

**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 27.08.2024

Datum: Dienstag, 27. August 2024
 Zeit: 08.00 – 09.30 Uhr
 Ort: Hotel Eggishorn, Fiescheralp

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

ZEIT	TRAKTANDUM	ART	REFERENT/IN
08:00 – 09:30	RDK-Sitzung		
	A. Begrüssung & Protokoll (5')		D. Constantin
	B. Update verschiedene RDK-Projekte (10')		D. Constantin
	C. Update Strategie ST (10')		M. Nydegger
	D. Update Nachhaltigkeitsstrategie (10')		V. Grobet/R. Ammon
	E. Resultat Brand Equity Monitor (15')		M. Frei
	F. Update STV Tourismuspolitik (15')		P. Niederberger
	G. Nachhaltigkeit: Update KONA (15')		P. Niederberger
	H. Update STS (10')		M. Lauber
	I. Diverse & nächste Schritte (5')		Alle

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

RDK

A. Begrüssung & Protokoll

DC / RDK-Folien 1-3

DC begrüsst die Teilnehmenden zur RDK-Sitzung und entschuldigt LE, RM und TW. Speziell begrüsst er auch noch ML, welcher zum letzten Mal an der Sitzung teilnimmt und welcher am Vorabend für sein Engagement verdankt wurde. Das Protokoll vom 19.02.2024, sowie die Traktandenliste werden einstimmig genehmigt (**E/Alle**).

B. Update RDK-Projekte

DC / RDK-Folien 4-5

DC informiert über die verschiedenen RDK-Projekte, die zurzeit aktuell sind und in der internen Sitzung am Vortag diskutiert wurden:

Tourismussensibilisierung

Für die RDK ist dies zurzeit das Hauptprojekt. Genauer geht er nicht darauf ein, da im Anschluss der Workshop stattfinden wird und dort das Thema nochmals im Detail erörtert wird.

Nationales Mobilitätsticket

Die Marktanalyse wird Ende Oktober abgeschlossen und danach folgt basierend darauf der Entscheidung über die Durchführung oder Aufgabe des Markttests im Sommer 2025. Es gestaltet sich schwierig, die Hoteliers zu motivieren. Projektleiter ist nach wie vor Urs Eberhard.

Gastfreundlichkeitsradar

Die erste Phase des Innotour-Projekts wurde erfolgreich abgeschlossen. Gemeinsam mit dem CRED-T geht es nun in die zweite Phase mit einem Folgeprojekt.

HTR Contentkooperation

Der Vorschlag für die Contentkooperation in Form einer RDK-Serie wird nochmals mit der HTR und auch mit dem VSTM diskutiert. Allenfalls gibt es hier Synergien auch mit dem VSTM, die genutzt werden können.

C. Update Strategie ST

MN / ST-Folien 1-15

MN gibt ein Update über die strategischen Schwerpunkte von ST. Es handelt sich um eine rollende Planung. Mit dem Rebranding wurde auch die Strategie nochmals neu überarbeitet. Diese wird im November 2024 verabschiedet werden und ab Januar 2025 publiziert werden. Das Kernstück der Strategie ist „Travel better“. Der Fokus liegt auf einer gezielten Förderung der Nachfrage und auf intelligentes Lenken der Gästeströme. Es bestehen fünf Instrumente, um dies zu erreichen: Ganzjahrestourismus, Gästeströme, Aufenthaltsdauer, Swisustainable/Nachhaltigkeit und Tourismusakzeptanz. Neu wird ST auch eine Auslastungsbetrachtung darstellen, in welcher ersichtlich ist in welcher Region in welchem Monat die Auslastung wie hoch ist. Damit kann gezielt Förderung betrieben werden. PB gibt zu bedenken, dass es innerhalb der Regionen sehr grosse Unterschiede gibt und es wichtig wäre, die Auslastung pro Destination zu kennen und zu betrachten. MN bestätigt, dass die Betrachtung runtergebrochen werden kann. In der Strategie werden als Beispiel die Regionen dargestellt.

MN führt weiter die Strategie aus. Das Strategy Wheel wurde vereinfacht, die vier Hauptziele bleiben bestehen. Die Zielmärkte bleiben grösstenteils gleich, ausser, dass Manila und Lissabon von Antennen zu festen Niederlassungen geworden sind. Russland ist nach wie vor inaktiv.

AG möchte wissen, ob die KPIs bestehen bleiben. MN erklärt, dass die 17 KPIs, die seit Jahren bestehen, ebenfalls auf die vier Hauptziele der Strategie neu ausgerichtet werden. ML fragt, ob es das Ziel ist die Aufenthaltsdauer in der Schweiz allgemein oder in einzelnen Destinationen/Hotels zu steigern. Gemäss MN soll diese überall gesteigert werden. Aber in Bezug auf die Messung ist es so, dass die Aufenthaltsdauer pro Hotel bereits heute gemessen werden kann. Bezogen auf die ganze Schweiz jedoch nicht. Deshalb zählt ein Gast, der z.B. jede Nacht in eine neue Destination umzieht als „Eintäger“, was das Gesamtbild verfälscht.

RDK

MN gibt einen Einblick in die neue Herbstkampagne, welche noch vertraulich ist. Das Kernstück ist wiederum ein Spot, ein bewährtes Instrument, um Aufmerksamkeit und Begeisterung zu erreichen. Darum herum kommen zahlreiche Massnahmen/Instrumente zum Einsatz. Das Ziel der Kampagne ist eine explizite Förderung der europäischen Märkte, weshalb ein Co-Star aus Europa gesucht wurde. Nebst der Förderung steht das Lenken auf die Herbstsaison im Zentrum der Kampagne. Die Lancierung ist am 10. September um 11.00 Uhr geplant. Die Lancierung soll wiederum gemeinsam mit den Regionen und Destinationen geschehen. Die ersten 48h sind besonders wichtig. Die Partner werden noch kontaktiert werden und haben dann Zeit den NDA für den gemeinsamen Launch bis am 4. September zu unterzeichnen. MV bittet darum Kontakte anzugeben, bei wem sich die Teams der Regionen bei ST melden können. VG fügt an, dass das ST-Team schon mit den Mitarbeitenden der Regionen in Kontakt sind.

VG präsentiert die GToS und GTToS. Im Durchschnitt werden zehn Nächte pro Reise auf der GToS und GTToS verbracht. Im 2025 feiert die GToS 10 Jahre Jubiläum. ST wird die Regionen bezüglich Ideen für die Feier kontaktieren. Eine Idee ist ein übergrosser Fotospot.

D. Update Nachhaltigkeitsstrategie

VG und RA / ST-Folien 16-24

VG führt kurz in die Nachhaltigkeitsstrategie ein und erklärt das Zielbild. RA präsentiert anschliessend den Scope: Es wird vor allem geprüft, was noch konkret gemacht werden muss. Es soll eine Vision für ST und auch für die ganze Branche definiert werden. Anschliessend folgen konkrete Massnahmen mit einer präzisen Roadmap und Verantwortlichkeiten. Ein weiterer Punkt ist die Messung und das aktive Monitoring der Nachhaltigkeit. Das gesamte Vorgehen teilt sich in drei Phasen ein. Für die Erarbeitung wird mit der Agentur Fronteer aus den Niederlanden zusammengearbeitet. Jede Phase wird zunächst ganz offen angegangen, um möglichst viele Inputs zu erhalten. Diese werden dann konsolidiert. Die erste Phase läuft bereits, u.a. mit einer Branchenumfrage. Dann folgt die Designphase ab September, um die strategischen Säulen herauszufiltern. In der dritten Phase ab November wird die konkrete Roadmap formuliert. Die Implementierung ab Januar erfolgt dann ohne Agentur. Die RDK wird aktiv eingebunden, als Teil der Projektgruppe (DC, LE, MV, AG und AT). Falls gewünscht kann in der RDK-Sitzung vom 5. November ein Projektupdate gegeben werden.

DC bedankt sich für die Präsentation. Er äussert Bedenken bezüglich des Wordings, weil der Eindruck entsteht es handle sich um eine ST-Strategie, obwohl es eigentlich eine Branchenstrategie wäre. Der STV ist ja auch bereits involviert und eine Kooperation statt einer Abgrenzung ist sehr wichtig. VG bestätigt, dass der STV bereits involviert wird. RA ergänzt, dass der Name bewusst 2030 genannt wurde und nicht ST-Strategie. AT fragt, ob das Swisstainable Label in Frage gestellt ist? Die Antwort von ST ist Nein.

E. Brand Equity Monitor

MF / ST-Folien 25-38

MF präsentiert die Resultate des Brand Equity Monitors, bei welchem in erster Linie der Markenwert gemessen wurde. Es wurden vier Achsen untersucht (Funnel, Brand Value, NPS, Image). MF präsentiert heute den Funnel und das Image.

- Funnel: Hier wurde untersucht, wo potenzielle Gäste verloren gehen. Dafür wurden 8 Märkte untersucht, mit einer Befragung von jeweils 1000 Personen pro Markt. Die Zielgruppe wurde klar definiert und abhängig der Relevanz für die Märkte wurden auch konkrete Destinationen abgefragt und nicht nur die Länder als Ganzes. Die Haupteckenerkenntnis ist, dass die Schweiz top-of-mind ist wenn man an naturnahe Ferien in Europa denkt. Details zur Studie finden sich in der Präsentation
- Image: Hier wurde untersucht, wie die Marke Schweiz hinsichtlich verschiedener Attribute beurteilt wird (siehe Präsentation). Die Dachmarke hat fast immer ein stärkeres Image als die einzelnen Destinationen.

DC möchte mehr über den Hintergrund und Zielsetzungen der Studie wissen. MN erklärt, dass der TMS auf bestehende Gäste fokussiert. Beim BEM sollten die Nicht-Gäste abgedeckt werden als Ergänzung zum TMS und als unterstützendes Marketingtool. VG ergänzt, dass es auch darum ging herauszufinden, wo die Gäste verloren gehen und was man dagegen tun kann. ST hat sich die Frage gestellt, ob die Dreamingphase noch der richtige Hebel ist, was sich bestätigt hat.

RDK

AG fragt, ob der Fokus der Attribute auf die Naturnähe gelegt wurde, oder auch auf andere Aspekte. MF bestätigt den Fokus auf die Natur, jedoch wurden trotzdem auch Städte einbezogen. Die Studie wird alle zwei Jahre wiederholt werden. AG bringt ein, dass vielleicht auch Montreux statt Lausanne oder Interlaken statt Made in Bern abgefragt werden sollte. MF nimmt den Input auf und schlägt vor, dass in Zukunft mit den Regionen diskutiert wird, welche Marken einbezogen werden. MF erklärt zudem, dass der TMS für den Net Promoter Score valider ist und sie diesen hier daher nicht präsentiert hat. Und der Brand Value wurde nur auf nationaler Ebene untersucht und nicht in Bezug auf die einzelnen Regionen. Die TMS-Berichte werden im September publiziert.

F. Tourismuspolitik

PN / STV-Folien 1-9

PN geht zuerst auf diverse Themen aus der Tourismuspolitik ein und gibt ein Update dazu:

- Stromgesetz
Ein erfolgreiche JA-Dachkampagne wurde umgesetzt mit Beteiligung des Tourismussektors
- WEURO 2025
Wichtige zusätzliche finanzielle Mittel wurden dank der Intervention des STV beim Parlament erreicht. Im Herbst 2024 wird auch das Projekt Winterolympiade 2038 im Bundesrat diskutiert. Hier wird in einem ersten Schritt entschieden, ob das Projekt weiterverfolgt wird.
- Revision SGH
Die Positionierung wurde erfolgreich in die Vernehmlassung eingebracht.
- Tourismusstrategie des Bundes
Der STV hat zusammen mit einer Arbeitsgruppe ein Positionspapier erstellt. Grundsätzlich ist die Stossrichtung des SECO passend, aber zu gewissen Punkten sind Akzentuierungen nötig, welche von der Arbeitsgruppe ausgearbeitet und vom STV eingebracht werden. Dies sind der demografische Wandel, die Förderpolitik des Bundes mit Massnahmen für die nachhaltige Entwicklung und die Digitalisierung, der Arbeitsmarkt, ganzheitliche Nachhaltigkeit, Ganzjahrestourismus und Krisenmanagement.
- Voranschlag 2025 – Förderinstrumente
Die Ausgaben sind höher als die Einnahmen. Daher wird im Budgetprozess des Bundes geprüft, wo Einsparungen möglich sind. Der STV wird aufzeigen, dass die Mittel wie bisher benötigt werden und, dass die Tourismusbranche gleichbehandelt werden soll wie die anderen Branchen. Der Bundesrat plant die NRP-Einlagen zu streichen. Der STV bemüht sich darum, dies zu verhindern. Für Innotour sind keine Kürzungen zu erwarten.
- Diverses
 - o Bei der Initiative Aeschi hat der STV eine Position eingereicht und man geht von einer Ablehnung aus
 - o Die Raumplanungspolitik muss so pragmatisch wie möglich gehalten werden
 - o Die Biodiversitätsinitiative wurde diskutiert und eine Interessensabwägung gemacht. Für den Tourismus geht die Initiative zu weit. Der STV ist dagegen, wird aber keine Kampagne machen

G. Update KONA

PN / STV-Folien 10-28

PN gibt ein Update aus dem KONA inkl. eine Übersicht über die Projekte:

- SDG Schweizer Tourismus-Dialog
 - o Für die Nachhaltigkeitsplattform wird eng mit den Regionen zusammengearbeitet für den fortlaufenden Ausbau. Die Plattform darf gerne in die Kommunikationspläne aufgenommen und über die Netzwerke geteilt werden.
 - o Pro Jahr werden vier Webinare durchgeführt. Im Juni 2024 hat ein interessantes Webinar stattgefunden, um aufzuzeigen welche Profile für Nachhaltigkeitsverantwortliche in den Destinationen benötigt werden.
 - o Die Sustainable Tourism Days finden Ende Oktober 2024 zum zweiten Mal statt. Aktuell sind 210 Anmeldungen von max. 240, was sehr erfreulich ist.
- Swisstainable
Die Glaubwürdigkeit des Programms muss gefördert werden. Dafür wurden auf dem Level 1 insgesamt 176 Kontrollen durchgeführt. Gewisse Betriebe sind dadurch aus dem Programm ausgeschieden. Dazu wurden 100 Levelwechsel und 299 neue Einstufungen gemacht. Die

RDK

Kampagnenschwerpunkte der Swisstainable Kampagnen mit ST sind die Bekanntheit und Bedeutung bei den Gästen zu steigern und Swisstainable erlebbar zu machen. 80% der Jahresbeiträge wurden bisher verrechnet und der Rücklauf ist positiv. Seit Programmbeginn gab es 231 Austritte, davon 78 aufgrund der Jahresbeiträge. Einige Destinationen/Regionen haben die Beiträge für die Betriebe ganz oder teilweise übernommen. 6 Swisstainable Destinationen wurden bisher eingestuft. 26 weitere Destinationen haben sich angemeldet, wovon sich drei zurzeit in Prüfung befinden.

- Best Tourism Villages by UN Tourism

6 Dörfer, über die Regionen verteilt, sind nominiert. Die Verkündigung erfolgt im November am TFS. AG wendet ein, dass die Einreichung sehr komplex ist. Es konnte kein Dorf motiviert werden teilzunehmen. PN gibt ihm Recht, fügt aber an, dass es wichtig ist, dass gewisse Hürden bestehen und es nicht zu einfach sein sollte teilzunehmen.

- OK:GO Initiative

Stand Anfang August sind es 1743 Einträge in der ginto-App, die von Business Accounts selbstdeklariert sind. Mehrheitlich sind es „klassische“ touristische Kategorien wie Beherbergung oder Gastronomie. In touristischen Destinationen wurden aber auch Lebensmittelläden oder andere Dienstleistungen erfasst, da in diesen Destinationen der Tourismus natürlich auch für diese Betriebe relevant ist.

PN bedankt sich bei allen für den Einsatz auch für Swisstainable.

H. Update STS

ML / STS-Folien

ML bedankt sich für die Zusammenarbeit innerhalb der RDK. Bevor er ein Update zum ÖV in der Schweiz gibt, stellt er seine Nachfolgerin Sara Roloff vor. Sie startet ab November 24 intern und offiziell ab Januar 25. Die Stimmung im ÖV ist sehr positiv, die Nachfrage extrem stark. Die USA ist führend mit über +30% im Vergleich zum Vorjahr. DC fragt, was für die Zukunft noch drin liegt in Bezug auf die Kapazitätsgrenze des ÖV. ML antwortet, dass Halten wichtig ist. ML erwähnt die personellen Erweiterungen der Märkte in Bangkok und Hongkong mit je einem Mitarbeitenden. Vier Kernthemen werden aktuell bearbeitet: Endkonsumentenbearbeitung aufbauen, Innovation fördern, Lenkungscompetenz aufbauen und Umsetzung der neuen Markenstrategie. Der Aufbau der Lenkungscompetenz wird erläutert: Im August wurde das Projekt „Scenic Excursions“ gestartet zusammen mit Pilotdestinationen Zürich, Luzern, Basel und Interlaken. Die Herausforderungen Aufenthaltsdauer, Gepäcktransport und ausgebuchte Strecken werden angegangen. Das Projekt baut auf drei Fragen auf, die sich bei STS gestellt wurden (siehe Slides).

DC findet den Ansatz sehr spannend, insbesondere auch für die Städteaktivierung. Die Städte, die jetzt schon sehr stark wachsen werden dadurch noch mehr gestärkt. Es wird einen direkten Einfluss auf den Gesamttourismus Schweiz haben. Es ist möglich, dass der Tourismus auf eine Kreuzung zugeht, wo gesamthaft entschieden werden muss, wie man mit dem Thema die Stadt als Hub für die Ausflüge in die Region (Tagestouristen) und gleichzeitig Verringerung der Tagestouristen in den Regionen zukünftig umgehen will.

I. Diverses & nächste Schritte

Alle / RDK-Folien 6-7

DC bedankt sich für die aktive Teilnahme an der Sitzung und geht auf die nächsten Termine für die RDK-Sitzungen ein. MiN gibt einen Einblick in das Programm für die Biathlon-WM auf der Lenzerheide. Mit dem Follow-up wird abgefragt werden, wer teilnimmt und ob das Hotel für eine oder zwei Nächte reserviert werden soll.

AG geht im Diversen noch auf das Städtemeeting ein, welches in Zürich stattgefunden hat. Die Frage, wie die Städte genau in die Kampagnen integriert werden und wie das Konzept des Erlebnisraums aussehen wird ist noch offen. DC ergänzt, dass es nicht gut wäre, wenn seitens ST wieder neue Kampagnen oder Packages, die bezahlt werden müssen entwickelt würden. Die RDK bittet ST zu klären, was die Integration der Städte in den Erlebnisraum auch für die anderen Regionen bedeutet. MN nimmt dies auf. Er sagt, dass die Saisons neu definiert werden und sich mit Sicherheit auch die Räume/Trennung Stadt-Land etwas auflösen werden.

RDK

Pendenzenliste:

Thema	Wer	Wann	Status
Sitzungen/Termine - Anmeldung RDK-Sitzung an Biathlon WM - Studienreise 2025 organisieren	Alle MiN/PB/VG	11.09.24 05.11.24	Dringend Laufend
Projekt Gastfreundlichkeits-Radar - Update anlässlich RDK-Sitzung	PB	12.02.25	Laufend
Projekt Mobilitätsticket - Update anlässlich RDK-Sitzung	DC	12.02.25	Laufend
ST-Strategie - Strategie heruntergebrochen/angewendet auf weitere Bereiche präsentieren	MN/VG	12.02.25	Laufend
WEURO25 - Reflektion über zukünftige Positionierung von ST in Bezug auf Grossanlässe in der Schweiz und Information an einer nächs- ten RDK-Sitzung	MN/VG	12.02.25	Laufend
Nachhaltigkeit - Swisstainable Monitoring Teilnahmege- bühren - Update anlässlich RDK-Sitzung	PN VG	12.02.25 12.02.25	Laufend Laufend
GtoS Soundingboard - Integration GtoS Soundingboard in RDK - Update GtoS an einer RDK-Sitzung	VG/FB/MiN VG/FB	Laufend 12.02.25	Laufend Laufend
Projekt Tourismussensibilisierung - Laufende Projektbearbeitung – Umset- zungsvorschlag Massnahmen	DC/PB/TW/MP/VG/MiN	12.02.25 Laufend	Laufend Laufend

27. August 2024
Für das Protokoll,
Miriam Nussbaumer