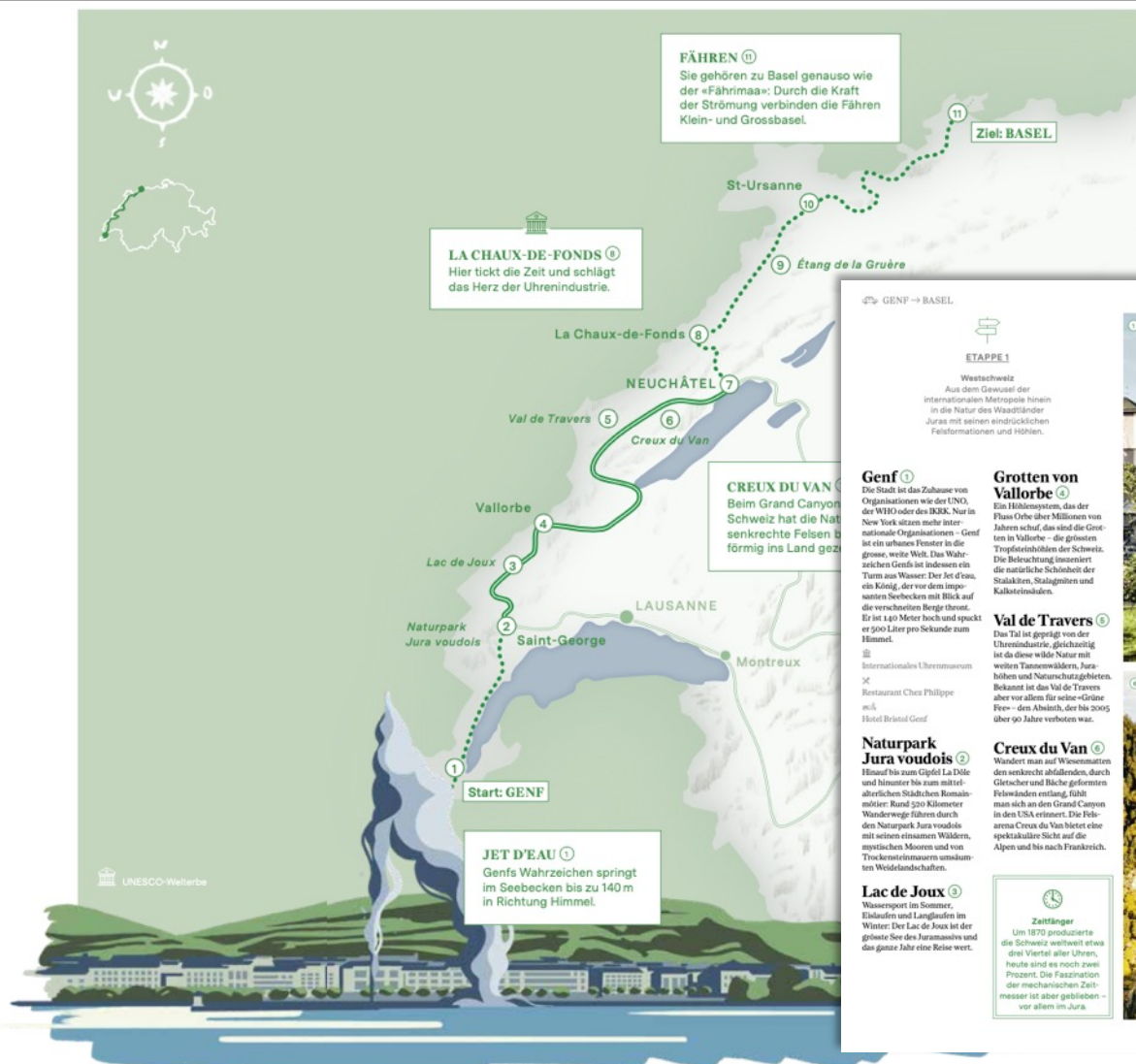


Auf dieser Autoreise entdecken:

Le Corbusier Der Architekt ist in La Chaux-de-Fonds aufgewachsen. Zwei Werke sind UNESCO-Welterbe.	Der Freiburger Die einzige urtümliche Schweizer Pferderasse stammt aus dem Jura.	Der höchste Jura Der Berg Chasseral mit 1607 m ü. M.
Der Grenzfluss Der Fluss Doubs bildet auf 43,8 km die Grenze zu Frankreich.		

← Grand Tour
Alle Etappen entdecken.

Diese Route besteht aus den Etappen 6, 8 und C der Grand Tour.



Genf ①
Die Stadt ist das Zuhause von Organisationen wie der UNO, der WHO oder des DKSK. Nur in New York sitzen mehr internationale Organisationen – Genf ist ein urbanes Fenster in die grosse, weite Welt. Das Wahrzeichen Genfs ist indessen ein Turm aus Wasser: Der Jet d'eau, ein König, der vor dem imposanten Seebecken mit Blick auf die verschneiten Berge thronet. Er ist 140 Meter hoch und spuckt er 900 Liter pro Sekunde zum Himmel.

Internationales Uhrenmuseum
X
Restaurant Chien Philippe
Hotel Bristol Genf

Grotten von Vallorbe ④
Ein Höhlensystem, das der Fluss Orbe über Millionen von Jahren schuf, das sind die Grotten in Vallorbe – die grössten Tropfsteinhöhlen der Schweiz. Die Beleuchtung inszeniert die natürliche Schönheit der Stalaktiten, Stalagmiten und Kalksteinsäulen.

Val de Travers ⑤
Das Tal ist geprägt von der Uhrenindustrie, gleichzeitig ist da diese wilde Natur mit weiten Tannenwäldern, Jura- und Naturparkgebieten. Bekannt ist das Val de Travers aber vor allem für seine «Grüne Fée» – den Aletsch, der bis 2005 über 90 Jahre verboten war.

Creux du Van ⑥
Wandert man auf Wiesenmatten den senkrecht abfallenden, durch Gletscher und Bäche geformten Felswänden entlang, fühlt man sich an den Grand Canyon in den USA erinnert. Die Felsenarena Creux du Van bietet eine spektakuläre Sicht auf die Alpen und bis nach Frankreich.

Lac de Joux ②
Wassersport im Sommer, Eislaufen und Langlaufen im Winter: Der Lac de Joux ist der grösste See des Jura und wird das ganze Jahr eine Reise wert.

Zeitfänger
Um 1870 produzierte die Schweiz weltweit etwas drei Viertel aller Uhren, heute sind es noch zwei Prozent. Die Faszination der mechanischen Zeitmesser ist aber geblieben – vor allem im Jura.



Grand Tour @ Swissminiatur.



Schweiz.

- Grand Tour Erlebniswelt im Swissminiatur in Melide.
 - 20 Mini Foto-Spots ergänzen die Schweizer Attraktionen
 - Wettbewerb für Familien «Tresure Hunt mit Rudy»
 - Aktivierung auf verschiedenen Plattformen von ST & Swissminiatur
- Offizielle Einweihung: 29. März 2023

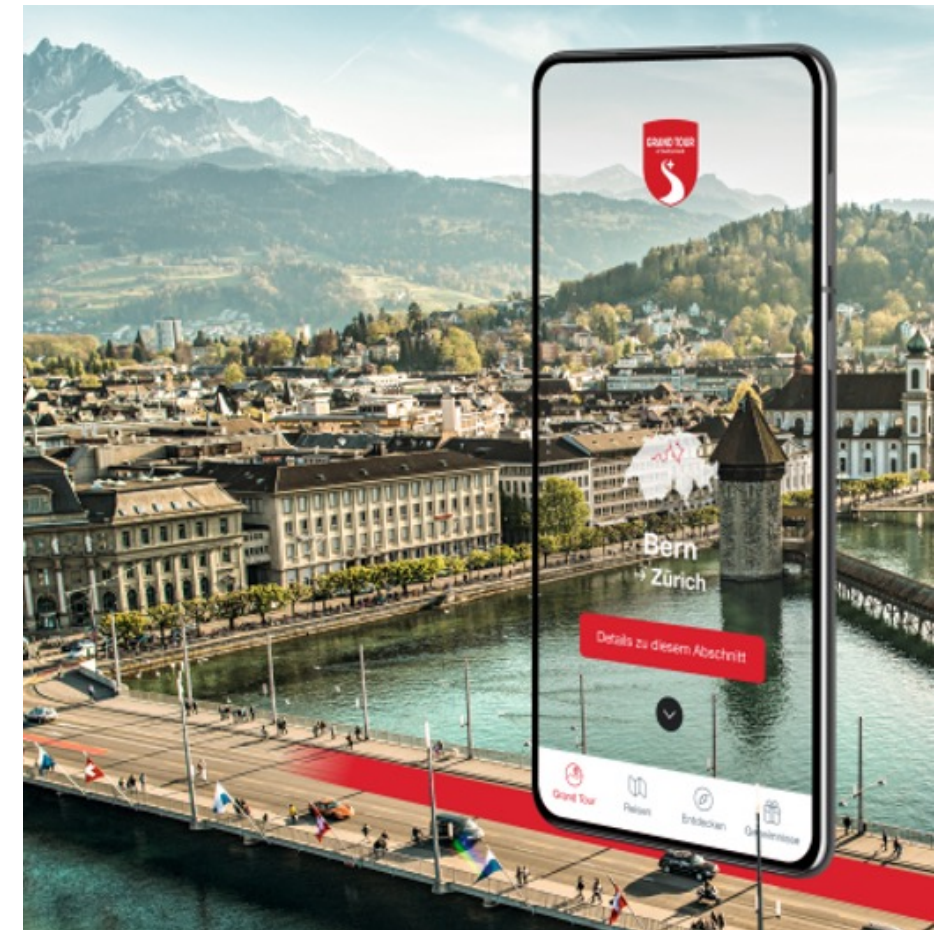


Grand Tour App.



Schweiz.

- Weiterentwicklung
 - Integration Strapa
 - Snack Box Verkaufsstellen
 - NFT's
 - Integration Coupons
- Zu einem späteren Zeitpunkt (tbc)
 - Restaurants entlang der Strecke
 - Integration Bezahlungsfunktion für E-Ladestationen
 - Erweiterte Navigation



Merchandise.



Schweiz.

- Konzeption einer neuen Merchandise Auswahl
- Im besten Fall zusätzliche Vertriebskanäle, on –und offline



GEO-Community.



Schweiz.

GEO - Aktivitätenplanung 2023.

Was?	Status
Snack Box Ausschreibung	Erfolgt (Ende Jan)
Ausschreibung GEO Wettbewerb	Anfang März
1. Aufruf Bestellung GToS Werbemittel	Anfang April
GEO Event in Interlaken	5. April 2023
2. Aufruf Bestellung GToS Werbemittel	Herbst 2023
Kontrolle & Qualitätssicherung Foto-Spots	laufend
Kontrolle & Qualitätssicherung Snack Box Verkaufsstellen	laufend



Schweiz.

Mitgliederversammlung 2022.

- Pendenz aus 2022
 - Präsenz Autosalon 2023
 - Der Autosalon wird 2023 nicht in Genf durchgeführt (findet im Oktober in Qatar statt)
 - Genf als Austragungsort 2024 bestätigt
 - GToS prüft die Präsenz mit einem allfälligen neuen Autopartner



Fragen & Diskussion.

Herzlichen Dank
für eure Unterstützung!



Danke. Merci. Grazie. Grazia.



Schweiz.