



Schweiz.



Schweiz.

ST Update.

Martin Nydegger, Simon Bosshart, Viviane Grobet & Franziska Brunold

19.02.2024



ST Strategie.



Schweiz.

Strategie und Planung 2024–26.

Schlüsselfaktoren.



Schweiz.

1 **Partnerschaft**
ST ermöglicht Erfolge



2 **Vertrauen**
ST steht für Verlässlichkeit



3 **Innovation**
ST wird produktiver und noch kreativer



4 **Nachhaltigkeit**
ST setzt auf Swisstainable



5 **Lenkung**
ST entwickelt sich vom Fördern zum Lenken



6 **Ganzjahrestourismus**
ST verteilt Aktivitäten über das ganze Jahr



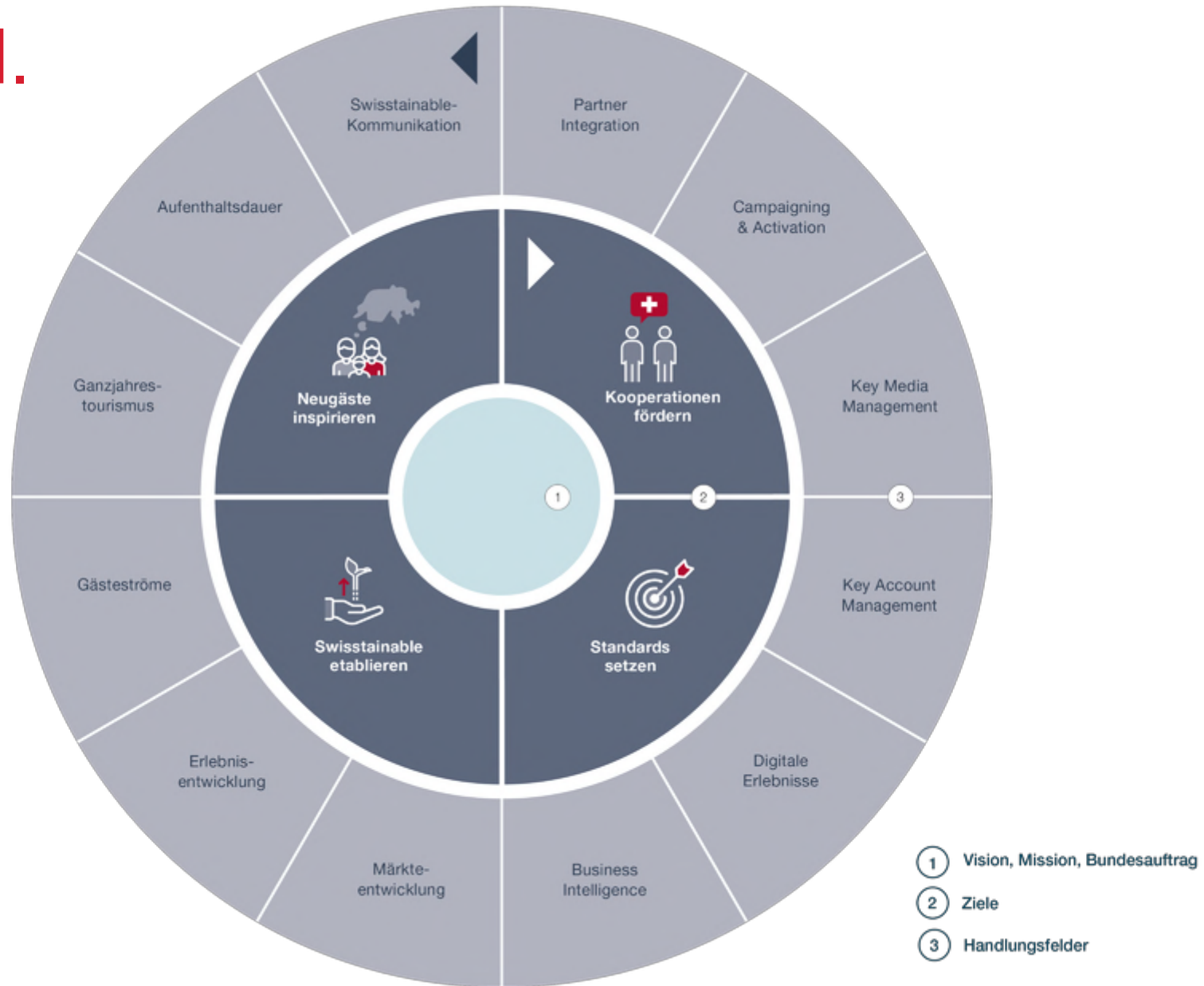
7 **Traveltech**
ST gestaltet die Zukunft im Web 3.0



Strategierad.



Schweiz.





Schweiz.

ST Strategie zum Download.

<https://www.stnet.ch/de/mediathek/strategie-und-planung/>



Märktestrategie.

Märktestrategie Schweiz Tourismus.

Simon Bosshart, Leiter Märkte Ost
RDK-Sitzung, Basel, 19.2.2024



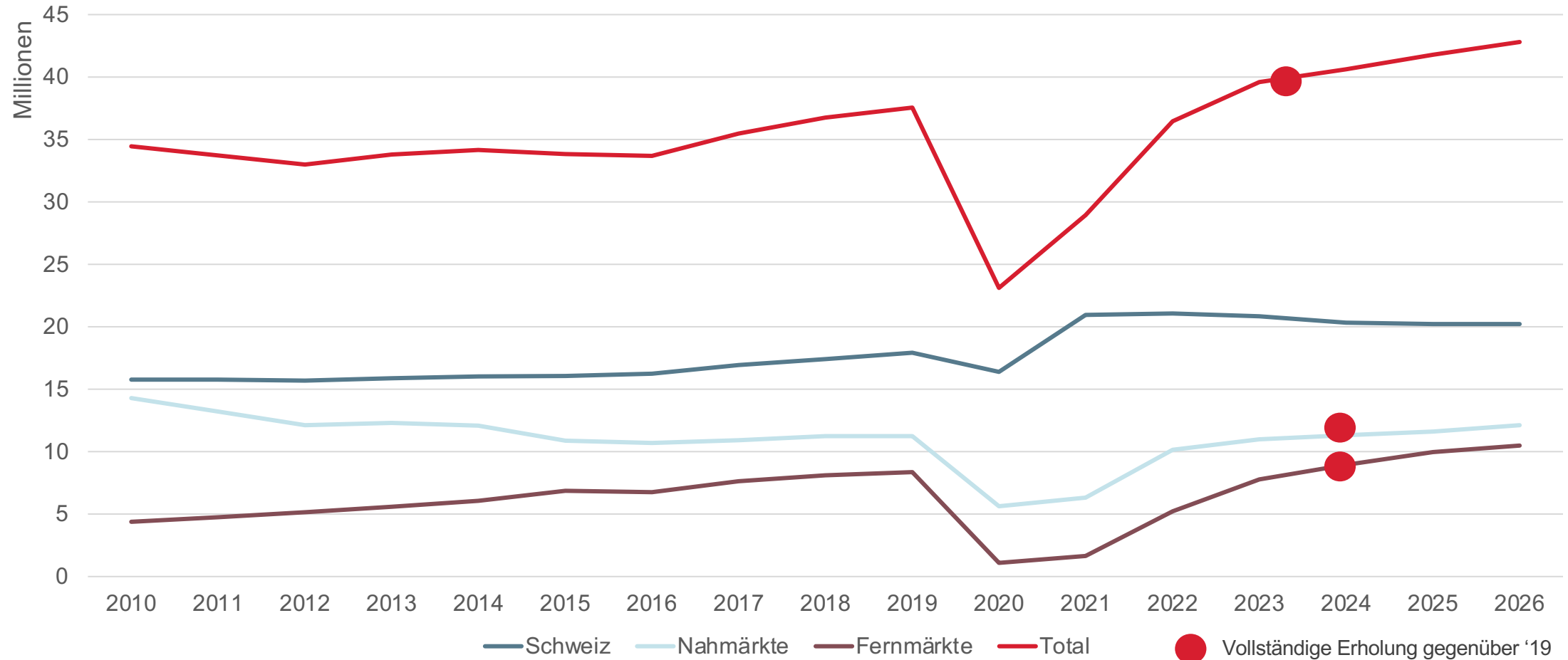
Schweiz.

Wo wir stehen.
Was wir erwarten.



Schweiz.

Logiernächte-Entwicklung 2010 – 2026.

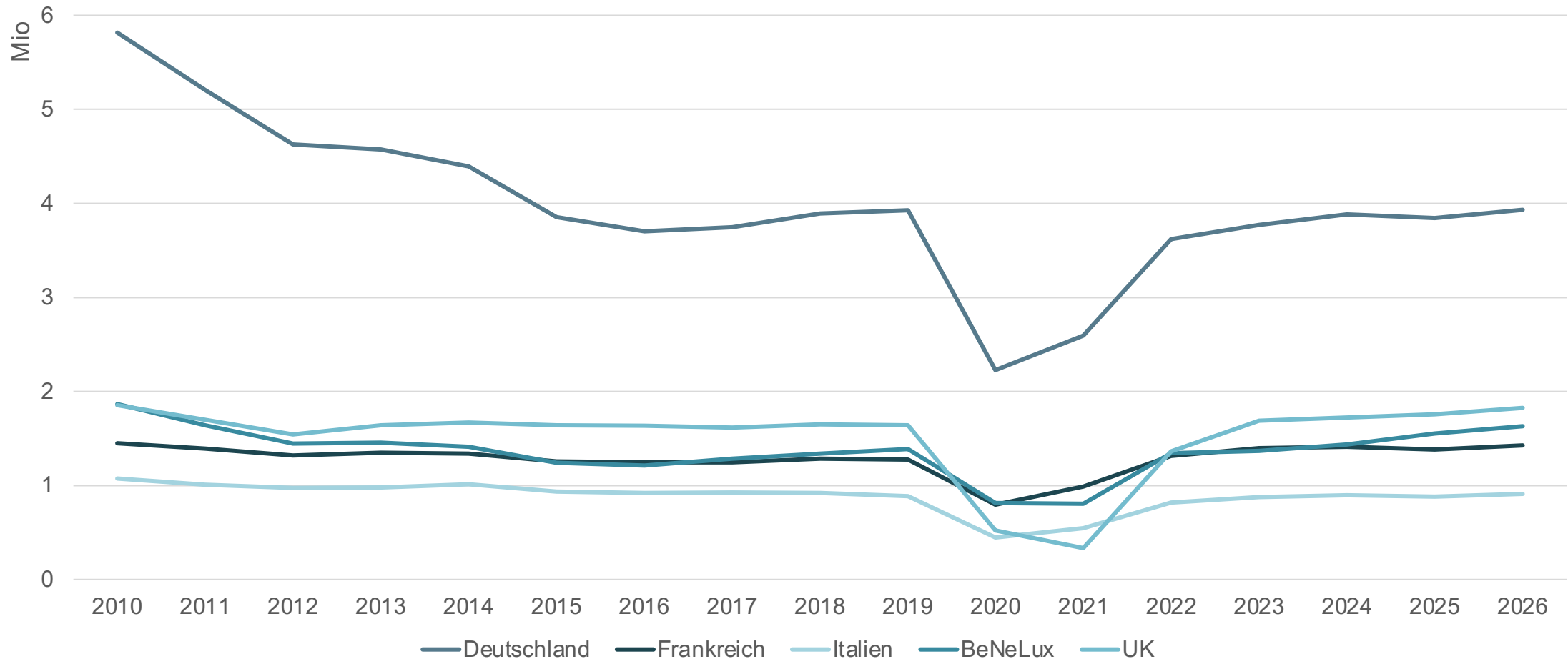


Quelle: Oxford Economics, BAK, HESTA, ST Einschätzung (Stand 16.02.2024)



Schweiz.

Hotellogiernächte-Entwicklung 2010 – 2026, Nahmärkte.

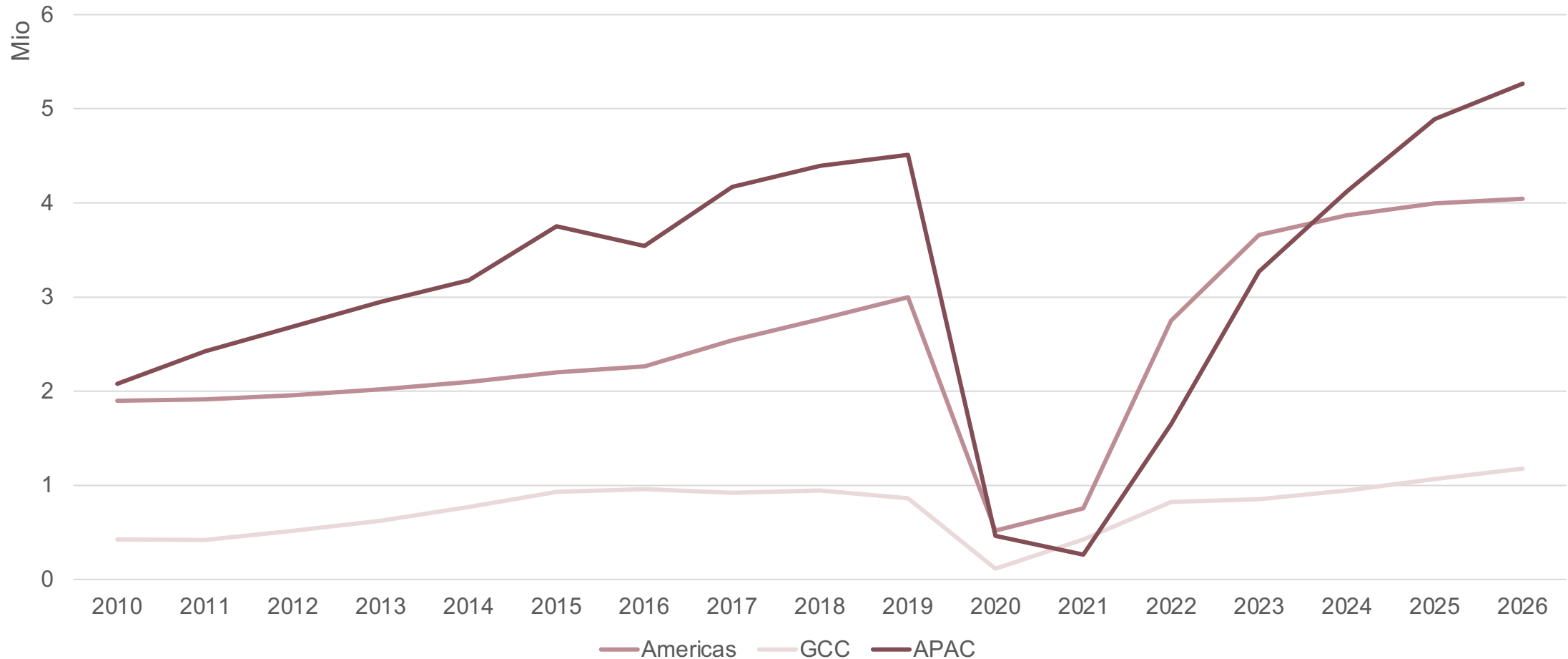


Quelle: Oxford Economics, BAK, HESTA, ST Einschätzung (Status 16.02.2024)



Schweiz.

Hotellogiernächte-Entwicklung 2010 – 2026, Fernmärkte.



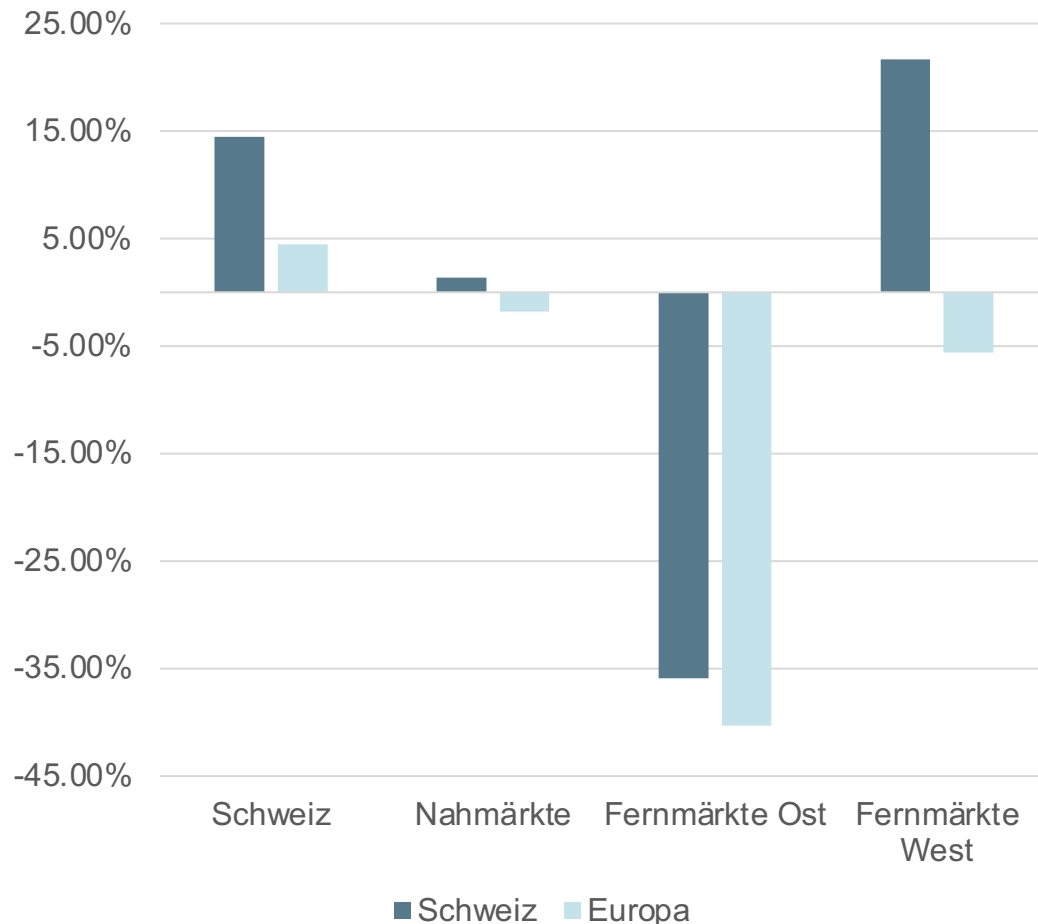
Quelle: Oxford Economics, BAK, HESTA, ST Einschätzung (Status 16.02.2024)



Schweiz.

Erholung Ankünfte 2019 – 2023

Schweiz / Nahmärkte / Fernmärkte.



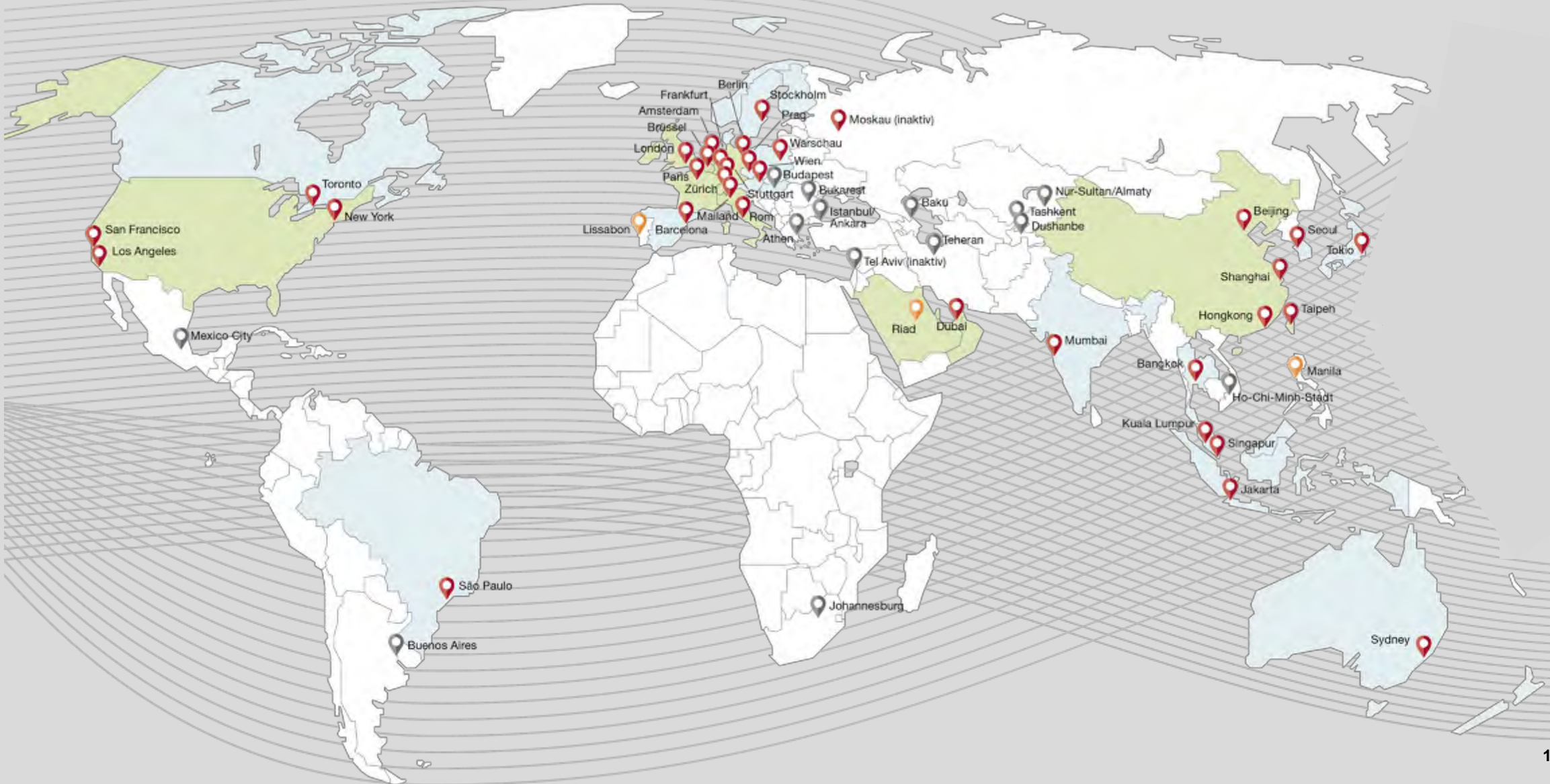
- Die Schweiz ...
 - ... **erholt sich schneller** als der europäische Durchschnitt
 - ... hat **Marktanteile** am europäischen Incoming-Tourismus **gewonnen**
 - Schweiz: + 3,6%
 - Nahmärkte +0.4%
 - Fernmärkte Ost: +0.48%
 - Fernmärkte West: +0.84%

Wie wir agieren.

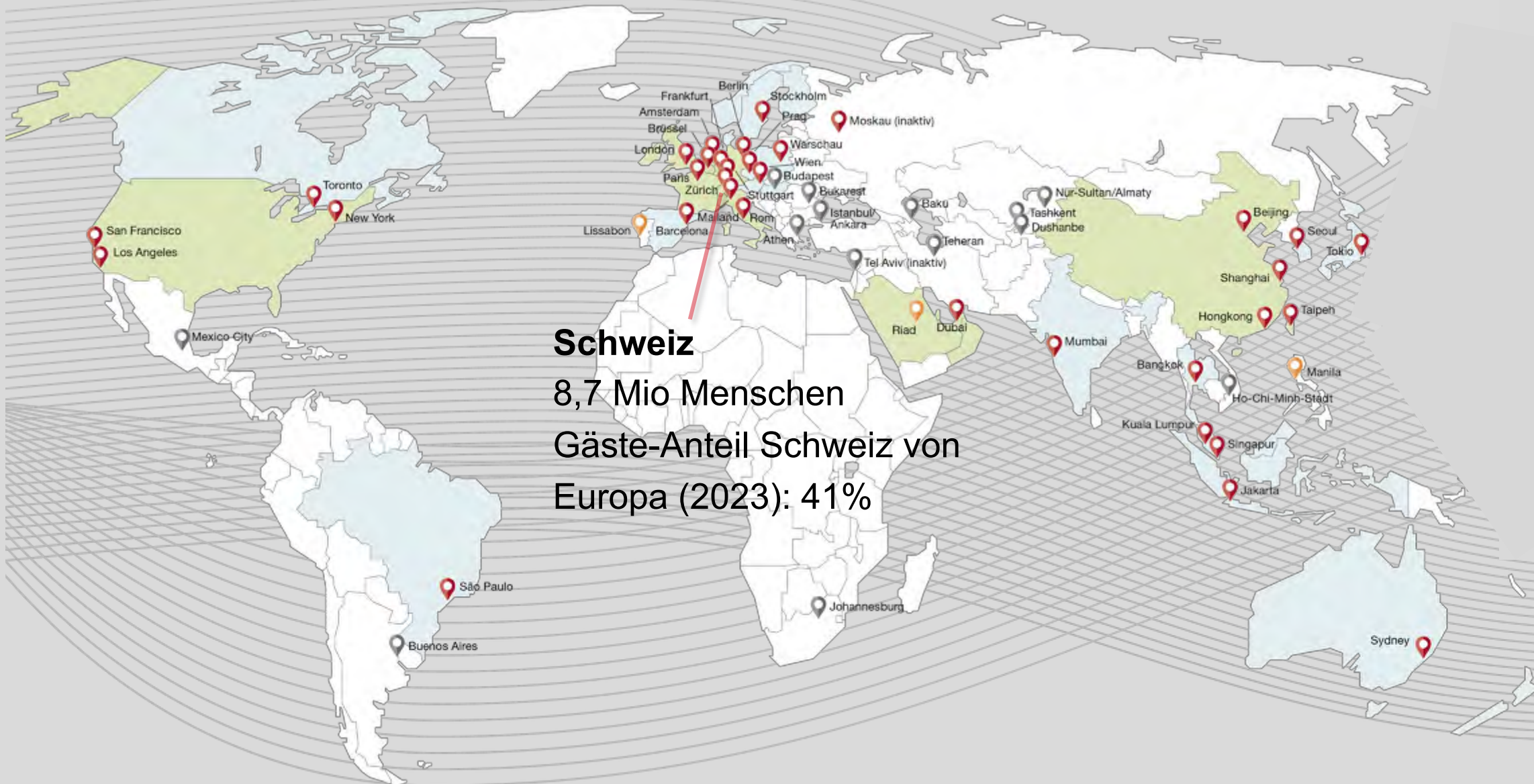
Unsere Märktewelt.



Schweiz.



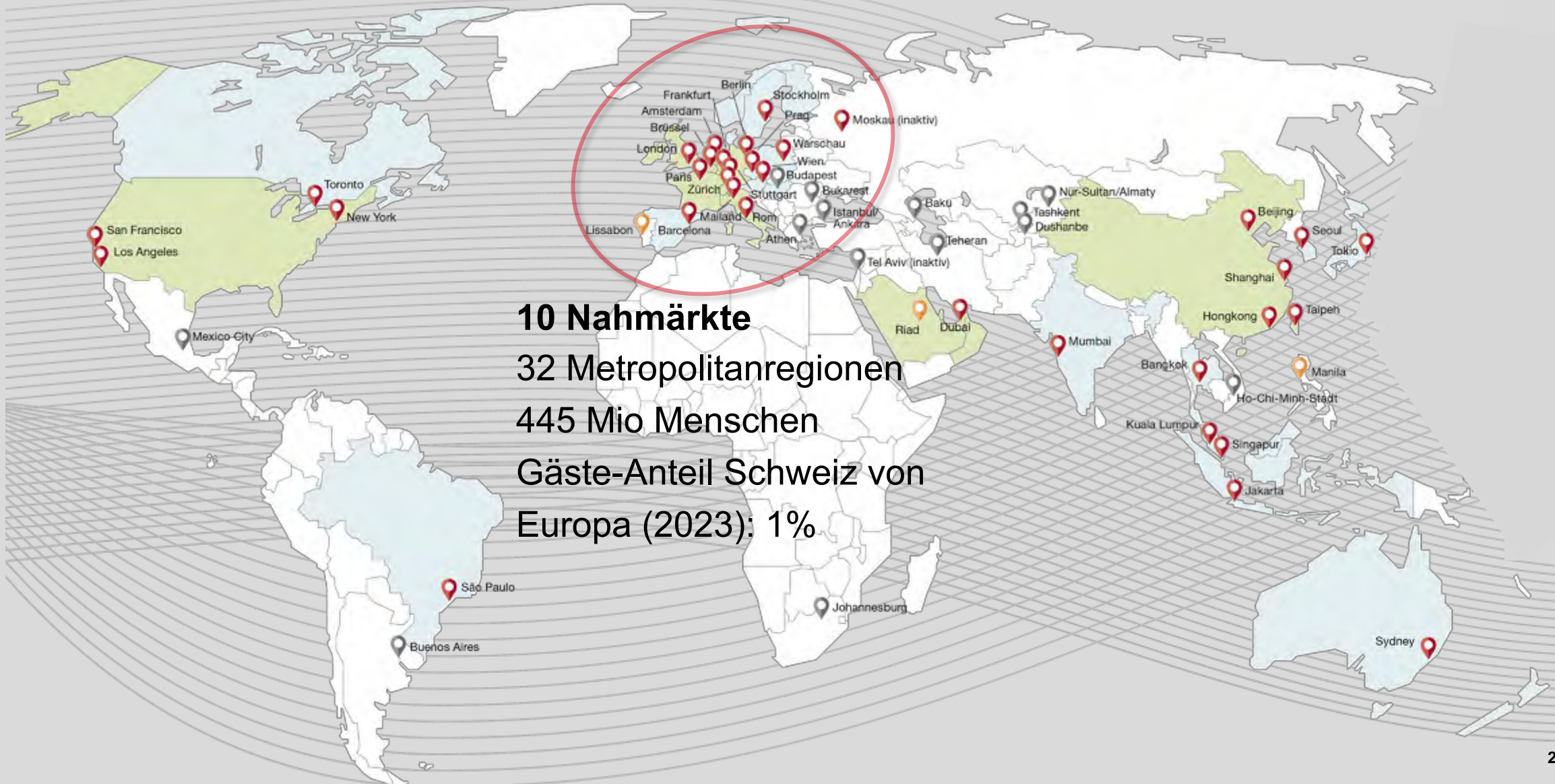
Unsere Märktewelt.



Unsere Märktewelt.



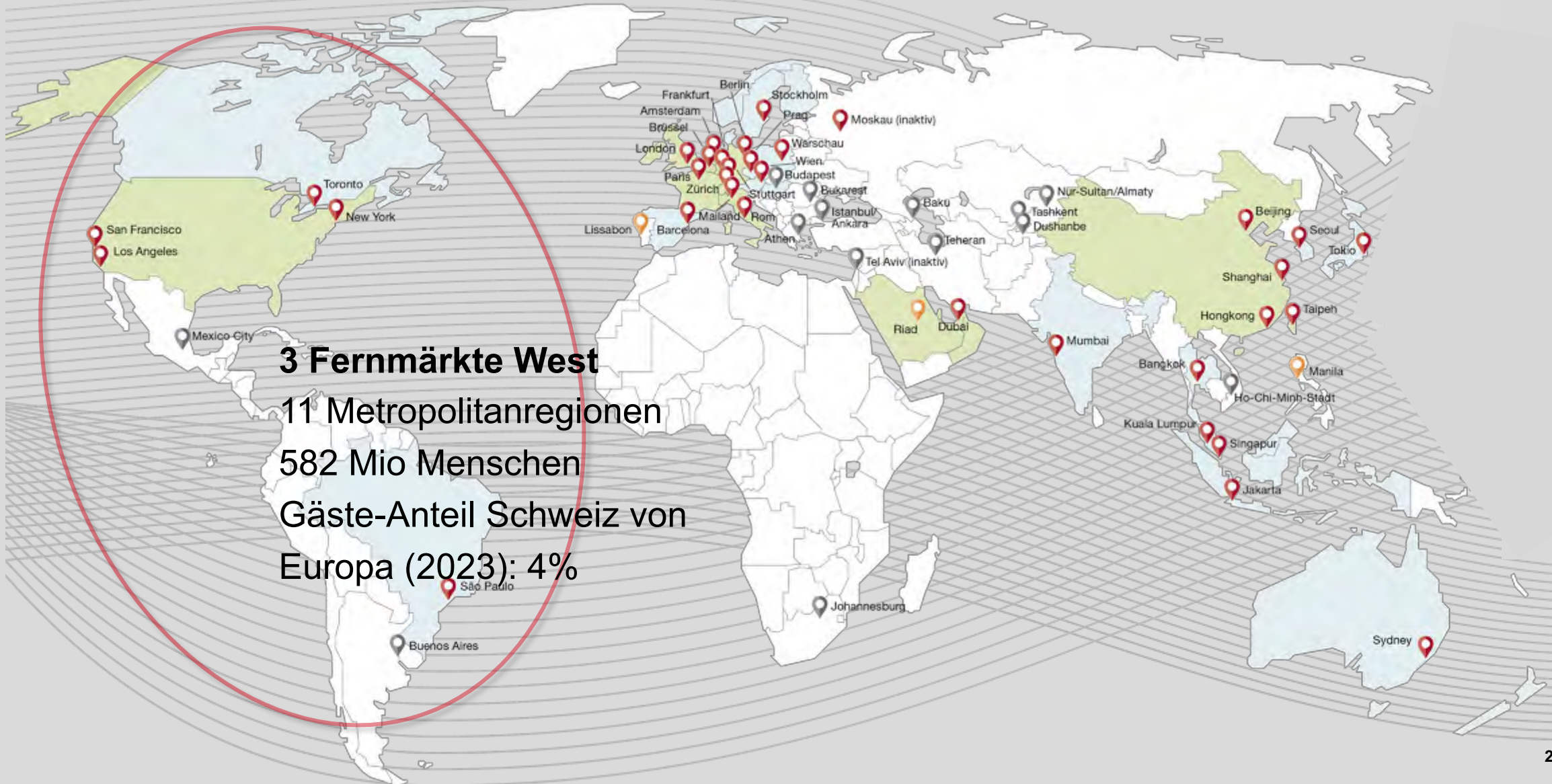
Schweiz.



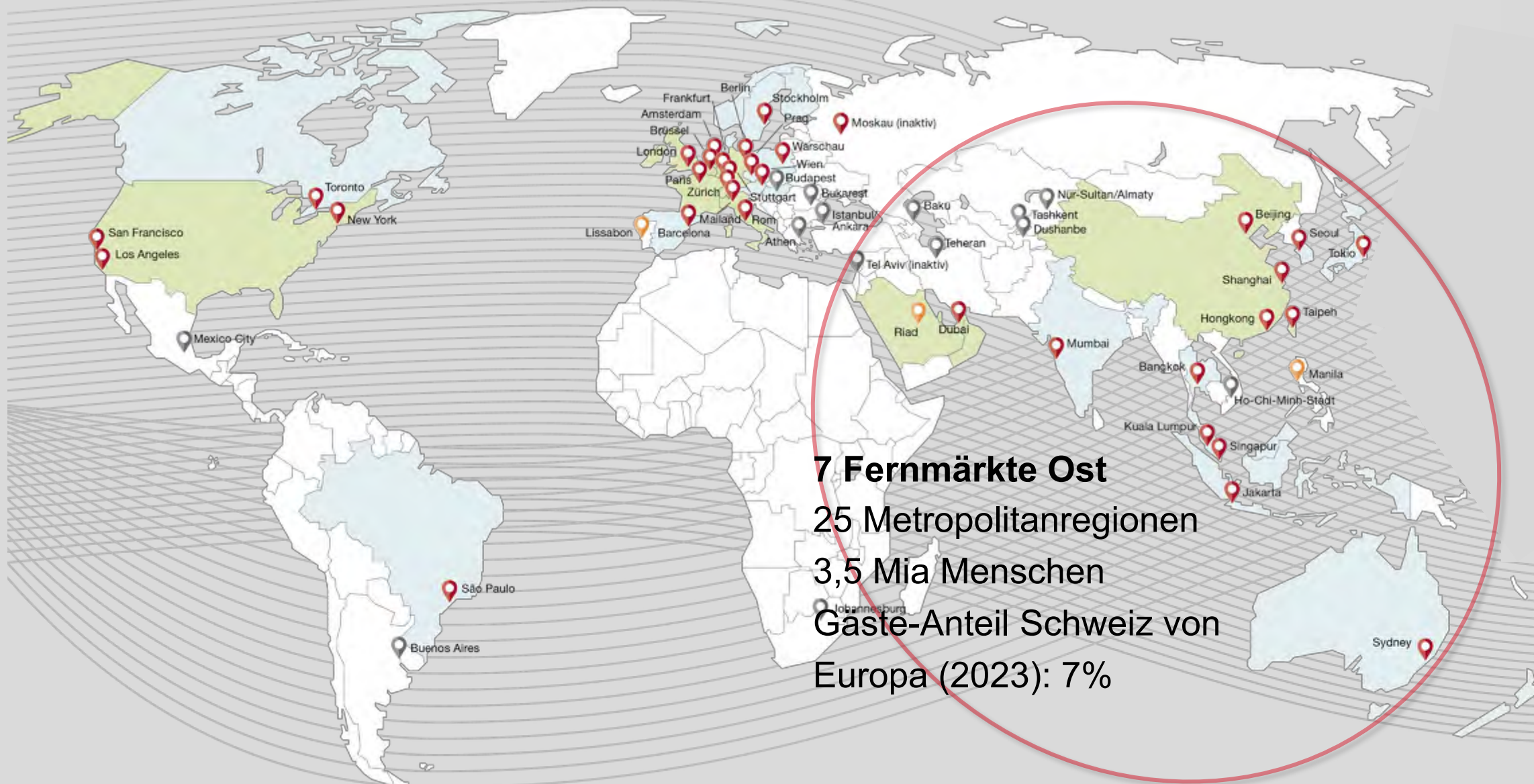
Unsere Märktewelt.



Schweiz.



Unsere Märktewelt.





Schweiz.

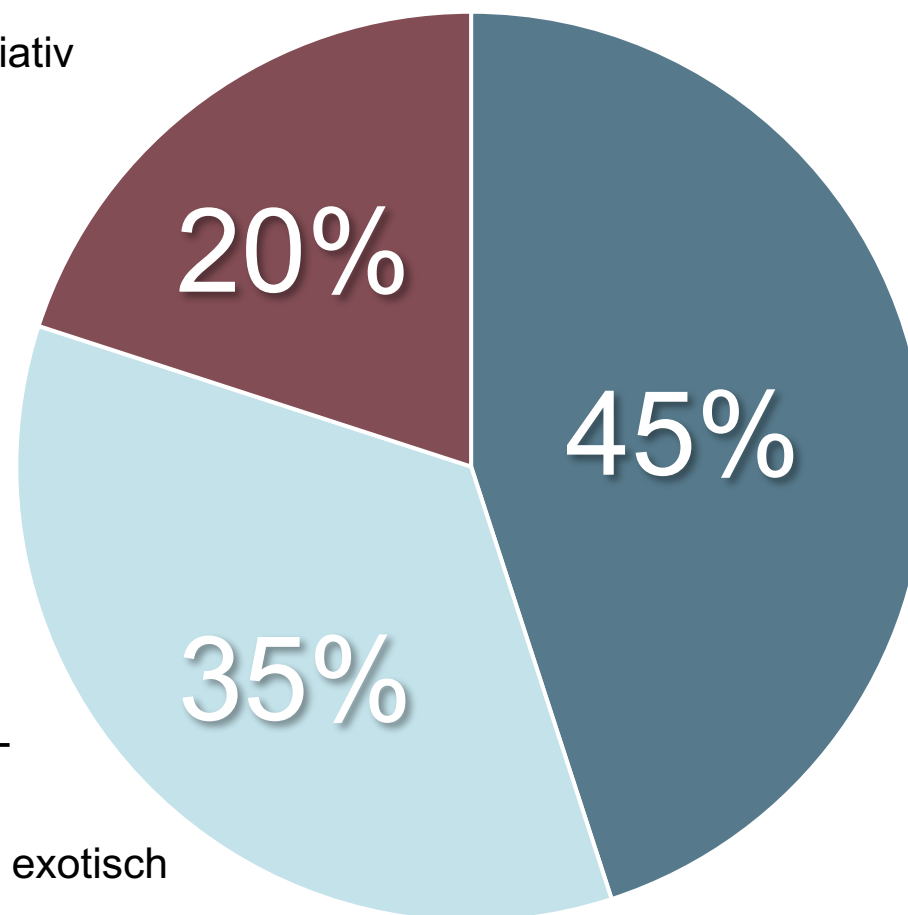
Wir setzen auf einen ausgewogener Gästemix.

Fernmärkte

- Unsere Wachstumstreiber, quantitativ und qualitativ
- Anfällig auf geopolitische Krisen
- “Shangri-La der Alpen”

Nahmärkte

- Unsere ersten Auslandsmärkte
- Nebenferien-Gäste
- Anfällig auf ökonomische Stressfaktoren
- Bekannt und für viele doch noch exotisch



■ Schweiz ■ Nahmärkte ■ Fernmärkte

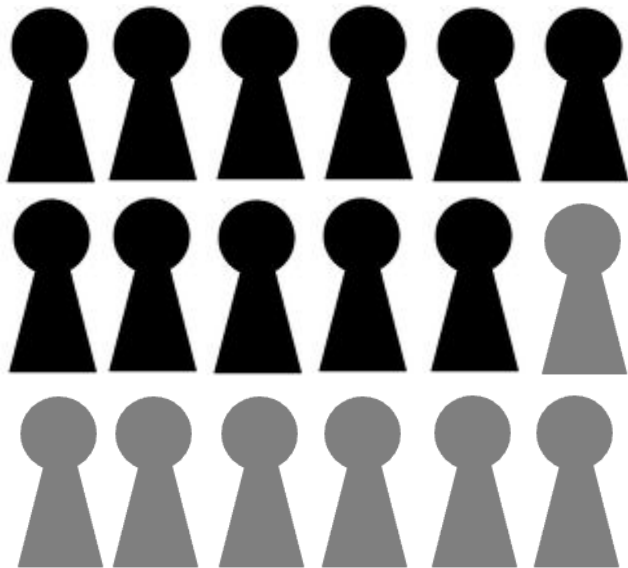
Schweiz

- Unser Rückgrat
- Krisenresistent auch im Worst Case
- geliebte, auch kritisch beurteilte Heimat



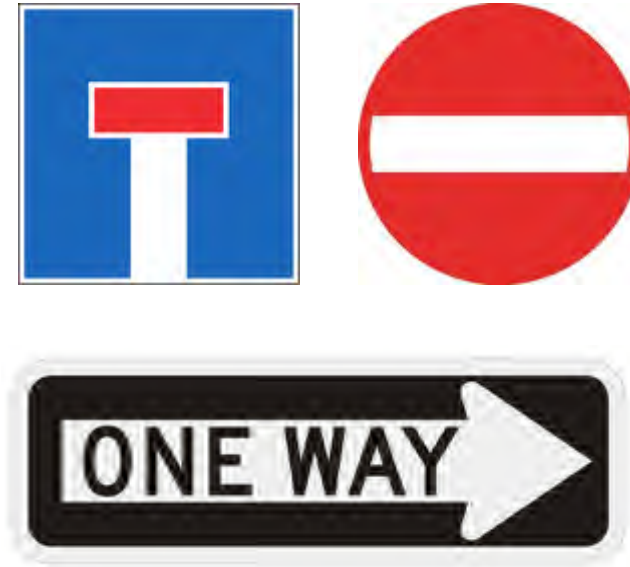
Schweiz.

Wir verfolgen 2 strategische Stossrichtungen.



Fördern

+



Lenken



Schweiz.

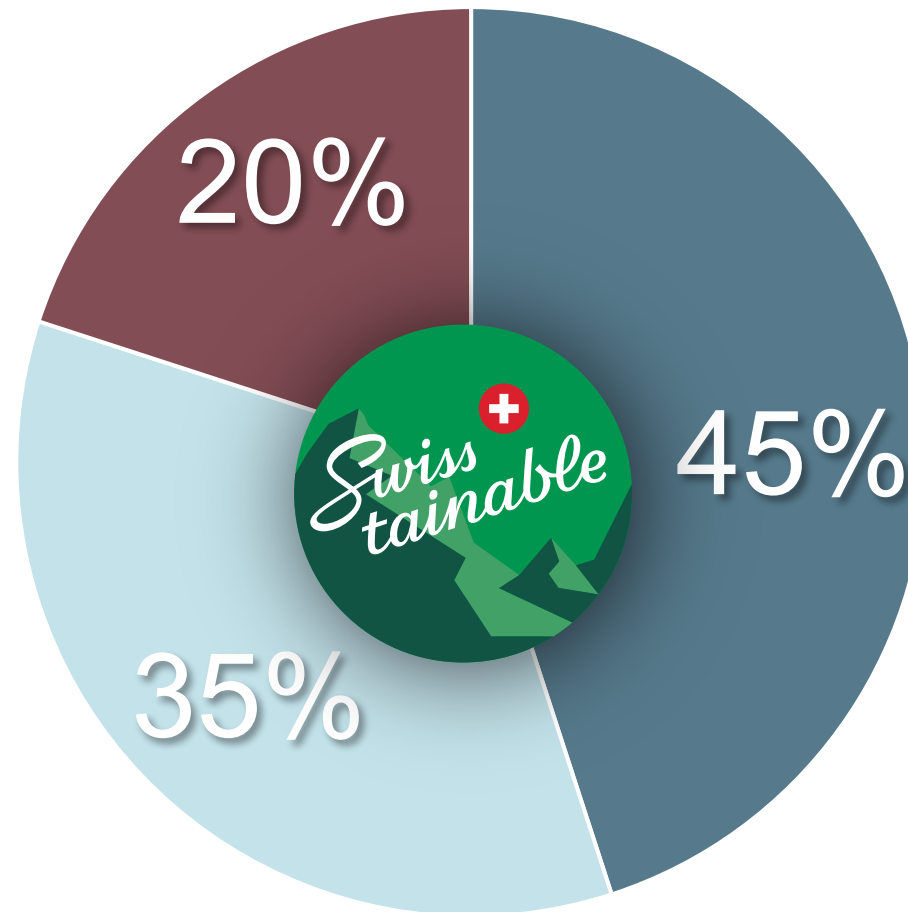
Unsere Märkte-Strategie.

Fernmärkte entwickeln

- Lenken vor Fördern
- Fokus auf längere Aufenthaltsdauer, Reisen im ÖV, Individual- und Kleingruppengäste

Nahmärkte zurückgewinnen

- Fördern vor Lenken
- Fokus: Wachstum mit Neugästen, insb. jüngere Zielgruppen.



■ Schweiz ■ Nahmärkte ■ Fernmärkte

Schweiz sichern

- Fördern und Lenken
- Fokus: Schweizer Vielfalt, emotionales Storytelling, Geheimtipps

A group of people are gathered at a night event, likely a dinner or reception. In the foreground, a man in a white shirt is seen from the back, looking towards a woman in a dark suit who is smiling broadly. To her right, a woman in a white blazer is also smiling, with her hands clasped in front of her. Other people are visible in the background, some holding up phones to take pictures. The scene is lit with warm, ambient light, and there are blurred lights and flags in the distance.

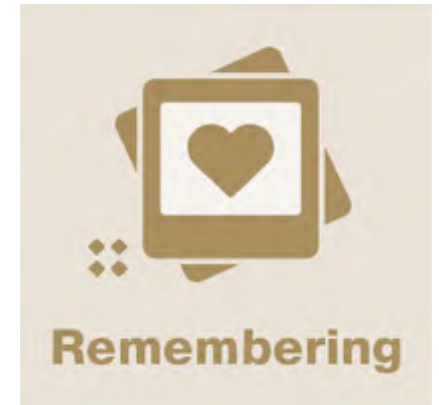
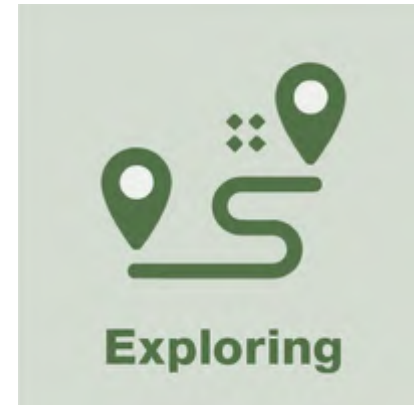
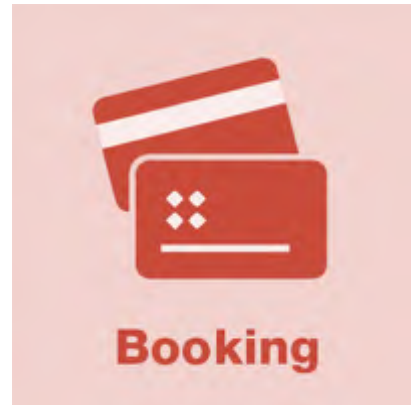
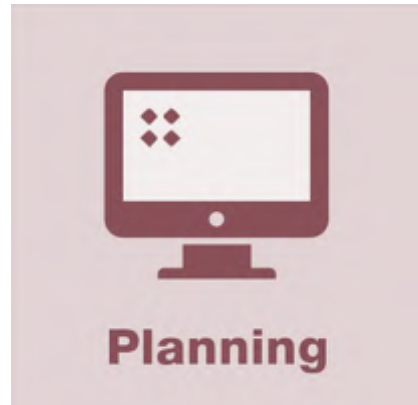
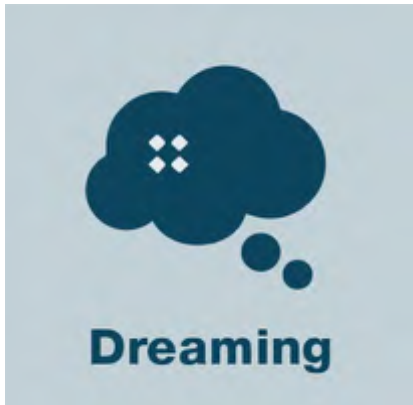
Wir agieren lokal ...



Schweiz.

... und entlang der Customer Journey.

Campaigning & Activation / KMM



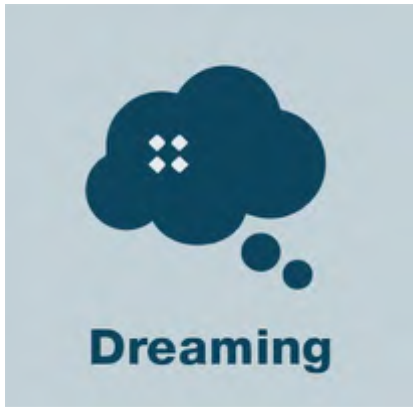
KAM (Leisure / Meetings)



Schweiz.

Indien: 360° Sommerkampagne mit Neeraj Chopra

Campaigning & Activation / KMM



KAM (Leisure / Meetings)

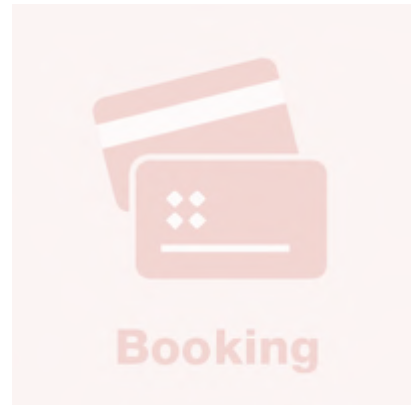
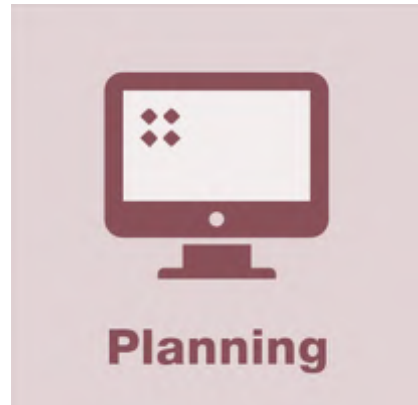
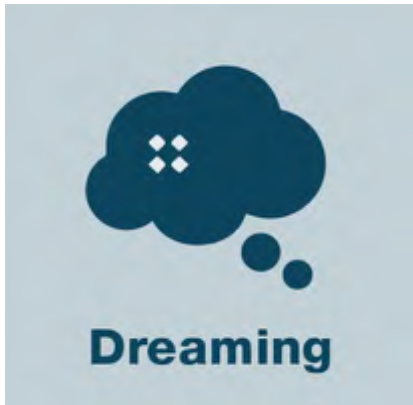




Schweiz.

US: Kooperation «Accidentally Wes Anderson».

Campaining & Activation / KMM



KAM (Leisure / Meetings)



PART I
The French Speaking Region



PART II
The Italian Speaking Region



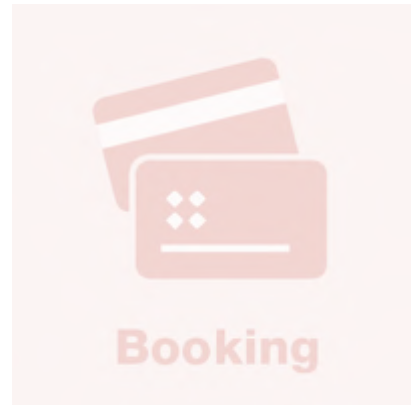
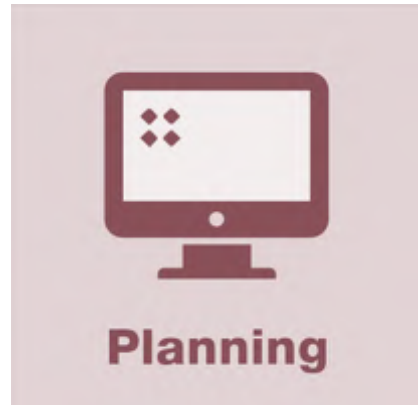
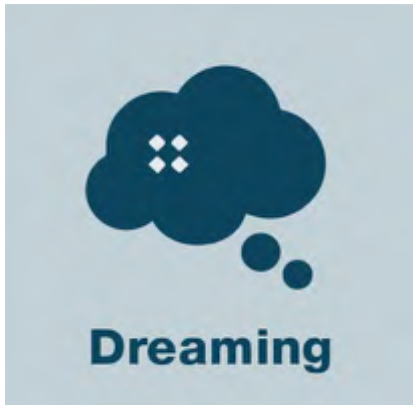
PART III
The German Speaking Region

Frankreich: Earned Media TF1



Schweiz.

Campaigning & Activation / KMM



KAM (Leisure / Meetings)

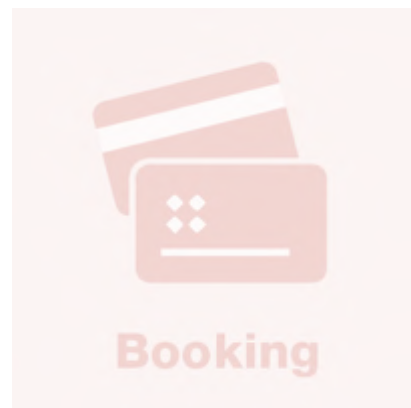
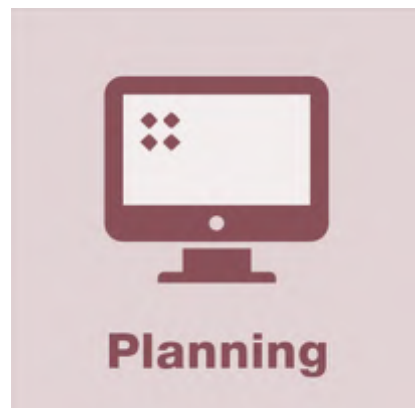
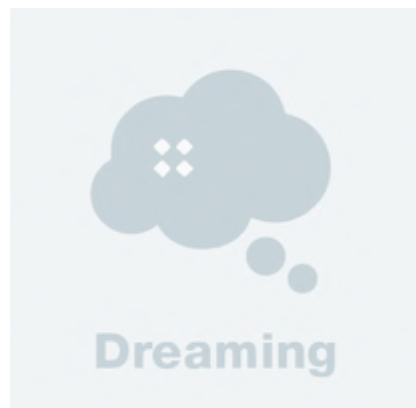




Schweiz.

3 STM Edition Events.

Campaigning & Activation / KMM



KAM (Leisure / Meetings)

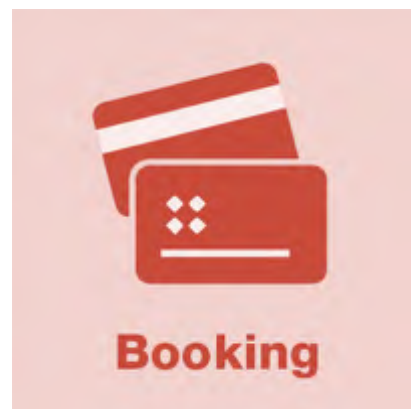
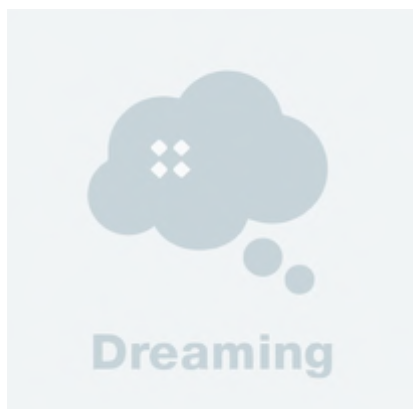


3-Jahres «Swisstainable» Kooperation mit TTC.



Schweiz.

Campaigning & Activation / KMM



KAM (Leisure / Meetings)





Campaigning.

Plan 2024.



Schweiz.

		Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	
Partner Campaigns		Partner Winter			Partner Summer				Partner Autumn			Partner Winter		
Regions & Destinations		Partner Winter			Partner Summer				Partner Autumn			Partner Winter		
Cities		Partner Cities												
Accom. & Gastronomy		Cooperations / Touring / Swisstainable/ Serviced Appartements / Para Hotellerie /Gastronomy												
Umbrella Campaigns		Swisstainable on Public Transport (Winter / Future Gen)												
Winter														
BAK Campaign					BAK (30 hidden gems)									
Always-on					Topics: Seasons, Activities, Touring (GToS & GToS), Cities,									
Grape Escapes					Grape Escapes (70 best wine experiences)									
Swisstainable					Swisstainable Awareness									
Hotel Campaign					Overarching Hotel Campaign									
Bleisure					Bleisure (Come to work, stay to play)									
RF Autumn Campaign									RF Autumn					
AMoS									AMoS					



Grape Escapes.



Schweiz.

58 einzigartige Unterkünfte in allen 6 Weinregionen.



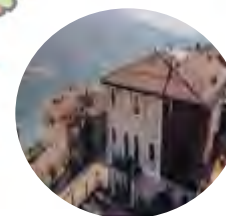
Attila Boutique Boatel, Drei-Seen-Land



La Capite, Lavaux



Castel da Daval, Wallis



Castello di Morcote, Tessin





Schweiz.

Die Kampagne in Kürze.



Message

Schlafen inmitten der Reben. In die Schweizer Weinkultur eintauchen!



Lancierung

- Lancierung im **Mai 2024 in der KW 20**
- Kampagnendauer von Mai bis Oktober 2024



Kanäle

- Google, Instagram, Facebook, Newsletter, etc.
- Medien Kooperationen (Schweiz)
- **Partner Plattformen** (Swiss Wine Promotion, Unterkünfte, Destinationen, etc.)



PR Aktivitäten

- Pressemitteilung, Medienreisen, Grape Escapes Challenge (internationale Berichterstattung)



MySwitzerland.com

- Grape Escapes Landingpage in sechs Sprachen (DE, FR, IT, EN, ES, NL)

Wichtig: Alle Destinationen / Partner erhalten vor Kampagnenstart ein **Toolkit von ST mit den Assets und Textbausteinen** zu Grape Escapes. Kommuniziert Grape Escapes über eure Kanäle.

Anmeldung Grape Escapes.



Schweiz.



Für die Sommer- und Herbstsaison 2024
Schweiz Tourismus zusammen mit Swiss Wine Promotion die aussergewöhnlichsten Übernachtungsmöglichkeiten in den Schweizer Weinbauregionen. Ein Röhüsi in den Bergen, ein Tiny House mit Blick auf die Alpen oder ein alter Weinkeller?

Wichtige Information zum revidierten Raumplanungsgesetz

Mit der abgelaufenen Herbstsession in Bundesbern hat sich die Ausgangslage verändert. Das Parlament verabschiedete das **revidierte Raumplanungsgesetz** (Artikel 8c und 18bis). Damit steht den Kantonen ein neues Planungsinstrument zur Verfügung: Sie können künftig ausserhalb der Bauzone spezielle Zonen einrichten, in denen von den restriktiven Regeln abgewichen werden darf. Entscheidend ist, dass das Gebiet insgesamt aufgewertet wird. Das revidierte Raumplanungsgesetz soll es den Kantonen ermöglichen, unter Einhaltung der gesetzlichen und planerischen Rahmenbedingungen ihren besonderen Bedürfnissen beim Bauen ausserhalb der Bauzonen besser Rechnung tragen zu können.

Bundesgesetz über die Raumplanung, Änderung vom 29. September 2023: [hier](#)

Artikel St. Galler Tagblatt 30.9.23: [hier](#)

Informationen zu Grape Escapes:
<https://www.stnet.ch/grapeescapes>

Anmeldung:
<https://www.stnet.ch/de/anmeldung-grape-escapes/>

Deadline
Anmeldung:
15. März
2024



Schreiben mit Absender ST und SWP zur Unterstützung der Branche bei innovativen Ideen / Neuentwicklungen / Renovationen und den damit verbundenen Bewilligungen.



Schweiz.

Wie weiter mit der WEURO25?

Round Table Host Cities, 15. Februar 2024.
Viviane Grobet und Martin Pally.



Schweiz.

Wir sind enttäuscht.

Bundesrat unterstützt die UEFA Women's EURO 2025 mit 4 Millionen Franken

Bern, 31.01.2024 - Mit der Fussball-Europameisterschaft der Frauen 2025, der grössten frauenspezifischen Sportveranstaltung Europas, bietet sich der Schweiz die Chance, dem Mädchen- und Frauensport weitere Impulse zu verleihen. Der Bundesrat hat am 29. Januar 2024 entschieden, den Umfang von 4 Millionen Franken zu bewilligen.

4 MILLIONEN FRANKEN

«Das ist mickrig» – Politikerinnen wollen mehr Geld für Frauen-EM

Der Bundesrat beantragt dem Parlament vier Millionen Franken, um den Frauensport im Rahmen der Frauen-Europameisterschaft zu fördern. Im Parlament stösst das zwar einerseits auf Zuspruch – doch Politikerinnen fordern mehr Geld.



annabelle_mag

"Vier Millionen Franken für die Fussball-EM der Frauen ist ein Zwanzigstel von dem, was für die Männer 2008 gesprochen wurde. Ein Zwanzigstel! Der Betrag ist unwürdig in jeder Hinsicht"

Fussballaktivistin und Politikerin Sarah Akanji in ihrem Kommentar zum Entscheid des Bundes

Publiziert: 1. Februar 2024, 04:51



nden dit leuk
e Fussball-EM der
istin und Politikerin
hrem Kommentar
sen Entscheid

g #bundesrat



Schweiz.

Unser neuer Auftrag.

- Wir integrieren die WEURO25 in das “reguläre” Marketing von ST.

Kampagnenarchitektur Landeskommunikation.



Schweiz.

Positionierung der Schweiz als **begehrtenswerte Reisedestination: jung, gastfreundlich, nachhaltig und divers.**

Hauptkampagne:
Positionierung als begehrtenswertes
Reiseland

Subkampagne:
Women's EURO
Erlebnis

Subkampagne
Event-
Gastgeber

B2C Kommunikation

B2B Kommunikation

Kampagnenarchitektur Landeskommunikation.



Schweiz.

Positionierung der Schweiz als **begehrtesten Reisedestination: jung, gastfreundlich, nachhaltig und divers.**

Partnerkampagne:
Positionierung als
begehrtestes Reiseland

Subkampagne:
Women's EURO
Erlebnis

Subkampagne
Event-
Gastgeber

B2C Kommunikation

B2B Kommunikation

Weil

Die WEURO25 ist nach wie vor eine Chance:
Es ist der grösste Frauensportanlass mit
europaweiter Aufmerksamkeit.



Schweiz.

Mehr denn je! Gemeinsam mehr Wirkung

Dank starker Marke Schweiz,
gebündeltem Mitteleinsatz,
einer Verstärkung der
Partnerinvestments durch ST
und Marketing- und
Märkteexpertise.



A scenic view of a city, likely Zurich, featuring a large river (Limmat) in the foreground. In the background, a prominent church with two tall, ornate towers (Grossmünster) stands out against the sky. The city is built on a hillside, with various buildings and a red-roofed spire visible. Several boats are on the water, including a large white and blue ferry in the foreground and smaller boats further back. The overall atmosphere is peaceful and scenic.

Start now!

Wir starten klein mit dem
Potenzial gross zu werden

Partnerkampagne+.

Wir nutzen die bekannten ST Gefässe, namentlich das Modell der zentralen Partnerkampagne und unserer Keypartner-Angebote.

Und wir investieren zusätzlich unter folgenden Bedingungen:

- Mindestens 6 von 8 Host Cities machen mit
- Die Distribution der Kampagne findet schwerpunktmässig in den europäischen Märkten statt

Investieren die Host Cities min. CHF 500'000 wird ST zusätzlich CHF 150'000 aus eigenen Mitteln investieren.

Investieren die Host Cities min. CHF 1'000'000 wird ST zusätzlich CHF 500'000 aus eigenen Mitteln investieren.



Schweiz.

Next steps.

- 15. Februar Round-Table mit SECO / BASPO und Host Cities
- Anfang März Ausschreibung ST WEURO25 Angebot an Host Cities
- Mitte April Anmeldeschluss
- Ab Mai Konzeption und Produktion WEURO25 Content Items
- 16. Dez WEURO25 Gruppenauslosung in Lausanne



Nachhaltigkeit.

Aufruf: Best Tourism Villages by UN Tourism 2024,
Bewerbungsdeadline: 14. April 2024





Grand Tour of Switzerland.



Schweiz.

Grand Tour of Switzerland.

RDK Sitzung

19. Februar 2024

Franziska Brunold

Agenda.



Schweiz.

- Rückblick 2023
- Ausblick 2024
- Governance GToS
- Fragen/Diskussion

Franziska Brunold

Franziska Brunold

Viviane Grobet

An aerial photograph of a red car driving on a winding asphalt road. The road curves through a landscape with dense autumn foliage in shades of orange, yellow, and green. A grassy median separates the two directions of travel. The text 'Rückblick 2023.' is overlaid in white on the left side of the road.

Rückblick 2023.

Zentral.

Newsletter GToS Standalone.

International

497'000 Empfänger
Opening Rate 35%



Grüezi

Von palmengesäumten Seen zu grandiosen Gletscherlandschaften und von malerischen Dörfern zu pulsierenden Städten – die Grand Tour of Switzerland steht für eine unglaubliche Vielfalt an Sehenswürdigkeiten, die es in dieser Dichte sonst nirgends gibt. Wussten Sie, dass Sie mit Auto oder Motorrad diese unvergessliche Schweiz-Rundreise ganz nach Ihren Wünschen planen können? Holen Sie sich jetzt alles praktischen Infos, reisen Sie im eigenen Tempo und genießen Sie die Freiheit, jederzeit einen Halt einzulegen – am besten bei einem Grand Tour Foto-Spot.

[Anschauen \(und losfahren!\)](#)



Mini-Foto-Spots: jetzt im Swissminiatur

In Melide stehen ein neuer Grand Tour Foto-Spot und 20 Foto-Spots im Kleinformat. Platziert sind diese zwischen den originalgetreuen Modellen im Park. Bei der Online-Schatzsuche »Treasure Hunt with Rudy« gilt es, die Mini-Foto-Spots zu finden.

[Zur Foto-Spot-Schatzsuche](#)



Grand Tour App: ideale Reisebegleitung

Die Grand Tour App unterstützt Sie beim Planen und Navigieren entlang der Grand Tour. Lassen Sie sich zu den unvergesslichen Highlights der Schweiz führen und testen Sie die neuen Suchfunktionen: Verkaufsstellen Snack Box, Unterkünfte oder E-Ladestationen.

[Planen. Fahren. Erleben.](#)



Eingerahmte Aussichten

Auf der Grand Tour reihen sich die Top-Attraktionen der Schweiz wie Perlen an einer Schnur. Für Sie haben wir die schönsten Aussichtspunkte entlang der Strecke in Szene gesetzt – mit den Grand Tour Foto-Spots.

[Boxenstopp Foto-Spot](#)



Buchbarer Naturgenuss

Beeindruckende Naturerlebnisse in der Ostschweiz prägen diese 4-Tages-Reise entlang der Grand Tour of Switzerland. Wir bringen Sie von Bad Ragaz nach Davos in die Alpen und weiter nach Pontresina am Berninapass.

[Jetzt buchen](#)



Die Snack Box für den kleinen Hunger

Die Grand Tour of Switzerland ist auch eine kulinarische Entdeckungsreise – dank der Vielfalt an Spezialitäten, die Sie in allen Landesteilen erwarten. Und dank der Grand Tour Snack Box, die Sie mit lokalen Leckereien verwöhnt und sich unterwegs immer wieder auffüllen lässt.

[Die Schweiz auskosten](#)



10 % Rabatt auf Ihren Roadtrip- Mietwagen

Mit einem Mietwagen von Hertz können Sie die Grand Tour of Switzerland unbeschwert und in vollen Zügen genießen. Ob Cabriolet oder Elektroauto: bei der Reservierung einfach den Rabattcode 828738 angeben und von 10 % Grand-Tour-Rabatt profitieren.

[Let's go!](#)



Schweiz

103'000 Empfänger
Opening Rate 49%

Touring Magazin.



- Publiziert: April 2023
- Distribution z.B. in
 - UK (Times, 140k)
 - USA (L.A. Times, 100k)
 - Österreich (Salzburger Nachrichten, 50k)
 - Spanien (Cuerpo Mente, 30k)
 - ...
- Auflage: knapp **500'000 Exemplare**
- Verfügbar in 6 Sprachen

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.



10% GENÈVE + BASEL

HAUPTSTADT
Genève
Eine Stadt, die sowohl die Traditionen der Schweiz als auch die der französischen Kultur vereint. Die Stadt ist ein Zentrum der Kunst, der Wissenschaft und der Wirtschaft.

Genf ①
Die Stadt ist das Zentrum der Digitalisierung in der Schweiz. Hier finden sich die Hauptsitze der größten Schweizer Unternehmen. Genf ist eine offene Stadt, die die Vielfalt der Kulturen und der Sprachen vereint. Hier finden Sie die besten Restaurants, die besten Museen und die besten Einkaufsmöglichkeiten.

Grotten von Vallorbe ②
Die Grotten von Vallorbe sind ein Naturdenkmal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Grotten, die besten Höhlen und die besten Katakomben.

Val de Travers ③
Das Tal von Val de Travers ist ein wunderschönes Tal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Täler, die besten Täler und die besten Täler.

Naturpark Jura vouidois ④
Der Naturpark Jura vouidois ist ein Naturdenkmal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Naturparks, die besten Naturparks und die besten Naturparks.

Creux du Van ⑤
Der Creux du Van ist ein Naturdenkmal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Creux du Van, die besten Creux du Van und die besten Creux du Van.

Lac de Joux ⑥
Der Lac de Joux ist ein Naturdenkmal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Lacs de Joux, die besten Lacs de Joux und die besten Lacs de Joux.

10% GENÈVE + BASEL

HAUPTSTADT
Genève
Eine Stadt, die sowohl die Traditionen der Schweiz als auch die der französischen Kultur vereint. Die Stadt ist ein Zentrum der Kunst, der Wissenschaft und der Wirtschaft.

Genf ①
Die Stadt ist das Zentrum der Digitalisierung in der Schweiz. Hier finden sich die Hauptsitze der größten Schweizer Unternehmen. Genf ist eine offene Stadt, die die Vielfalt der Kulturen und der Sprachen vereint. Hier finden Sie die besten Restaurants, die besten Museen und die besten Einkaufsmöglichkeiten.

Grotten von Vallorbe ②
Die Grotten von Vallorbe sind ein Naturdenkmal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Grotten, die besten Höhlen und die besten Katakomben.

Val de Travers ③
Das Tal von Val de Travers ist ein wunderschönes Tal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Täler, die besten Täler und die besten Täler.

Naturpark Jura vouidois ④
Der Naturpark Jura vouidois ist ein Naturdenkmal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Naturparks, die besten Naturparks und die besten Naturparks.

Creux du Van ⑤
Der Creux du Van ist ein Naturdenkmal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Creux du Van, die besten Creux du Van und die besten Creux du Van.

Lac de Joux ⑥
Der Lac de Joux ist ein Naturdenkmal, das die Schönheit der Natur und die Kunst der Menschen vereint. Hier finden Sie die besten Lacs de Joux, die besten Lacs de Joux und die besten Lacs de Joux.

Touring Faltkarte.



- Hoher Märktebedarf, Bestellungen in insgesamt 9 Sprachen
- Gut 500'000 Exemplare im ersten Print-Run
- Zeitloses Produkt

Touring Faltkarte.



Schweiz.



VR-Experience.



Schweiz.



Idee:

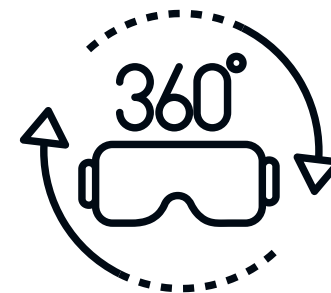
**Touring-Produkte an Anlässen
neu inszenieren.**

Mehrwert B2B und B2C bieten.





Schweiz.





Schweiz.

STC: Kombi-Produkt Touring: „Grand Tour of Switzerland Explorer“

- Mit Luxus-Cabriobus
- 9 Tage / 8 Nächte
- Max. 12 Personen
- GToS Tour mit Fahrer kombiniert mit Top-Panoramazugstrecken
- Mit fixen Abreisedaten oder als Privattour
- Zielmärkte: NoAm, Australien, SEA, GCC
- Gepäcktransfer im Fahrzeug
- Sehr gute Nachfrage für erste 4 Daten!



Schweiz.

TCS – Advertorials .



- Publikation: Januar – Juli 2023
- Online
- 3 Sprachen (d/f/i)

- Im Schaufenster:
 - Zürich – Davos
 - Davos – Bellinzona
 - Bellinzona – Zermatt
 - Zermatt – Neuchâtel (inkl. Genf)
 - Neuchâtel-Bern (inkl. Basel)
 - Bern - Zürich





Schweiz.

TCS – Medienreise & Newsletter.



Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna

Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.



Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.



Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

Un viaggio nel blu – con il Grand Tour da Neuenburg a Berna. Come le perle di una collana, gli highlight si susseguono lungo il Grand Tour of Switzerland. La strada più bella della Svizzera ci conduce in otto tappe, per 1643 km, attraverso i paesaggi più spettacolari, i villaggi più incontaminati e le città più affascinanti. La tappa numero 7 da Neuenburg a Berna segue il blu dell'acqua. È caratterizzata da laghi e fiumi, villaggi originali, cittadine interessanti e vedute mozzafiato.

TCS Camping Grand Tour of Switzerland

So viele Sehenswürdigkeiten auf kleinstem Raum: es fällt einem schwer, eine Auswahl zu treffen. Die 8 Routen der TCS Camping Grand Tour, auf welchen Sie die Schweiz am Stück oder auf jeder Route einzeln entdecken können, führen Sie von einem Highlight zum nächsten. Heute stellen wir die Routen 1 bis 3 vor:

- Route 1: Neuchâtel - Bern
- Route 2: Bern - Luzern
- Route 3: Luzern - Zürich



TCS Camping Grand Tour of Switzerland

Egal ob Sie mit dem Van, Wohnmobil oder Wohnwagengespann reisen, egal zu welcher Jahreszeit und egal auf welcher Etappe Sie starten, auf dieser Reise werden Sie sich endgültig in die Schweiz verlieben, wenn Sie es nicht bereits sind!

8 atemberaubende Etappen



TCS Magazin

Auflage: 1'365'000
d/f/i

Im
Schaufenster:

Neuchâtel, Murten,
Gruyère, Gstaad,
Interlaken, Thun,
Bern

Newsletter

Empfänger: 500'000

Raiffeisen Mitgliederaktion.



[MemberPlus](#) [YoungMemberPlus](#)   [Anmelden](#)

[Konzerte & Events](#) [Ski-Tageskarten](#) [Grand Tour 2023](#) [Museumspass](#) [Mobility-Abos](#) [Starzone VIP Corner](#)

Auf der Grand Tour bis zu 50% günstiger die Schweiz entdecken



Grand Tour of Switzerland
zu Vorzugskonditionen.

Von palmengesäumten Seen zu grandiosen Gletscherlandschaften, von mittelalterlichen Dörfern zu pulsierenden Städten – die Grand Tour of Switzerland steht für eine unglaubliche Vielfalt an Sehenswürdigkeiten. Und für Highlights, die es in dieser Dichte sonst nicht gibt.

Als Raiffeisen-Mitglied mit MemberPlus-Status profitieren Sie bei Ihrer Reise auf der «Grand Tour of Switzerland» von Vorzugskonditionen bei Hotels, Erlebnissen, Museen, Mobility und dem ÖV.

[Alles zur Mitgliedschaft bei Raiffeisen](#)



Vom 1. Mai bis 30. November 2023

Wir Eltern & 20 Minuten.



Grand Tour Family

Von Klangwegen und Geissenhörnern

Soanen/Gstaad im Berner Oberland ist sehr viel familienfreundlicher als gedacht. Die Aktivitäten sind so zahlreich, dass ein Wochenende nicht genügt.

ir Eltern

Viel ungenutztes Die Ausscheid an Aktivitäten und Ausfallzeiten bei Stressoren. Die Zeit sollte für mindestens einen Monat planbar sein! Bei mir müssen zwei Tage mit Intensivprogramm austreichen. Am ersten Tag späteres will zudem anderen dem Klängeffort entliehen - um Patienten und ihren Eltern bei jedem Punkt, wobei ich auch und aberb Wunden schneiden und auch die Hilfe des Jägers, um die Wunden zu versorgen. Die Schärfe des Augenlichts wird die Aufgabe. Ich kann Klängeffort immer noch nicht schwierig und - einen extra für den Klängeffort jedes Tag.

Am nächsten Tag beginnt am Morgen. Ich gehe zum Gymnasium, um die Klängeffort zu hören. Die Klängeffort ist nicht so, wie ich dachte. Ich habe noch nicht so viel gelernt. Ich habe noch nicht so viel gelernt. Ich habe noch nicht so viel gelernt.

[illegible]

Schaufenster:

Berner Oberland
La Chaux-de-Fonds
Zentralschweiz
Murten

Virgilia
Lemon
Eucalyptus
Blue
Hill, the
rainforest
projected
and
rainforest
Flora
Eucalyptus
rainforest
Lemon
Eucalyptus
rainforest
rainforest
Lemon

Hoofdstuk
**HUUS Gstaad,
Musse & Action**

Inzwischen hat die C&G das langweilige Thema Chomsky und der professionellen und intellektuellen Leistung des Bewusstseins wieder als einen Gültigen in den ersten Tag auf diese Erde zurück. Wie ein rotes Gummiband mit einem Kettchen, das sich selbst selbst, während die Erde sich dreht, und von innen heraus durch die Mitte der Sonne spiegelt, gerissen ist. - zur Debatte nach einer Familienkonferenz - in MUZ Detroid auf 2000 und die Bürger von Kines und Spies sind, dabei sind sie, wenn sie in der Erde sind. (John Carter)

Die Erde, heißt

→ www.cug.org

Alphaketoglutarat
Es fällt praktisch kein Chole-
sterin an und steuert die lang-
samen Stoffwechselwege - das ist
in der Kaskade vor Demenz nicht
möglich. Auf Umwandlung
kann Ende, aber gesamte Ver-
wertung lang, wie fast alle Beispi-
elsubstrate sind.

Erdebebenwelt Alpenruhe
In der neu veröffentlichten Alpenruhe gehen Kinder auf Entdeckungstour. In der 1000 m² grossen Erdebebenwelt führen sie in einem schiff mit buntem auf der Kindererkenntnis. Ausser Bergen gibt es Spinnen und Flederäcker. Die Alpenruhe.

STATION SUMME
In der Osterei-Geschichte galten
Bachfen und Seelen in dem Fischen
von dem Toten. Neben Experten
müssen mehrere Köpfe sein, um
spielen, brennen – primär vom
Personal, Intellekt und Elfen.
Highlights sind die Filmnum-
mern und die Chigalobahn
Pinto nach 10. – wagt
Farnstige!

Familien-Wochenende gewinnen.
Schwarz-Tourismus und was Eltern betrifft: Familien im Jubiläumslust auf Entdeckungstour. Festlegung des „Wohlfühl-Tou“ als Familien-Event. In der nächsten Ausgabe des Lesers steht die Fortentwicklung der Familien-Event-Planung. In der nächsten Ausgabe des Lesers steht die Fortentwicklung der Familien-Event-Planung. In der nächsten Ausgabe des Lesers steht die Fortentwicklung der Familien-Event-Planung.



PAID POST

Motorrad-Power und die Schönheit der Schweiz

**Lifestyle-Redaktorin Sarah erfüllt sich einen Traum:
Gemeinsam mit Harley-Davidson und Schweiz Tourismus will
sie die «Grand Tour of Switzerland» bestreiten. Wir dürfen sie
mit der Kamera begleiten.**

20 Minuten

Online: 565'000 Imp
SoM: 78'000 Imp

Wir Eltern

Auflage: 200'000
Leser: 600'000

SRF - Game of Switzerland.



Schweiz.

- Preissponsoring zusammen mit STC
- Datum: 20. Mai 2023
- Zuschauer: 393'000
- Market share: 28.4 %
- 2x 30' clip während Show



Deutschland.



Schweiz.

GToS Blogger Push.

- Kampagnenziel: Deutsche User durch Blogposts und die begleitende Digitalkampagne für einen Road Trip entlang der GToS inspirieren.
- Bloggerinnen:
 - Sabrina @couchflucht
 - Katrin @viel-unterwegs
- Im Schaufenster
 - GToS Ostroute (Zürich – St. Gallen – Davos – Lugano – Luzern – Zürich)
 - GToS Westroute im E-Auto (Genf – Gstaad – Luzern – Zermatt – Montreux – Genf)

**5.8 Mio.
Marketing
Kontakte**

Landing Page.



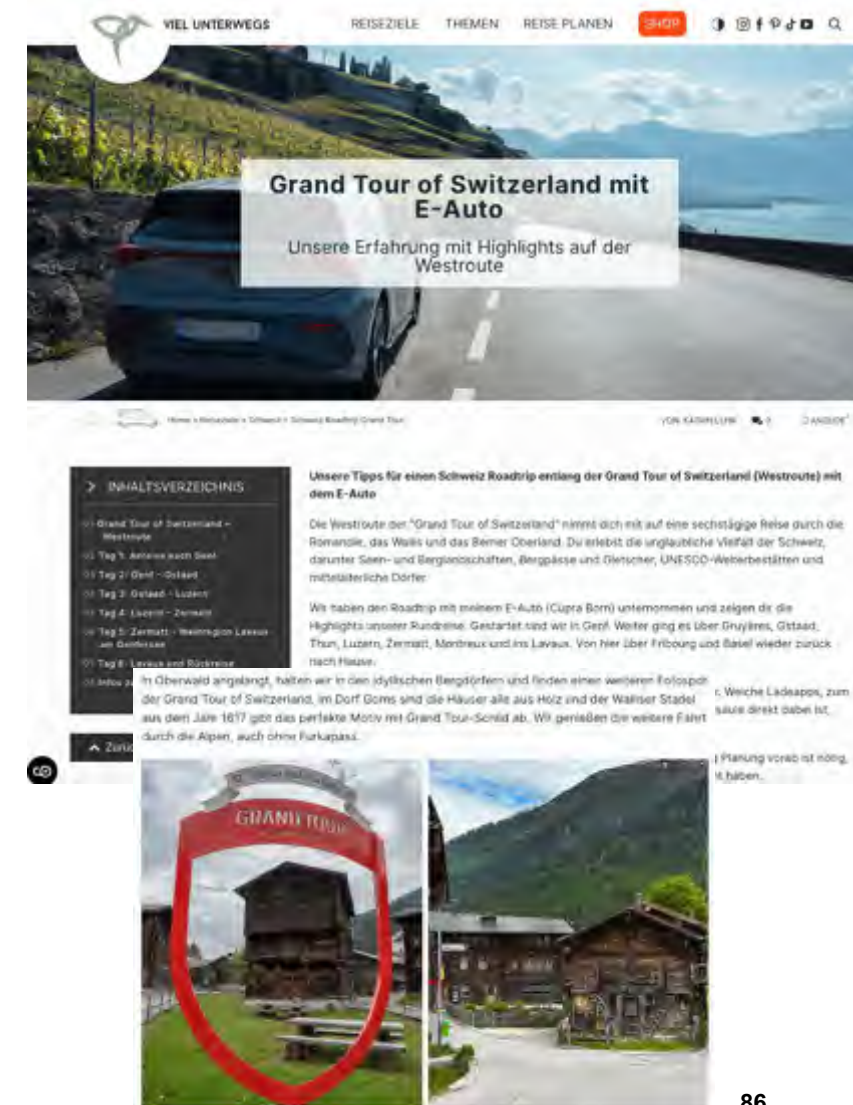
Schweiz.



Impressionen Blogger Push.



Schweiz.



Frankreich.

Le Routard.



Schweiz.

Print
Auflage: 142'600

Social Media
50'000 Imp.

Newsletter
560'000 Empfänger

Digital
Visits: 48'379

UK.

NatGeo UK & The Telegraph.



Schweiz.



NatGeo UK
SoM: 1.6 Mio. Imp.
Banner: 12'500 Imp.



The Telegraph
Online: 4 Mio. Imp.
Print Auflage: 300'000

USA.

Elle & LA Times.



Schweiz.



Elle

2'176'473 Imp.



LA Times

Auflage: 100'000

Produktentwicklung

Neue Foto-Spots.



Schweiz.

- 18 (!) neue Standorte realisiert
- Aktuell: 79 Foto-Spots
- 9 in der Pipeline für 2024





Schweiz.

Einweihung Foto-Spot Swissminiatur (1).

- Datum: 29. März 2023
- Artikel in LaRegion, Corriere del Ticino, Ticino Libero, Come Zero
- Sendung TeleTicino
- Zusätzliche Animation im Park mit «Schatzsuche» Mini-Foto-Spots



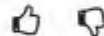
Einweihung Foto-Spot Swissminiatur (2).



Schweiz.



TiPress/Massimo Piccoli



EVENTI & SPETTACOLI

30.03.2023 - 09:38

@LIBERATV

Swissminiatur, il Grand Tour of Switzerland fa tappa a Melide

Posizionato all'interno del parco uno dei cartelli del famoso roadtrip, che offrirà ai visitatori un panorama unico ed imperdibile sull'intera Svizzera in miniatura. Tra le novità di quest'anno anche un'avvicente caccia al tesoro con la mascotte Rudy

laRegione



LUGANESE

Swissminiatur fa ora parte di Grand Tour of Switzerland

Nel museo all'aperto di Melide sarà possibile partecipare a una caccia al tesoro. In palio viaggi nei luoghi più belli della Svizzera



(7)-Pop

Deluxe 11.04.2023
Tessiner Zeitung
Tessiner Zeitung
6622 Locarno
091 / 756 24 80
www.tessinerzeitung.ch/day.html.php

Medienart: Print
Medienin: Tages- und Wochenzeitung
Auflage: 17'022
Leserumfragejahr: nicht bekannt

Seite 26
Fläche 112'930 mm²



Schweiz.

Auftrag: 2296184
Themen-Nr.: 214.033
Referenz: 88888855
Ausdruck: Seite 2/4

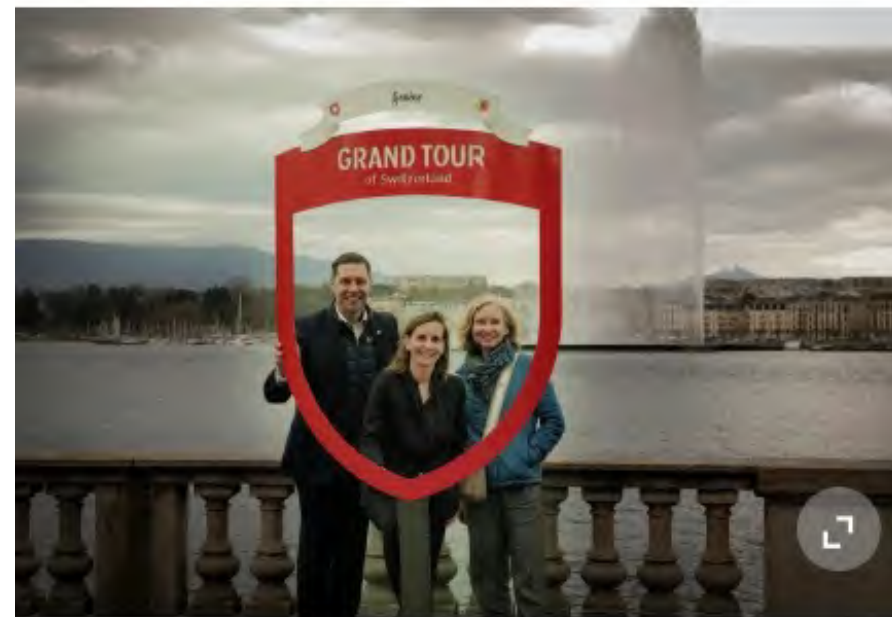
Für einmal ganz klein: die Grand Tour of Switzerland



Seit Ende März dieses Jahres ist Swissminiatur Teil der Grand Tour of Switzerland. Im Park steht ein Foto-Spot, der den Besuchern ein einzigartiges Panorama der ganzen Schweiz in Miniatur bietet. In Zusammenarbeit mit **Schweiz Tourismus** wurde Rudy's Schatzsuche realisiert. Bei der Schatzsuche müssen zwanzig Miniaturen der Foto-Spots der Grand Tour of Switzerland in Swissminiatur gefunden werden. Wer seine E-Mail-Adresse nach Vervollständigung des Quiz im Park hinterlässt, hat die Möglichkeit, an der Verlosung teilzunehmen. Zu gewinnen gibt es eine Reise auf der Grand Tour of Switzerland im Wert von 2'500 Franken und zehn Snack-Boxen im Wert von jeweils 45 Franken. Gerade für Kinder, die vielleicht noch nicht so viel von der Schweiz gesehen haben und für die es keinen so grossen Wiedererkennungswert im Swissminiatur gibt, lohnt sich die Grand-Tour-of-Switzerland-Schatzsuche durch den Park und vermeidet ansonsten ungewöhnliche Ermüdungserscheinungen bei der Betrachtung der über 130 Sehenswürdigkeiten.



Einweihung Foto-Spot Genf, 30. März 2023.



De gauche à droite, Adrien Genier, directeur de Genève Tourisme, Marie Barbey-Chappuis, maire de Genève et Véronique Kanel, porte-parole de Suisse Tourisme.

LAURENT GUIRAUD



Schweiz.

Grand Tour App.

- NFT-Feature ausgebaut (collectibles)
- Analyse der Bewegungsmuster tbc
- Knapp 100k Downloads bis heute!
- Bewertungen leicht gesunken, insb. Login-Issues > Zukunft mit oder ohne NFTs?





Schweiz.

Give-Aways / Merchandise: Prüfung Ausbau.

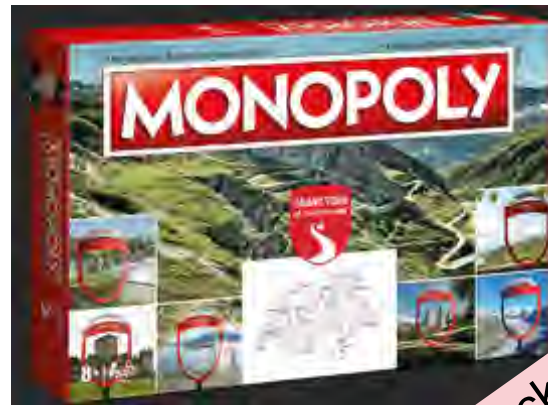
B2B

ST Messen
Märkte-Events
Fam/Media-
Trips



B2C

Fans
Souvenirs
Reisebedarf



Mockup!

Marketingkanal
(Visibilität)

Einnahmequelle
(Partner
und/oder ST)

GEO Netzwerk.

Umsetzung GEO-Wettbewerb.



Schweiz.

- Ausschreibung an alle GEOs im Frühjahr 2023
- Gewinner: La Gruyère Tourisme
- Umsetzung GToS Corner: Frühjahr 2024



GEO-Event.



Schweiz.



Invitation to GEO-Event 2023 in Interlaken.

- Datum: 5. April, im Anschluss an Ferientag
- 26 Teilnehmer...
- Fokus: Austausch/Networking, Inputs sammeln, Fragen beantworten
- GToS Quiz

Offizielle Partnerschaften.

Offizielle Partner 2024.



A young man and woman are looking at a map spread out on the hood of a red car. The man is wearing a white polo shirt and sunglasses, and the woman is wearing a white shirt and sunglasses. They are both smiling. In the background, there is a blue lake, green hills, and snow-capped mountains under a clear blue sky. The car's hood is red, and the map is a colorful travel map with various routes and landmarks. The text "Ausblick 2024." is overlaid on the left side of the image in a large, white, sans-serif font.

Ausblick 2024.

Ausblick 2024.



Schweiz.

Hauptsitz	Märkte	Branche
• MyS.com/grandtour • Google AdWords • Standalone Newsletter • SoMe Posts • Touring Magazin/Faltkarte • Ausbau VR Experience (tbd) • App Aus/Umbau	• Schweiz: Zusammenarbeit mit Luna Open Air Kinos, TCS Camping Guide • Deutschland: Crossmediale Zusammenarbeit Südwestmedia, ITB, Rhein & Röstli • Frankreich: Kooperation mit „ME-Magazine“ • UK: Beilage Sunday Times, Zusammenarbeit mit „The Times“ • USA: TV-Format „FLY BROTHER“ • Touring Magazin & Faltkarte • Verkaufsmandat STC • Diverse Medienreisen & Influencer Trips	• GEO-Anlass • Signalisation • Foto-Spots • Snack Box • Promo Set

Governance GToS.





Schweiz.

Die GToS bleibt ein Aushängeschild.

- Commitment ST nach wie vor unverändert und langfristig
- GToS als Gemeinschaftsprodukt RDK und ST
- Einziges Produkt, welches die ganze Schweiz flächendeckend verbindet (regionale Verteilung)
- Bringt Gäste zu touristischen Highlights UND weniger bekannten Perlen
- Verbindung von Stadt, Land und Bergen
- Die GToS verzeichnet Erfolge: Milestone 2015, Marketing Trophy 2017, Deutscher Reisepreis 2018, Niesen Summit 2022, Best of Swiss Apps 2022 Award etc.



Zukunft Beirat GToS.

- Bisher: Beirat als Soundingboard.
 - 5 Vertreter/innen (2x RDK: Pierre-Alain Morard und Martin Vincenz, Vertretung VSTM: Nadia Fontana-Lupi, Matt Huwiler, Andreas Banholzer)
 - 2x jährlich Sitzung zur strategischen Ausrichtung & Schwerpunkte
- Aktuelle Ausgangslage:
 - RDK als wichtigste Vertreter im Soundingboard
 - GEOs als wichtige Unterstützung vor Ort
- Vorschlag: RDK als Soundingboard.
 - 1-2x jährliches Update an RDK-Sitzung
 - Punktuelle Inputs zu Schwerpunktthemen abholen

Finanzierung.



Finanzierung.



Schweiz.

- Finanzierungbeiträge RDK gemäss Vereinbarung 2022-2024
- **Antrag:** Verlängerung der Beiträge um weitere 3 Jahre (2025-2027)



Fragen & Diskussion.





Schweiz.

Eine kleine Bitte zum Schluss...

- Check aktuelle GEO-Kontaktliste

A scenic view of a lakeside town. On the left, a multi-story stone building with arched ground-floor openings and balconies with plants. A large tree stands in front of it. A paved walkway runs along the water's edge, bordered by a low stone wall. A large, mature tree stands prominently on the right side of the path. In the background, a calm lake reflects the sky, with rolling green hills and mountains under a bright, slightly cloudy sky. The sun is visible in the upper right corner, creating a lens flare effect.

Herzlichen Dank
für eure Unterstützung!



Tourismussensibilisierung.



Schweiz.

Tourismussensibilisierung.

Ein Projekt von ST und der RDK.



Schweiz.

Agenda.

- Ausgangslage
- Vision / Zielzustand
- Vorgehen
- Studiendesign Bevölkerungsumfrage
- Projektorganisation, Budget & Timing
- Fragen & Diskussion

Ausgangslage.



**Das nachhaltigste
Reiseland der Welt.**





Schweiz.

Auszug aus der Swisstainable Strategie.

Wir engagieren uns umfassend für Nachhaltigkeit.

Nachhaltiger Tourismus soll alle einbeziehen. Gemeinsam mit sämtlichen touristischen Leistungsträgern wollen wir uns in den drei Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung engagieren:

Umwelt

- Uns zu einem langfristigen Engagement für die Erhaltung und die umsichtige Nutzung der Natur bekennen
- Sensible Naturräume und Schutzgebiete respektieren sowie Beeinträchtigungen der Landschaft minimieren
- Abfall und Ressourcenverbrauch reduzieren sowie auf umweltschonende Mobilität setzen

Gesellschaft

- Die regionale Kultur thematisieren, pflegen und fördern sowie den Austausch zwischen Gästen und lokaler Bevölkerung ermöglichen
- Auf spezifische Gästebedürfnisse wie beispielsweise Barrierefreiheit oder Familienfreundlichkeit eingehen
- Transparent über unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung informieren und unsere Gäste zu einem rücksichtsvollen Verhalten animieren

Wirtschaft

- Lokale Produkte und Partnerschaften bevorzugen und dadurch regionale Kreisläufe stärken
- Attraktive Arbeitsplätze bieten und die Mitarbeitenden in die nachhaltige Weiterentwicklung unserer Angebote einbeziehen
- Nachhaltigkeitsbestrebungen in unserer Unternehmensstrategie verankern sowie Massnahmen definieren und zielstrebig umsetzen

Nicht allein, sondern gemeinsam.
Swisstainable integriert drei Anspruchsgruppen.

1. Gäste

Unsere Gäste sollen die Nachhaltigkeit als Bereicherung wahrnehmen und sich selbst dafür aussprechen. Wir schaffen mit unserem Programm Orientierung und machen nachhaltige Produkte sichtbar. Weiter informieren wir unsere Gäste und geben ihnen wertvolle Reisetipps.

2. Tourismusbranche

Durchschlagende Kraft wird die Bewegung nur erhalten, wenn sich ihr die gesamte Tourismusbranche anschliesst. Wir schaffen eine branchenübergreifende Plattform und engagieren uns gemeinsam mit allen touristischen Branchenverbänden für ein stärkeres Miteinander, teilen Wissen und fördern die Vernetzung.

3. Schweiz Tourismus

Schweiz Tourismus stellt Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt: Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden reduzieren wir den Fussabdruck unserer Organisation, leben Nachhaltigkeit vor und vertreten damit eine klare gesellschaftliche Haltung.



Kritische Reflexion Swisstainable Strategie.

- Es werden zwar alle drei Säulen der Nachhaltigkeit berücksichtigt, der **Fokus** liegt aber stark auf der **ökologischen** Komponente
- Als **Akteure** stehen der **Gast** und die **Tourismusbranche** im Zentrum

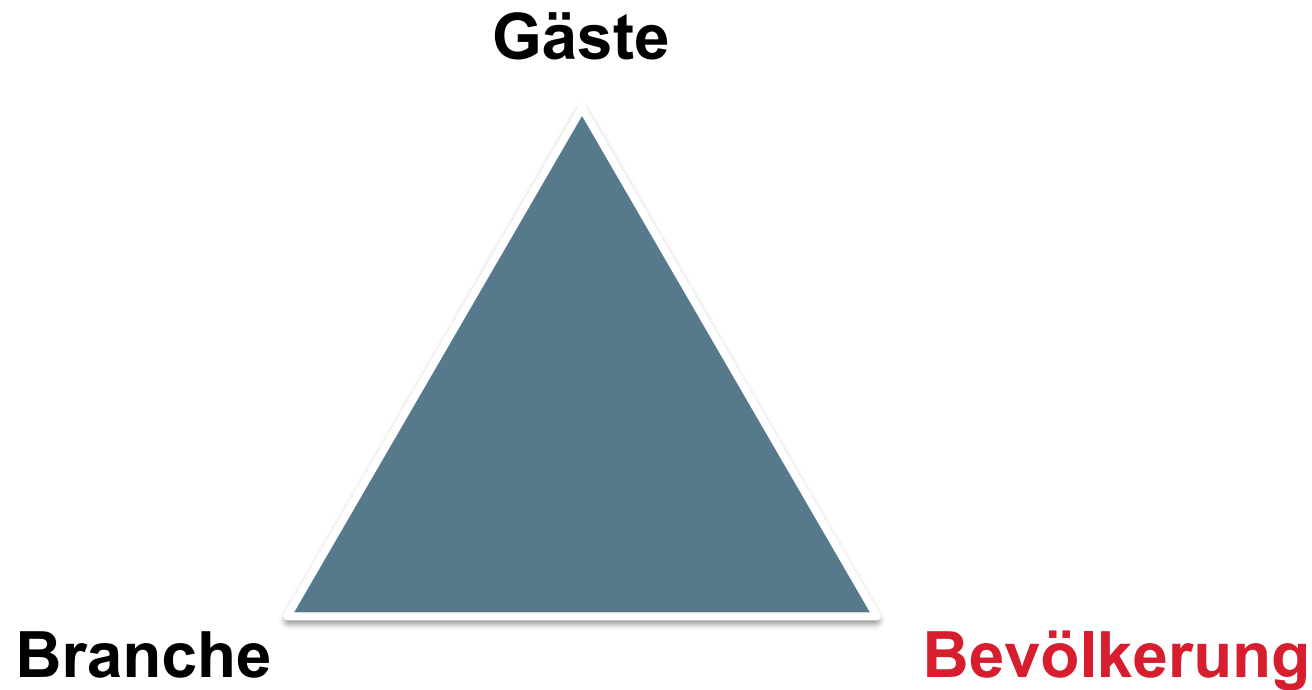
Die lokale Bevölkerung wird im Rahmen der sozialen Nachhaltigkeit nicht als relevanter Stakeholder berücksichtigt
→ Diesen Gap wollen wir schliessen

Vision / Zielzustand.



Schweiz.

Zentrale Stakeholder für einen nachhaltigen Tourismus.





Schweiz.

Warum ist die Bevölkerung ein wichtiger Stakeholder für den Schweizer Tourismus?

- Die Schweizer Bevölkerung ist gleichzeitig **Gastgeberin** für Touristen aus der ganzen Welt und **Enablerin** des touristischen Angebots
- Je positiver die Schweizer Bevölkerung dem Tourismus begegnet...
 - ... desto ausgeprägter ist die **gelebte Gastfreundlichkeit**
 - ... desto mehr **Fachkräfte** können für den Tourismus gewonnen werden
 - ... desto eher wird bei **politischen Fragen tourismusfreundlich** abgestimmt

A photograph of two hikers with large backpacks walking away from the camera on a grassy mountain trail. In the background, there are rugged, rocky mountain peaks under a clear sky. The foreground is filled with tall, golden-brown grass.

Vision / Zielzustand

**Der Schweizer Tourismus steht im
Einklang mit der Bevölkerung.**



Schweiz.

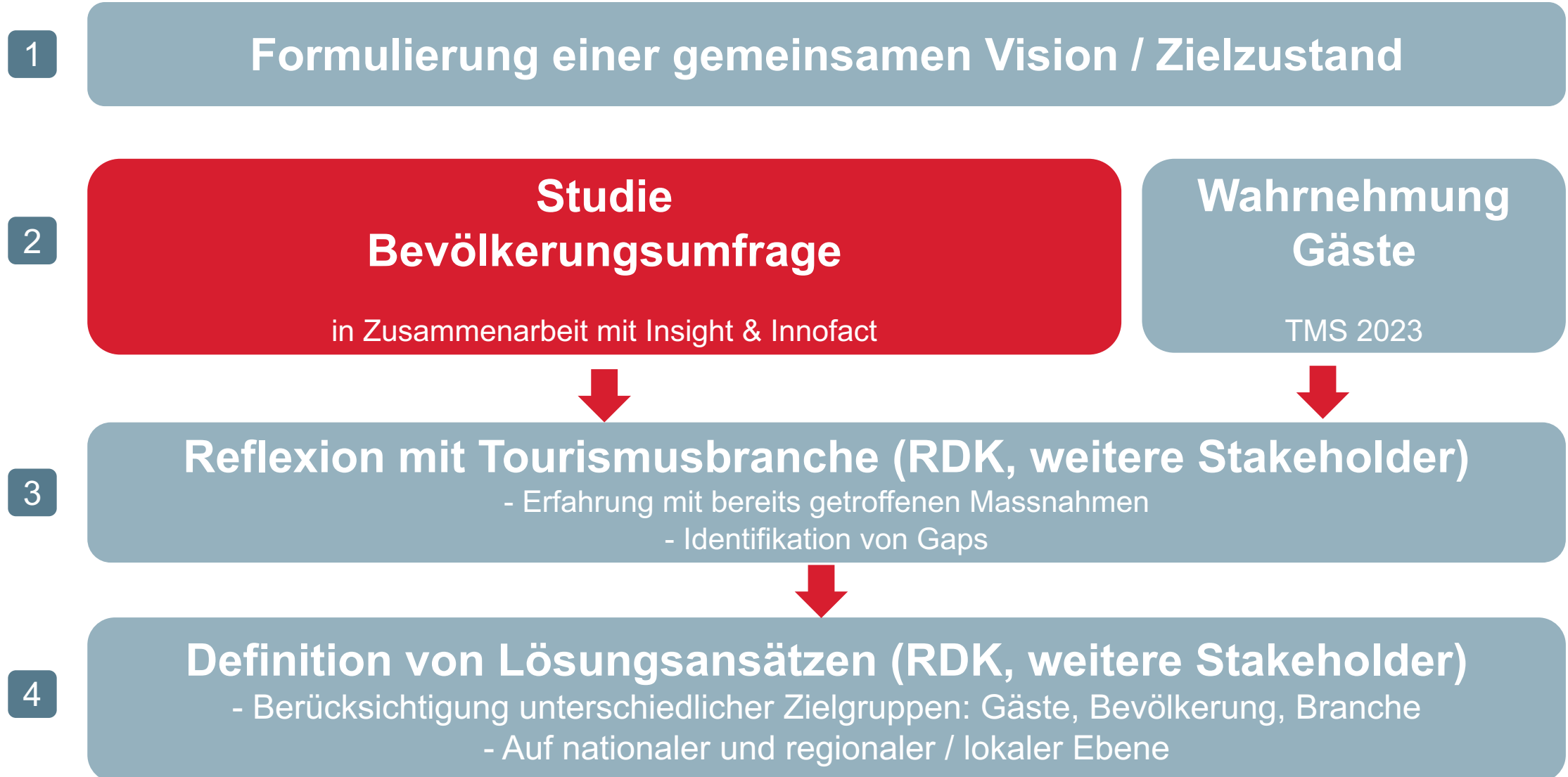
Wie erreichen wir den Zielzustand?

Bei allen relevanten Stakeholdern ansetzen:

- **Gäste:** Die Gäste respektieren die Kultur, Bedürfnisse und Gepflogenheiten der lokalen Bevölkerung
- **Branche:** Die Tourismusbranche orientiert sich an den Gästen, nimmt aber auch die Bedürfnisse und Grenzen der lokalen Bevölkerung ernst und geht darauf ein
- **Bevölkerung:** Die Bevölkerung erkennt den Nutzen des Tourismus



Vorgehen.

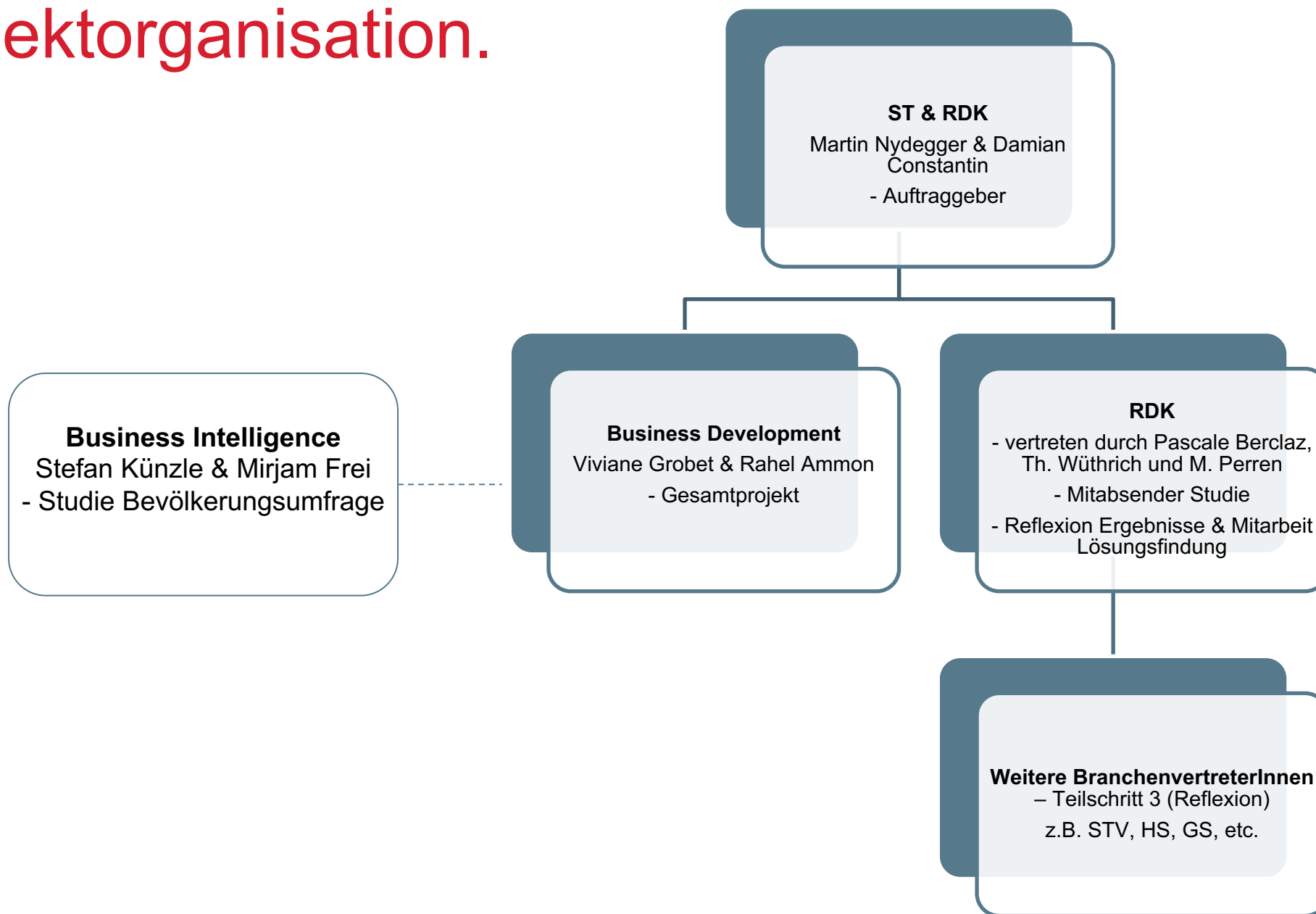


Projektorganisation
Budget
Timing.

Projektorganisation.



Schweiz.





Budget Studie Bevölkerungsbefragung.



→ Hinweis: Aussagen auf Ebene Tourismusregionen inkludiert, Folgekosten für Umsetzung von Massnahmen und Lösungen tbd

Zeitplan.



Schweiz.

30.1.24

Präsentation

RDK

Juli

Identifikation von
Gaps (ST & RDK)

Entwicklung
Leitfaden & Start
Rekrutierung

Feldphase

Analyse

Reflexion

Lösungsansätze

6.2.24

Kick-Off
Bevölkerungs-
umfrage

Mitte April

Erste Insights
für Ferientag



Anfang Juni

Finaler Bericht
Studie, Reflexion
Erkenntnisse,
Kommunikation
(ST & RDK)

September

Massnahmen-
Erarbeitung (ST,
RDK, ggf.
weitere
Stakeholder)

Studie Bevölkerungsumfrage

Reflexion Ergebnisse & Lösungsfindung

Danke. Merci. Grazie. Grazia.



Schweiz.