

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 REGIONALS SVIZZERS DAL TURISSEM (CDR)

PROTOKOLL RDK-SITZUNG 19.02.2024

Datum: Montag, 19. Februar 2024
Zeit: 07.30 – 10.00 Uhr
Ort: Sitzungsraum «Topaz 2», Mövenpick Hotel Basel

Vorsitz: (DC) Damian Constantin, Valais/Wallis Promotion
Anwesend: (LE) Letizia Elia, Basel Tourismus
(PAM) Pierre-Alain Morard, Union Fribourgeoise du Tourisme
(AG) Adrien Genier, Genève Tourisme (online)
(JL) Jérôme Longaretti, Jura & Drei-Seen-Land
(MV) Martin Vincenz, Graubünden Ferien
(PB) Pascale Berclaz, Made in Bern AG
(BC) Bernhard Christen Solothurn Tourismus
(RM) Rolf Müller, Thurgau Tourismus
(AT) Angelo Trotta, Ticino Turismo
(FR) Florence Renggli, Vaud Promotion
(TW) Thomas Wüthrich, Zürich Tourismus
(MN) Martin Nydegger, Schweiz Tourismus
(VG) Viviane Grobet, Schweiz Tourismus
(FB) Franziska Brunold, Schweiz Tourismus
(SB) Simon Bosshard, Schweiz Tourismus (online)
(ML) Maurus Lauber, Swiss Travel System AG
Entschuldigt: (MP) Marcel Perren, Luzern-Vierwaldstättersee Tourismus
Protokoll: (MiN) Miriam Nussbaumer, Valais/Wallis Promotion

ZEIT	TRAKTANDUM	ART	REFERENT/IN
07:30 – 10:00	RDK-Sitzung		
	A. Begrüssung & Protokoll (5')	I	D. Constantin
	B. Update verschiedene RDK-Projekte (10')	I	D. Constantin
	C. Strategische Schwerpunkte ST (15')	I	M. Nydegger
	D. Märktestrategie (20')	I	S. Bosshart - virtuell
	E. Generelles Update ST (15')	I	V. Grobet
	F. Update GtoS Sounding Board (30')	I	F. Brunold
	G. Kampagne Tourismussensibilisierung RDK/ST (30')	I/D/E	D. Constantin
	H. Update STS (15')	I	M. Lauber
	I. Diverse & nächste Schritte (10')	I	Alle

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

A. Begrüssung & Protokoll

DC / RDK-Folien 1-3

DC begrüsst die Teilnehmer zur RDK-Sitzung und entschuldigt MP. Neu in der Runde ist Bernhard Christen (BC), welcher als Nachfolger von Jürgen Hofer die Ferienregion Aargau Solothurn vertritt. BC stellt sich kurz vor. DC bedankt sich im Namen von allen bei LE für das Rahmenprogramm. LE und ihr Team werden mit Applaus verdankt. Das Protokoll vom 08.09.2023, sowie die Traktandenliste werden einstimmig genehmigt (**E/Alle**).

RDK

B. Update RDK-Projekte

DC / RDK-Folie 4

DC informiert über die verschiedenen RDK-Projekte, die zur Zeit aktuell sind und in der internen Sitzung im Anschluss diskutiert werden:

1. Statistiken/Datenerhebungen

DC informiert kurz zur letzten Ausschusssitzung des STV. Der STV hat den Ausschuss informiert, dass sie aktuell mit ST im Austausch sind für eine Zusammenarbeit in Bezug auf STiZ. In Anbetracht der schwierigen Zusammenarbeit in Vergangenheit mit der operativen Führung und dem Bestreben des STVs enger mit ST für dieses Projekt zusammenarbeiten, hat DC den Ausschuss informiert, dass die RDK sich aus dem Projekt zurückzieht. ST (MN) ergänzt, dass es die Idee ist, die Zahlen aus dem STiZ in das MIS/Dashboard von ST zu integrieren.

2. Nationales Mobilitätsticket

DC informiert, dass die nationale Befragung vom Sommer 2023 ergab, dass von Seiten Hotellerie das Interesse minim ist. Grund ist vor allem die Preisgestaltung. Darauf aufbauend hat die RDK anlässlich der letzten Sitzung entschieden, einen Pilot Wallis zu machen. Aktuell soll hierzu ein Markttest auf regionaler Ebene durchgeführt werden. Die Resultate des Markttest sowie auch der Konkretisierung des Projektes werden anlässlich einer nächsten RDK-Sitzung präsentiert zwecks Prüfung, ob weitere Regionen sich einer potenziellen Lancierung im Mai 2025 anschliessen möchten. Zudem wird die RDK intern noch diskutieren, ob es ein RDK-Projekt bleiben wird oder nicht.

3. Gastfreundlichkeitsradar und Interaktionsqualität im Schweizer Tourismus

In der internen RDK-Sitzung wird Monika Bandi ein Update zu dem Projekt und insbesondere erste Einblicke in das Dashboard geben. PB fasst das Projekt nochmals kurz zusammen und informiert, dass zwei Termine der Projektgruppe feststehen, wo die weiteren Schritte definiert werden. Nach diesen Terminen wird ST umfassend über das Projekt informiert.

4. Themensetting & Mittelpooling

DC informiert, dass eine Projektgruppe an einem Vorschlag für ein gemeinsames Themensetting und Mittelpooling der RDK arbeitet. Dieser Vorschlag wird heute in der internen RDK-Sitzung besprochen und falls er verabschiedet wird, wird ST darüber informiert.

5. Jubiläum – 10 Jahre RDK

DC informiert über die verschiedenen Jubiläumsaktivitäten, welche aktuell geplant sind.

C. Strategische Schwerpunkte ST

MN / ST-Folien 3-7

MN gibt ein Update über die strategischen Schwerpunkte von ST. Das Strategiepapier 24-26 wurde mit der RDK im September besprochen und ist nun veröffentlicht. MN geht im Detail auf folgende Punkte aus der Strategie ein:

- Schlüsselfaktoren
 1. Partnerschaften mit Regionen, Destinationen und weiteren Partnern sind für ST zentral
 2. ST ist zuverlässig. Informationen von ST sind immer korrekt und verlässlich. Die Branche soll ST vertrauen können.
 3. Nach dem Wegfall der Recovery-Gelder ist Innovation umso wichtiger. Effizienz und eine stringente Priorisierung sind zentral.
 4. ST setzt weiterhin auf Nachhaltigkeit und Swisstainable. Die Ziele sind hoch.
 5. ST entwickelt sich von Förderung in Richtung Lenkung weiter. Förderaktivitäten während der Hochsaison werden zurückgefahren. Eine zeitliche und räumliche Diversifizierung ist geplant.
 6. Der Ganzjahrestourismus spielt in den Punkt fünf, Lenkung, hinein. Betroffen ist insbesondere die breite Bewerbung des Herbstes.
 7. Es geschieht eine Verlagerung von der Digitalisierung in eine technologiegetriebene Systematik, an welcher sich auch ST orientiert und sich weiterentwickelt.

- Strategierad
Im Zentrum stehen die vier Hauptziele mit zwölf Handlungsfeldern. Das Rad ist unter anderem auch ein Instrument/Tool für die Mitarbeiter bei ST. Neue Projekte müssen immer auf mind. ein Ziel und mind. ein Handlungsfeld einzahlen, ansonsten ist eine Umsetzung/Genehmigung ausgeschlossen.
- Preview ST Branding (**vertraulich**)
ST beschäftigt sich bereits seit langer Zeit mit diesem Projekt. Drei wichtige Punkte werden von MN dazu festgehalten:
 1. Es ist kein einfaches Logo mehr, sondern eine Markenwelt mit vielen verschiedenen Aspekten.
 2. Mit der neuen Markenwelt soll insbesondere der Schlüsselfaktor „Vertrauen“ gestärkt werden.
 3. **Der Preview muss vertraulich behandelt werden. Das Branding wird am Ferientag lanciert.**Die Markenwelt wird in einem Video vorgestellt. Die Goldblume wird weiterhin von ST geschützt und Partner, die sie weiterhin nutzen möchten, können dies tun.

D. Märktestrategie ST

SB / ST-Folien 8-30

SB vertieft die Märktestrategie von ST. Ab 2024 kann die Branche die Covid-Krise komplett hinter sich lassen und sich wieder wie gewohnt am Vorjahr und nicht mehr am Jahr 2019 orientieren. Bei der Hotellogiernächte-Entwicklung sind die Nahmärkte noch nicht ganz auf dem Niveau von vor Covid, die Fernmärkte jedoch schon. Die Schweiz ist in der Erholung bereits weiter fortgeschritten als der europäische Durchschnitt. Das Vertrauen in die Marke Schweiz ist sehr intakt und in allen drei Marktkategorien konnte an Marktanteilen gewonnen werden. Vertrauen ist in Bezug auf Reisen eine sehr wichtige Dimension geworden.

SB zeigt nochmals das Märktenetzwerk von ST auf. Insgesamt beinhaltet es 37 physische Touchpoints weltweit. 41% aller Ankünfte in Europa durch Schweizer sind in der Schweiz. 1% aller Ankünfte in Europa durch Europäer sind in der Schweiz. 4% aller Ankünfte in Europa durch Gäste aus den Fernmärkten West und 7% aus den Fernmärkten Ost sind in der Schweiz.

Ein ausgewogener Gästemix ist wichtig. Der Heimmarkt ist und bleibt das Rückgrat für die Branche. Die Nahmärkte sind am meisten anfällig auf ökonomische Stressfaktoren, Fernmärkte hingegen sind am meisten anfällig auf geopolitische Krisen. Die Fernmärkte sind grössten Wachstumstreiber. ST verfolgt in der Märktestrategie zwei strategische Stossrichtungen: 1. Fördern (Schweiz, Nahmärkte) und 2. Lenken (Schweiz, Fernmärkte). Swisstainable steht im Zentrum und übergreifend über alle Projekte und Märkte. SB präsentiert zum Abschluss fünf Beispiele aus den Märkten entlang der Customer Journey.

Auf die Frage von DC, was die Verschiebung der Investitionen auf den Ganzjahrestourismus für die Hauptkampagnen und auch für die Märkte bedeutet, antwortet MN, dass sich die Hauptkampagne mit Roger Federer um den Herbst drehen wird. Ansonsten bleibt bei den Hauptkampagnen bzw. bei den Partnerkampagnen alles gleich. Die Partner wählen nach ihren Bedürfnissen die Themen und auch die Jahreszeiten aus.

TW spricht ein Kompliment an SB aus, die Präsentation und Umsetzung der Märktestrategie war sehr übersichtlich. Er wünscht sich, diese stringente Umsetzung auch auf andere Bereiche angewendet (z.B. Digitalisierung) zu sehen. ML schliesst sich dem Lob an und findet es wichtig von Metropolitanregionen und nicht mehr von Märkten zu sprechen. SB wird eine Liste der Metropolitanregionen zusammenstellen und diese nachreichen. Es wurden 900 Metropolitanregionen geprüft und 196 werden bearbeitet (**A/SB**).

E. Generelles Update ST

VG / ST-Folien 31-49

VG präsentiert ein Update zu folgenden Themen.

- Die Jahresplanung für 2024 wird kurz zusammengefasst. Einige Themen werden später noch vertieft. Die Orte der BAK-Kampagne sind bereits bekannt und VG wird die Liste an MiN schicken (AVG). LE möchte wissen, ob Regionen die Möglichkeit haben, die Kampagne mit Investitionen zu stärken. VG wird dies abklären (AVG). **Anmerkung: Die Liste befindet sich bereits auf dem Intranet. Bis Ende März wird den RDK-Mitgliedern ein Toolkit mit Videos, Fotos und Texten zugestellt, welches für die Bewerbung genutzt werden kann. Bei Fragen und weiterem Interesse steht die Projektleiterin Anja Müller (anja.mueller@switzerland.com) zur Verfügung.**
- Bei der Kampagne Grape Escapes sind 58 einzigartige Unterkünfte aus allen Weinregionen dabei. Die wird im Mai 2024 lanciert und der Fokus liegt auf dem Markt Schweiz und den Nahmärkten. Dank einer Revision des Raumplanungsgesetzes sind die Hürden für neue Übernachtungsmöglichkeiten kleiner geworden. Für die Kampagne 2024 kann man sich noch bis am 15. März anmelden. Ein Informationsschreiben mit Absender ST und SWP ist zur Unterstützung der Branche auf Abruf bereit.
- Der Bundesrat hat entschieden für die Landeskommunikation im Rahmen der WEURO25 kein Geld zu sprechen. Es wurden 5 Mio. angefragt. Dieser Entscheid bedeutet, dass ST nicht wie geplant die Landeskommunikation für den Event machen wird, sondern dass der Event in das „normale“ Marketing integriert wird. Die Landeskommunikation hätte ähnlich wie bei der EURO08 der Männer stattfinden sollen. Die Überführung ins reguläre Marketing bedeutet, dass von den geplanten Massnahmen noch die Partnerkampagne mit den Host-Cities übrigbleibt, gestützt durch einen zusätzlichen Invest von ST. Es besteht noch die Hoffnung, dass das Parlament anders entscheidet, jedoch kann man sich darauf nicht verlassen. Die Kampagne kann bei positiver Entscheid noch vergrössert werden. Ziel ist es, dass sechs von acht Host Cities mitmachen. Die Höhe des zusätzlichen Invests von ST orientiert sich am Invest der Städte. Die Ausschreibung geht direkt an Host Cities und nicht via Regionen. TW ergänzt, dass die Wirtschaftskommission des Ständerates entschieden hat, 14 Mio. zu beantragen. Zudem möchte er von ST wissen, wieso das Thema nicht als Hauptkampagne gespielt wird, ähnlich die Women Only Kampagnen. Gemäss MN würden nur acht Destinationen profitieren, was nicht der Auftrag von ST ist. TW sieht es jedoch als übergreifendes Thema, welches die Gäste/Besucher animieren soll die Aufenthaltsdauer zu verlängern und die Schweiz zu bereisen. Er bittet MN diesen Ansatz nochmals zu überdenken. MN hat Bedenken, dass das Gefühl entstehen könnte, dass ST dies für jeden Spezialanlass machen kann. Für ein solches Projekt sind Sportfördermittel vorgesehen. Es wird weiter rege diskutiert. Generell sehen die Regionen den Event als grosse Chance mit vielen Möglichkeiten und einem interessanten Storytelling. DC regt an, dass das Thema Grossevents bei ST aufgenommen und strategisch analysiert werden sollte, um zukünftig eine klarere Abgrenzung zu haben betreffend Rolle von ST hinsichtlich Events mit nationaler/internationaler Ausstrahlung. MN unterscheidet zwischen dem taktischen Vorgehen, damit doch noch Mittel gesprochen werden und dem strategischen Vorgehen auf Ebene ST. Die Regionen sehen die nicht gesprochenen Mittel als verpasste Chance und ein aktives Lobbying für die Mittel würde begrüsst werden. VG wird dies mit dem STV thematisieren und MN bittet die RDK ebenfalls um Unterstützung. Aufbauend darauf wird entschieden, ob ein offizielles Schreiben von Seiten RDK an den STV verschickt wird, welches als Antrag in die Vorstandssitzung vom 4. März eingebracht wird. VG wird hierzu eine Argumentation liefern, die verwendet werden kann (AVG/DC/MiN). **Anmerkung: Das Anliegen wurde bereits zwischen Philipp Niederberger und VG diskutiert. Eine Information des STV bezüglich Koordination der Lobbyarbeiten ist im Intranet aufgeschaltet. / ST wird das Thema Grossanlässe intern reflektieren und an der nächsten Sitzung aufzeigen, wie in Zukunft mit Grossanlässen umgegangen wird und welches die Kriterien, Voraussetzungen und Möglichkeiten sind, die Anlässe zu bewerben.**
- ST ist jetzt als Unternehmen auch offiziell Teil von Swisustainable auf dem Level 3. Das Commitment wurde gross in der Cafeteria aufgehängt und von allen Mitarbeitenden unterzeichnet. VG wird dies mit der RDK teilen. (AVG). **Anmerkung: Das Plakat ist auf dem Intranet aufgeschaltet. Bei ST ist es im Format 2360 x 1400mm aufgehängt. ST würde das Plakat gerne**

allen RDK-Regionen in diesem Format schenken. Die Regionen, die von diesem Angebot Gebrauch machen möchten, melden sich bitte bis am 8. März 2024 direkt bei VG.

- Der Aufruf für die Bewerbung der „Best Tourism Villages by UN Tourism“ 2024 wurde veröffentlicht und die Regionen werden gebeten, dies mit ihren Destinationen zu teilen.

F. Update GtoS Sounding Board

FB / ST-Folien 50-101

FT gibt ein Update zur GtoS und geht auf folgende Themen ein:

- Rückblick auf das Jahr 2023, mit den Aktivitäten, die in der Schweiz und auch in den Märkten umgesetzt wurden. Die App wird neu evaluiert und allenfalls angepasst, da die Bewertungen gesunken sind und es einige Issues gibt.
- Innerhalb des GEO-Netzwerks wurde im Frühjahr 2023 ein Wettbewerb ausgeschrieben. Diesen hat La Gruyère Tourisme mit der Idee eines animierten, interaktiven GToS-Standes gewonnen. Die Umsetzung der Idee wird im Frühjahr 2024 realisiert.
- Das Detailreporting 2023 wird zusammen mit dem Protokoll an die Regionen verschickt. In dem Protokoll wird ebenfalls ersichtlich sein, wieviel Umsatz bei STC generiert wurde.
- Für die RDK wäre es interessant zu wissen, inwieweit man Synergien mit der GtoS-Faltkarte nutzen könnte, für den Fall, dass die RDK ein Projekt zur Verknüpfung von Erlebnissen und den Transportmöglichkeiten lancieren möchte. Gemäss VG und FB steht einer Nutzung nichts im Wege.
- Nicht alle Regionen haben das Material wie Broschüren und Faltkarte gesehen. VG und FB werden allen RDK-Mitgliedern eine Karte, das Magazin und einen Guide zuschicken **(A/FB)**.
- Ausblick 2024 mit den geplanten Aktivitäten.

VG geht auf die Governance der GtoS ein:

- Die GtoS feiert im 2025 ihr 10-jähriges Jubiläum und das Commitment von ST ist nach wie vor hoch und langfristig. Bisher bestand ein Beirat als Soundingboard mit zwei Vertretern der RDK und drei weiteren Vertretern/innen. Nach Reflektion ist ST zu dem Schluss gekommen, dass die Zusammensetzung dieses Beirats nicht mehr sinnvoll ist. Daher wird vorgeschlagen, die gesamte RDK als Soundingboard zu definieren, ohne einen separaten Beirat. Die bisherigen Vertreter der RDK, MV und PAM werden gebeten sich zu dem Vorschlag zu äussern. Beide sind einverstanden, dass der direkte Draht zu den GEO's nicht immer gegeben ist und die Distanz zu gross ist. Sie finden eine Integration aller RDK-Mitglieder in das Soundingboard und somit eine breitere Abstützung sinnvoll. Es wird einstimmig entschieden, den Vorschlag von ST umzusetzen **(E/Alle)**. FB und MiN sprechen jeweils ab, wann eine Teilnahme in der RDK-Sitzung sinnvoll ist **(A/MiN/FB)**.
- ST schlägt vor den Finanzierungsbetrag, um weitere drei Jahre zu verlängern. Dem wird einstimmig zugestimmt **(E/Alle)**.
- FB bittet alle, die Kontaktliste der GEO's zu prüfen. Die Liste wird im Anschluss zusammen mit dem Protokoll verschickt.

G. Kampagne Tourismussensibilisierung RDK/ST

VG / ST-Folien 102-118

VG gibt eine Übersicht über den aktuellen Stand des Projekts. Dies wurde mit der RDK-Projektgruppe vorbesprochen. Die Ausgangslage stellt fest, dass aktuell die lokale Bevölkerung als Anspruchsgruppe von ST und der Regionen fehlt. Dies soll mit diesem Projekt geändert werden. Die Vision ist ein Schweizer Tourismus im Einklang mit der Bevölkerung zu schaffen. Der Ansatz soll alle Stakeholder einbeziehen, sowohl Gäste, Branche als auch die Bevölkerung. Das grosse Ziel ist, dass auch die Bevölkerung den Nutzen des Tourismus erkennt. Das Vorgehen im Projekt wird erläutert. Gestartet wird mit einer Studie (qualitativ & quantitativ). ES handelt sich um 40 Tiefeninterviews, die durch eine Psychologin durchgeführt werden. Hier werden die Befindlichkeiten eruiert, welche dann im quantitativen Teil tiefer befragt wird. Erste Erkenntnisse und Insights werden am Ferientag zusammen mit der RDK und einem Best-Practice Beispiel aus dem Ausland präsentiert. Anschliessend sollen Lösungsansätze und Massnahmen definiert und umgesetzt werden. Absender der Studie sind ST und die RDK und auch die Kosten werden geteilt. DC ergänzt, dass das Budget aus dem am 9. November in der RDK-Sitzung gesprochenen Budgets für das Projekt kommt. Die RDK-Mitglieder sind mit dem Projektvorschlag einverstanden **(E/Alle)**.

RDK

DC bittet VG noch auf die geplante Breakout Session einzugehen. VG erklärt, dass geplant ist, dass jemand von der RDK zusammen mit VG das Projekt vorstellt. Zusätzlich soll ein Gast aus dem Ausland als Best-Practice-Beispiel eingeladen werden soll. Aktuell wurde noch kein Gastreferent gefunden. Die Wunschkandidaten haben abgesagt. Folgende Vorschläge und Ideen tauchen in der Diskussion auf: Barcelona, USA, Venedig, Kroatien, Sylt, Flanders. Venedig wird als eher ungeeignet betrachtet, da es nicht unbedingt ein Best-Practice-Beispiel ist und die Situation eine andere ist. DC ist der Meinung, dass die gewählte Destination auf jeden Fall ein Aufhänger mit einem klingenden Namen sein sollte. **Anmerkung: In der Zwischenzeit konnte VG Vincent Nijs von Visit Flanders als Gastreferenten gewinnen. Visit Flanders macht seit mehreren Jahren eine Bevölkerungsumfrage und ist im Bereich Tourismussensibilisierung schon mehrere Jahre aktiv. Die Destination ist mit der Schweiz und den Schweizer Regionen vergleichbar.**

DC bedankt sich bei ST für die Unterstützung in diesem Projekt und ergänzt, dass weitere Stakeholder wie z.B. der VSTM oder auch HotellerieSuisse interessiert sind. Diese werden zu einem späteren Zeitpunkt eingebunden werden. Der Lead wird aber klar bei der RDK zusammen mit ST bleiben.

H. Update STS

ML / STS-Folien

ML gibt ein Update über den ÖV in der Schweiz:

- Der ÖV ist so beliebt wie noch nie und die Zahlen sind überzeugend. Das Umsatzziel 2023 wurde um 105 Mio. überschritten und es wurden erstmals über 1 Mio. STS-Tickets verkauft. Der Januar 2024 liegt bereits 30% über dem Januar 2023.
- Der Umsatz aus dem Markt Nordamerika wurde seit 2019 verdoppelt. Und auch bei Greater China ist wieder ein Wachstum feststellbar (vierter Platz, gemessen am Umsatz).
- Südostasien und vor allem die Philippinen sind die grössten Wachstumsmärkte.
- Die Herausforderungen für STS sind weitere Umsatzsteigerungen, sowie auch das Rebranding von ST, bzw. die Adaptierung für STS.
- Der Swiss Travel Pass ist klar der Bestseller unter den Produkten von STS. Es ist wie ein GA für die Gäste, inkl. zahlreichen weiteren Leistungen und die Einfachheit der Nutzung ist der Erfolgsfaktor. TW fände es interessant zu sehen, von wo aus die Gäste mit dem STP wohin reisen. Aktuell ist dies noch nicht möglich, da noch keine digitale Erfassung besteht. Dies soll gemäss ML aber in Zukunft möglich sein.
- ML wird im Januar 2025 in Pension gehen und eine optimale Nachfolgeregelung soll sichergestellt werden.

I. Diverses & nächste Schritte

Alle / RDK-Folien 5-6

DC bedankt sich für die aktive Teilnahme an der Sitzung und geht auf die nächsten Termine für die RDK-Sitzungen ein.

PB erwähnt, dass am 13. Juni einerseits der Hospitality Summit und andererseits auch die Key Partner Meetings von ST stattfinden. Es wird diskutiert, ob die RDK-Sitzung verschoben werden muss. DC empfiehlt am 12. Juni am Hospitality Summit teilzunehmen und am 13. Juni an der RDK-Sitzung. Die meisten RDK-Mitglieder werden nicht selber an den KPMs teilnehmen. Daher wird entschieden, den Termin vom 13. Juni beizubehalten.

RDK

Pendenzenliste:

Thema	Wer	Wann	Status
Projekt Gastfreundlichkeits-Radar - Update anlässlich RDK-Sitzung	PB	26.08.24	Laufend
Projekt Mobilitätsticket - Update anlässlich RDK-Sitzung	TBD	26.08.24	Laufend
ST-Strategie - Strategie heruntergebrochen/angewendet auf weitere Bereiche präsentieren - Liste Metropolitanregionen zusammenstellen	MN/VG SB	TBD Laufend	Laufend Laufend
WEURO25 - Koordination Lobbyarbeit für Finanzierung - Reflektion über zukünftige Positionierung von ST in Bezug auf Grossanlässe in der Schweiz und Information an einer nächsten RDK-Sitzung	VG MN/VG	Sofort 26.08.24	Erledigt Laufend
Nachhaltigkeit - Swisstainable Monitoring Teilnahmegebühren - Update anlässlich RDK-Sitzung - Zustellung Swisstainable Commitment an RDK-Mitglieder - Bewerbung Aufruf Best Tourism Villages	PN VG/ PN VG Alle	26.08.24 26.08.24 ASAP ASAP	Laufend Laufend Erledigt Laufend
GtoS Soundingboard - Integration GtoS Soundingboard in RDK - Update GtoS an einer RDK-Sitzung	VG/FB/MiN VG/FB	Laufend Februar 25	Laufend Laufend
Projekt Tourismussensibilisierung - Organisation Breakout Session - Fortführung Projekt	VG/MiN DC/PB/TW/MP/VG/MN	29./30.04.24 Laufend	Laufend Laufend
Studienreise - Eine mögliche Studienreise wird evaluiert	MiN/DC	13.06.24	Laufend

19. Februar 2024
Für das Protokoll,
Miriam Nussbaumer