

KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ (RDK)
CONFERENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME REGIONAUX DE SUISSE (CDR)
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDR)
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIUNALS SVIZZERS DAL TURISSEM (CDR)

PROTOKOLL RDK-SITZUNG, 28.02.23

Datum: Dienstag, 28. Februar 2023
Zeit: 13:45 – 17:00 Uhr
Ort: Montreux, Eurotel

Vorsitz: (PB) Pascale Berclaz, Made in Bern AG
Anwesend: (PAM) Pierre-Alain Morard, Union Fribourgeoise du Tourisme
(AG) Adrien Genier, Genève Tourisme
(JL) Jérôme Longaretti, Jura & Drei-Seen-Land
(MP) Marcel Perren, Luzern-Vierwaldstättersee Tourismus
(JH) Jürgen Hofer, Solothurn Tourismus
(RM) Rolf Müller, Thurgau Tourismus
(FR) Florence Renggli, Vaud Promotion
(TW) Thomas Wüthrich, Zürich Tourismus
(MN) Martin Nydegger, Schweiz Tourismus
(VG) Viviane Grobet, Schweiz Tourismus
(PN) Philipp Niederberger, Schweizer Tourismus Verband
(ML) Maurus Lauber, Swiss Travel System AG
(AH) André Hefti, Schweiz Tourismus
(LG) Luca Giordani, Schweiz Tourismus
Entschuldigt: (LE) Letizia Elia, Basel Tourismus
(MV) Martin Vincenz, Graubünden Ferien
(AT) Angelo Trotta, Ticino Turismo
(DC) Damian Constantin, Valais/Wallis Promotion
Protokoll: (CM) Christelle Marques, Valais/Wallis Promotion

ZEIT	TRAKTANDUM	ART	REFERENT/IN
13:45 – 17:00	RDK-Sitzung A. Begrüssung, Protokoll & Pendenzen (10') B. Update verschiedene RDK-Projekte (20') C. ST Finanzen & Partner (20') - Recovery-Programm 22-23 & Entlastungszahlungen - Update Standortförderungsbotschaft 2024-2027 inkl. Finanzierung ST - Snowticker D. Update Marketing (40') - Partner Packages - Personas - IGB - Swisstainable unterwegs - Grand Tour of Switzerland - City Splash - 100% Women - Sneak Peak Herbst & Winter E. Update Digital (15') - Visitor Management - Meta Search F. Neue STM-Strategie (10') G. Update Grand Tour of Switzerland (30')	I I/D I/D I/D I/D I/D I/D	P. Berclaz P. Berclaz M. Nydegger M. Nydegger / P. Niederberger André Hefti V. Grobet V. Grobet L. Giordani

RDK

ZEIT	TRAKTANDUM	ART	REFERENT/IN
	H. KoNa STV (20') - Übersicht - Swisstainable Betriebsebene: Update Anzahl Anmeldungen - Swisstainable Betriebsebene: Massnahmenkatalog zur Unterstützung Akquise und Einstufung - Swisstainable Destinationsansatz: Vorstellung	I I I I/D	P. Niederberger
	I. Argumentation Übersee Märkte	I	M. Lauber
	J. Diverses & nächste Schritte (5')	I/D/E	Alle

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

A. Begrüssung

PB, siehe RDK-Folie 1-3

PB begrüsst die Teilnehmer zur RDK-Sitzung und entschuldigt DC, AT, LE und MV. Das Protokoll vom 10.11.22, sowie die Traktandenliste werden einstimmig genehmigt (**E/alle**).

B. Update verschiedene RDK-Projekte

PB, siehe RDK-Folie 4

PB informiert über die verschiedenen RDK-Projekte, die an der internen RDK-Sitzung besprochen wurden. Zu den folgenden Diskussionspunkten wird spezifisch informiert:

1. Projekt nationales Mobilitätsticket (JH)

Urs Eberhard übernimmt schrittweise die Projektleitung. Der Innotour-Antrag wird per Sommer 2023 neu eingegeben mit einer vorgesehenen Finanzierung auf Q3. Ein Pilotversuch wird im Herbst für einem Jahr eingeführt.

2. Statistik/Datenerhebung (PAM)

Im Dezember 2022 wurde beschlossen, einen dieser Use Cases der Digitalisierung des vom STV jährlich herausgegebenen Heft «Schweizer Tourismus in Zahlen» zu widmen. Andreas Lieblich und Zeliya Schär von der HSLU waren heute morgen präsent um einen Update zum Projekt zu geben. Ein erster konzeptioneller Entwurf wurde erarbeitet und ein Vorschlag anlässlich der RDK-Sitzung demonstriert. Ziel ist es, eine technische Lösung zu haben, welche filterbare Dashboards auf verschiedene Websites aussteuern kann. Das Dashboard wurde verabschiedet und die RDK unterstützt das Projekt weiter.

3. Gastfreundlichkeits- & Interaktionsqualitäts-Radar (PB)

Die Datenplattform und IT-Infrastruktur für die fünf ausgewählten Pilotdestinationen sind abgeschlossen. Weitere Pilotdestinationen werden bearbeitet um alle Regionen abzudecken.

4. Umfrage der RDK (PB)

Die RDK hat eine Umfrage und einen Informationsaustausch zu Finanzierung, Organisation und Investitionen der 13 Regionen organisiert. Die Resultate der Umfrage dienen dazu ein besseres Verständnis des Mandats und der Rahmenbedingungen den einzelnen Regionen zu erhalten.

C. Recovery-Programm 22-23 & Entlastungszahlungen

MN, siehe Folie ST 4-19

Die Übertragung der Entlastungsbeiträge an andere Partner sind innerhalb der gleichen Tourismusregion bis zu einem Höchstbetrag von CHF 5000 erlaubt. Die Beträge können noch bis am 31.12.23 eingesetzt werden. Im 2023 werden die Partner vermehrt auf Einsatzmöglichkeiten der Entlastungsgelder hingewiesen.

Standortförderungsbotschaft 2024-2027 inkl. Finanzierung ST

PN & MN, siehe Folie ST 24-26

Am 25.01.23 hat der Bundesrat die Botschaft zur Standortförderung 24-27 verabschiedet. Der Bundesrat empfiehlt folgende Mittel zur Förderung des Tourismus

- Schweiz Tourismus: 233 Millionen
- Innotour: 45,43 Millionen
- Neue Regionalpolitik: 217,3 Millionen. Einzig bei der NRP wurden im Vergleich zu 2020 – 2023 12,8 Millionen gekürzt.

Aus Sicht der Verbände des Tourismussektors reichen die vorgeschlagenen Mittel nicht aus, um die anstehenden Herausforderungen zu meistern, sowie die Erwartungen des Bundes zu erfüllen. Dabei sind zur Erreichung der Ziele des Sektors alle Förderinstrumente gleichermassen wichtig. Mit jeder Stimme können Mittelerhöhungen gewonnen werden. PN bittet darum, dass die Regionen ihm ihre privilegierten Kontakte zu den Parlamentarierinnen mitteilen (**A/RDK/10.03.23**) und keine individuellen Kontakte unternehmen. Der STV leitet eine offizielle Kampagne. Die Standortförderungsbotschaft wird zuerst von der Wirtschaftskommission im Ständerat im März und April behandelt. Grundsätzlich kann der Ständerat als tourismusfreundlichere Kammer betrachtet werden. Um Mittelerhöhungen bei den drei Förderinstrumenten möglich zu machen, müsste demzufolge bereits im Ständerat für klare Mehrheitsverhältnisse gesorgt werden. Für jedes Förderinstrument wurden vier mögliche Varianten als mögliche Anträge im Ständerat erstellt.

D. Marketing Update

1. Snowticker – Markt Schweiz

MN, siehe Folie ST 20-23

Das Ziel des Snowtickers ist das Interesse am Winter, Wintersport und den bevorstehenden Skiferien zu wecken, dafür hat ST Medienpartnerschaften entwickelt.

2. Partnerkampagne

AH, siehe Folie ST 25-28

AH gibt einen kurzen Überblick über die Höhepunkte der Kampagnen der letzten Monate. Anzumerken ist, dass die Partnerkampagne 2022 mit 56 Partnern und 120 Content Items die grösste bisher durchgeführte Kampagne war mit 209 Millionen Impressionen und 17 Millionen Video Views. Der Partnermodell funktioniert bei stabilem Investitionsvolumen basierend auf den Pre-Covid Jahren. Der Mindestbetrag von 100k pro Saison pro Region für die Hauptkampagnen wird seitens Region in Frage gestellt. MN fügt an, dass diese minimale Investition notwendig ist, um ein Schlüsselpartner von ST zu sein. Der Betrag kann direkt von den Regionen und/oder über Sub-Destinationen investiert werden. Der Anteil der Produktion ist nach Ansicht der Regionen zu hoch. Ab 2024 ist die Flexibilität für die Produktion höher.

3. Segmentierung für den Schweizer Tourismus

AH, siehe Folie ST 29-31

Derzeit wird eine quantitative Studie im Rahmen des Projekts Aura-Scope durchgeführt. Nach den qualitativen Interviews, wurden sechs Personas definiert. Eine Breakout-Session um die Resultate zu präsentieren findet anlässlich des Ferientags statt. Zusätzlich zu diesen sechs Reisetypen wurden noch verschiedenen Buchungstypen definiert, davon wurden einzelne Touchpoints definiert. Diese Personas orientieren sich eher an den internationaler Marktbearbeitung, da diese Personas zu wenig präzise sind um den Markt Schweiz zu bearbeiten.

4. iGB – Brand Refresh ST

AH, siehe Folie ST 32-34

Die Goldblume entspricht nicht mehr dem heutigen graphischen Stilverständnis. Die neue Marke wird anlässlich des Schweizer Ferientags 2023 lanciert.

5. ST auf Social Media 22

AH, siehe Folie ST 35-36

ST verfügt über mehr als 50 Konten auf 12 verschiedenen Plattformen von sozialen Medien mit mehr als 5 Millionen Fans.

6. GTToS Kampagne mit Roger Federer 23

AH, siehe Folie ST 37-39

ST rechnet mit einer grossen internationalen Medienaufmerksamkeit dank prominenter Markenbotschafter, Co-Stars und kreativem Storytelling. AH zeigt ein Vorversion des Spots 2023.

7. Together we go big 23

AH, siehe Folie ST 40-43

ST investiert kein Geld für die Promotion des Films mit RF in der Schweiz. Um möglichst viele organische Views zu generieren, stellen die touristischen Organisationen die Reichweite ihrer eigenen Kanäle (z.B. Newsletter, Social Media Kanäle) zur Verfügung. Die Lancierung der nächsten Kampagne findet am 30.03.23 statt. Die Lieferung der Inhalte zum Promo-Video Grand Train Tour of Switzerland von ST an die Partner erfolgt am 27.03.23.

8. Swisstainable Summer Marketing 23

AH, siehe Folie ST 44-46

Die Botschaft der nächsten ST-Sommerkampagne lautet «den Schweizer Sommer mit dem Zug entdecken.»

9. 100% Women Cycling 23

AH, siehe Folie ST 47-49

Die nächste 100%-Kampagne dreht sich um Zweiräder. Verschiedene Aktionen werden organisiert.

10. Summer in the City 23

AH, siehe Folie ST 50-52

Wasser in den Schweizer Städten ist ein verbindendes und differenzierendes Element des Angebots sowie ein wiederkehrendes Element bei den wichtigsten Aktivitäten und Bedürfnissen der Gäste. Badebrunnen werden zu einem besonderen Erlebnis für die Gäste inszeniert. Auch wenn die Idee interessant für die Medien klingt, ist es für mehrere Städte sehr kompliziert in der Umsetzung.

11. Herbstkampagne 23

AH, siehe Folie ST 53-55

ST vermarktet den Herbst als eigene Reisezeit. Die Kampagne zeigt die Vorteile einer Reise in die Schweiz zwischen September und November.

12. Winterkampagne 23/24

AH, siehe Folie ST 56-58

ST plant eine Kampagne ausgerichtet auf die soziale Medien zwischen November und Dezember 2023. Marco Odermatt wirkt als Botschafter der Kampagne mit und teilt seine Empfehlungen mit den Gästen mittels der «How to...»-Kommunikation.

E. Update Digital

VG, siehe Folie ST 59-73

1. Visitor Management

ST hat 500 POIs in der Schweiz auf MyS.com integriert, mit Prognosen zu Besucherstrom und Vorschlägen zu ähnlichen Attraktionen an anderen Orten oder anderen Arten von Attraktionen in der Nähe, um die Kunden zu lenken. Diese Ströme können auf die Plattformen der Regionen übernommen werden. Die Regionen wünschen sich ein breiteres Portfolio an POIs. ST erläutert die Modalitäten. ST überlegt sich, ob der Mehrwert genügt, diese Daten auf MyS.com zu publizieren, da diese auch via Google verfügbar sind. Für die RDK fehlt eine Übersicht über die POIs sowie der Modalitäten einer Nutzung via die Regionen und Destinationen. ST kommuniziert die nötigen Informationen an die Regionen (**A/VG/10.03.23**). ST wird im März entscheiden, ob das Crowd-Prediction-Tool weitergeführt oder eingestellt wird.

2. Meta-Search

ST integriert online buchbare Angebote auf einer Meta-Search-Ebene in die MyS.com-Architektur. Erlebnisse aus unterschiedlichen Buchungskanälen werden aggregiert. Bei Buchungsklick wird der Gast auf den entsprechenden Kanal gelenkt. Dank dem Meta-Search erhalten die Gäste eine vertrauenswürdige Liste von Buchungsmöglichkeiten. Eine Umfrage wurde an die Regionen adressiert, bisher sind 9 von 13 Antworten eingegangen. Die Regionen stimmen dem Projekt zu. Die Projektgruppe mit dem strategischen Ausschuss der RDK wird weitergeführt.

F. STMs 2024+

VG, siehe Folie ST 74-81

ST strukturiert die ST-Fachveranstaltungen und -Instrumente in eine globale KAM-Agenda. Die Veranstaltungen werden auf das Maximum reduziert. STM's finden fünf Mal über zwei Jahre verteilt in der Schweiz statt, die STE's alle ein bis zwei Jahre in den Märkte.

G. Update Grand Tour of Switzerland

LG, siehe Folie ST 82-

1. Marketing

Die Sommerkampagne der Grand Tour of Switzerland-Kampagne mit Anne Hathaway und Roger Federer ist die erfolgreichste ST-Kampagne je. LG gibt ein Überblick über die Werbeaktivitäten rund um die Grand Tour of Switzerland. Auf dem Schweizer Markt wurde eine Kooperation mit der Sonntagszeitung, Schweizer Illustrierte/L'Illustré und BlickReisen entwickelt. Auf dem Markt Deutschland wurde die GToS und GTToS durch drei Promis auf den SOM inszeniert. Auf dem Markt UK wurde ein 32-seitige Reportage im Magazin «Rough Guide» publiziert. Die Sommerkampagne 2023 mit RF dreht sich um die GTToS. Ein Touring Magazin erscheint im Mai 2023 zum ersten Mal und wird über prominente Tagespresse in den Märkten verteilt. GToS prüft die Präsenz im Autosalon 2024 in Genf mit einem allfälligen neuen Autopartner.

2. Partnerschaften

Die offiziellen Partner der GToS im 2022 und 2023 sind: Zurich, Europcar, Hertz, Harley Davidson, Kümmerly+Frey. Eine Autopartnerschaft ist in Diskussion.

3. Produktentwicklung

Die Grand Tour App zählt bisher 40'000 Downloads. Seit August 2022 integriert sie eine Foto-Spot Sammelfunktion. 24 Foto-Spots Standorte wurden von ST genehmigt. Die Grand Tour Erlebniswelt wird im Swissminiatur in Melide inszeniert. 20 Mini-Foto-Spots ergänzen die Schweizer Attraktionen.

H. Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit (KoNa)

PN, siehe Folie STV 2-18

1. Aktueller Stand

Um die Vernetzung der Branche rund um das Thema Nachhaltigkeit zu verstärken, unterhält der STV eine LinkedIngruppe und organisiert ein Webinar am 14.03.23 und ein Event am 16.-17.10.23. Der STV nimmt am Projekt The Impact Alliance von TourCert teil.

2. Swisstainable Betriebsebene

Das Programm ist erfolgreich auf 1700 Betriebe gewachsen. Ein Swisstainable-Reglement wurde ab 2023 eingeführt. Die Swisstainable Partnerkommunikation hat gestartet und beinhaltet News aus dem Programm, Nachhaltigkeitsnachweise, Good-Practice-Beispiele. Monatliche Q&A Sessions sind für Programmbetriebe organisiert, weitere Webinare sowie Referate in Zusammenarbeit mit Verbänden oder DMOs sind auf Anfrage möglich.

3. Swisstainable Destinationansatz: Vorstellung

Der Swisstainable-Programm entwickelt sich von der Betriebsebene hin zu einem Programm auf Ebene der Destinationen. Die offizielle Lancierung findet anlässlich des Ferientags 2023 statt. Die Pilotphase geht im September 2023 zu Ende mit 4 Destinationen: Basel, Lenzerheide, Luzern, Engadin. Die Tourismusorganisationen sind einerseits auf Unternehmensebene Programmpartner, andererseits Treiber einer nachhaltigen Entwicklung innerhalb des Destinationsprogramms auf 3 Levels analog des Betriebsprogramms. Die Durchdringung (Anzahl und Art der Partner auf Betriebsebene) stellt sicher, dass genügend Betriebe in der Destination zur nachhaltigen Entwicklung beitragen. In einen nächsten Schritt ist auch ein Ansatz für die Events vorgesehen.

I. Argumentation Übersee-Gäste versus Europa-Gäste aus Sicht ÖV

ML, siehe Dokument STS

Aus Sicht des ÖV-Schweiz sind Gäste aus den Fernmärkten gegenüber den Gästen aus Europa durchgehend attraktiver, da sie viel stärker den ÖV als Mobilitätslösung nutzen. Gäste aus Übersee haben überdurchschnittliche Aufenthaltsdauern in der Schweiz. Sie bleiben deutlich länger als Gäste aus Europa.

J. Diverses & nächste Schritte

1. Tendenzen Januar 2023

Für die ÖV-Branche Schweiz war der Januar 2023 ein Rekord-Januar. Die Logiernächte in der Schweiz sind auch im Januar auf 16% gestiegen vs Vorjahr.

2. Nächste Sitzung

Die nächste RDK-Sitzung findet am 20. Juni in Bern statt. Die Strategiesitzung vom 7. - 8.9.23 findet in Zürich statt. Die letzte RDK-Sitzung des Jahres wird in Interlaken stattfinden, wo gleichzeitig das VSTM-Managementseminar stattfindet.

K. Pendenzenliste

Thema	Wer	Wann	Status
Standortförderungsbotschaft - Privilegierte Kontakte von Parlamentieren an PN mitteilen	RDK	10.03.23	laufend
Recovery-Programm 22-23 / Entlastungszahlungen - Planung der Mittel in Zusammenarbeit mit ST - Update anlässlich RDK-Sitzung	Regionen MN	laufend 20.06.23	laufend laufend
Projekt Statistik/NaDIT - Update anlässlich RDK-Sitzung	PAM/DC	20.06.23	laufend
Projekt Gastfreundlichkeits-Radar - Update anlässlich RDK-Sitzung	PB	20.06.23	laufend
Projekt Mobilitätsticket - Update anlässlich RDK-Sitzung	JH	20.06.23	laufend
Visitor Management - Übersicht den POIs sowie Modalitäten an RDK teilen - Update anlässlich RDK-Sitzung	VG VG	10.03.23 20.06.23	Laufend laufend
Nachhaltigkeit - Update anlässlich RDK-Sitzung	VG/ PN	20.06.23	laufend
Touring Sounding Board - Update GToS anlässlich einer RDK-Sitzung/Jahr	FB	Feb.24	laufend

Für das Protokoll
Christelle Marques,
28. Februar 2023