

RDK

**KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ
CONFÉRENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME RÉGIONAUX DE SUISSE
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIONALS SVIZZERS DAL TURISSEM**

**INTERNE RDK-SITZUNG,
05. NOVEMBER 2024**

Aargau
Solothurn

THIS IS
BASEL

MADE IN BERN

FRI^{CO}URG
SUISSE SCHWEIZ SWITZERLAND

GENEVA
TOURISM

graub^unden

JURA
TROIS-LACS
DREI-SEEN-LAND

LUZERN⁺
ЛУЦЕРНЕ
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

ostschweiz.ch
UND FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

TICINO⁺

VAUD⁺
PROMOTION

Wallis

Zürich,
Switzerland.

TRAKTANDEN.

- A. Begrüssung, Protokoll & Pendenzen
- B. Informationen des Präsidenten
- C. Update VSTM
- D. Lohnrunde/Benchmark 2025
- E. Update IQ-Radar
- F. Update Mobilitätsticket
- G. Update NADIT & HESTA
- H. Tour de Table
- I. Update Projektgruppe Tourismussensibilisierung
- J. Update Projektgruppe Nachhaltigkeitsstrategie
- K. Inputs RDK zu ST-Strategie
- L. Vorstellung Alpine Manifest
- M. Information Contentkooperation HTR
- N. Destinationsstrategie Zürich
- O. Ticino Ticket
- P. Diverse & nächste Schritte

A. PROTOKOLL & PENDENZEN.

Genehmigung Protokoll

- Sitzung vom 26.08.2024

Pendenzenliste

1. VSTM
2. Städtetourismus/Geschäftstourismus
3. Statistiken / Datenerhebung / NaDIT
4. HESTA
5. Nationales Mobilitätsticket
6. Contentkooperation HTR
7. Gastfreundlichkeits-Radar & Interaktionsqualität
8. Tourismussensibilisierung
9. Nachhaltigkeit
10. Mittelpooling & Themensetting RDK
11. Trail.Foundation (MTB)
12. Grand Tour of Switzerland (2024)
13. Struktur & Finanzierung der Regionen

B. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN.

ST-Vorstandssitzungen vom 05. – 06. September 2024

- ST Strategie 2025-27
 - Die 5 Travel-Better-Schwerpunkte werden vom Vorstand verabschiedet
 - Der Vorstand wünscht einen Dialog zur langfristigen strategischen Ausrichtung. Ein Vorgehensvorschlag dazu wird von ST ausgearbeitet.
- Finanzierung 2028-31
 - Grundlagenantrag muss per Ende September 2024 bereits eingereicht werden
 - Basisargumentierung wird rund um „Travel better“ aufgebaut mit drei Szenarien (-20%, +/-0%, +20%). Angesichts des Spardrucks wird das „Szenario 2plus“ vorgeschlagen: Stauts quo plus notwendige Anpassungen. Der Vorstand stimmt dem zu (+7.3%, +17 Mio. CHF, 250 Mio. CHF)
- Rücktritt Vizepräsidentin Catherine Mühlemann – Zeitpunkt noch offen
- Thomas Steiner, CEO Immotour GmbH, wird als Nachfolger von Markus Binkert in den Vorstandsausschuss gewählt
- AQVA und Outlet Aubonne als neue strategische Partner von ST

Nächste ST-Sitzungen:

- Vorstandssitzung: 21.11.2024
- Ausschusssitzung: 21.11.2024

B. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN.

STV-Ausschusssitzung vom 09. Oktober 2024

- Ferienwohnungsklassifikation: Zukunft
- Budget 2025: Verabschiedung
- Entlastungspaket für den Bundeshaushalt: Auslegeordnung
- Informationen

Nächste STV-Sitzungen:

- Vorstandssitzungen: 05.11.2024 (Überschneidung RDK-Sitzung) & 10.03.2025
- PGT-Frühstück: 04.12.2024
- Ausschusssitzung: 05.02.2025

B. INFORMATIONEN DES PRÄSIDENTEN.

Begleitgruppe Tourismuspolitik, 03. September 2024

- Tourismusbericht 2026
 - Partizipativer Prozess mit Einbezug der Begleitgruppe Tourismuspolitik
- Workshop/Diskussion in Kleingruppen zu den Zukunftsthemen
 - Tourismusverträglichkeit
 - Klimawandel
 - Digitale Transformation

Nächste Sitzung

- 25. März 2025

C. VSTM.

(Verantwortung RDK: Adrien Genier)

- Rückblick Austausch RDK-VSTM
- Lohnerhebung VSTM

D. DISKUSSION LOHNRUNDE/BENCHMARK.

Benchmark / Austausch zu

- Löhne/Fringe Benefits der GL/Direktoren
- Ferien / UBU-Regelungen

E. INTERAKTIONSQUALITÄTSRADAR.

(Verantwortung RDK: Pascale Berclaz)

Vergangenes

- Erfolgreicher Abschluss des Pilotprojekts: Schlussbericht wurde vom SECO am 9. September 2024 akzeptiert
- Ein wissenschaftlicher Artikel zum Pilotprojekt wird im November publiziert (wird RDK z.V.g.)
- Die Dashboards wurden in die Cloud migriert. Die Datensammlung der Pilotdestinationen läuft ununterbrochen weiter
- Das Finanzhilfegesuch für das Folgeprojekt wurde am 18. September 2024 beim SECO eingereicht und befindet sich aktuell in der Prüfung
- Sämtliche acht Pilotdestinationen haben ihre Unterstützung für das Folgeprojekt zugesichert (Luzern, Zürich, Basel, Interlaken, Nendaz, Montreux, TESSVM, Mendrisiotto)
- Folgende Destinationen wurden neu angefragt (Stand 14.10.24):
 - Zusagen: Solothurn, La Gruyère, Adelboden
 - Laufende Anfragen: Murten & Estavayer, Lugano, Appenzellerland
 - Absagen: Engelberg (Direktionswechsel), Lausanne (Kapazität/andere Projekte)
 - Unbeantwortete Anfragen: Genf, Thurgau

Anstehendes

- Destinationsakquise: weitere Anfragen, idealerweise 18 Destinationen bis zum Kick-Off
 - VS & GR noch Potenzial für 2. Destination - Abklärungen laufen
- Offizieller Projektstart mit Kick-Off, sobald das FHG bewilligt wurde. Danach Vorgehen gemäss Projektdokumentation

F. MOBILITÄTSTICKET.

Pilot-Projekt

- Wallis als Pilot-Region mit nationalem Innovationscharakter in Partnerschaft mit Hotellerie Suisse Valais-Wallis, HES-SO Valais-Wallis, ÖV Wallis und Alliance SwissPass/SBB
- Umsetzung Markttest Sommer 2025, wenn Interesse der Hotellerie vorhanden und Abläufe (Finanzierung, Rechnungsstellung, Vertrieb) sichergestellt ist.

Ziel

- Markttest Sommer 2025 (Mai-Oktober): Kombination Freizeitmobilität und Übernachtungsleistung als innovatives und kommunikationsstarkes Alleinstellungsmerkmal. Übernachtungsleistungen werden mit einer klimafreundlichen An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr kombiniert.

Aktueller Stand

- Sammeln von Daten zum Mobilitätsverhalten der Hotelgäste im Wallis wurde als Grundlage für Preisberechnungen verwendet.
- Errechneter Solidaritätspreis* pro Ankunft für An- und Rückreise innerhalb der Schweiz beträgt CHF 6.85
- Hin- und Rückreise inklusive für alle direkten Buchungen auf dem Schweizer Markt, ab 2 Übernachtungen im selben Hotel.
- Bis Ende November: Akquisition von teilnehmenden Hotels, Definition der Aufteilung der Kosten sowie Entscheid über «go» oder «no go»
- Falls Entscheid «go»: Vorbereitung eines Innotour-Antrags

* *Solidaritätspreis: Preis für jede Ankunft im teilnehmenden Hotel, ungeachtet ob öV genutzt wird oder nicht.*

G. NADIT / HESTA.

(Verantwortung RDK: Pierre-Alain Morard)

HESTA

- 1200 Unternehmen machen Gebrauch von der automatischen Übertragung der Daten
- 110 Unternehmen liefern zusätzliche Daten
- Der Prototyp der zweiten HESTA-Flash Schätzung wurde verschickt. Bis zur ersten offiziellen Veröffentlichung im März 2025 werden die Mitglieder den Prototyp erhalten und können Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge einbringen
- Erneuerung des HESTA-Vertrages beginnen im Juni 2025 für die Erneuerung ab 2027

NADIT

- Update Charta “Datenmapping“ mit RDTC / Innovation- und Mappingfestival, 14. März 2025 Zürich, um Challenges aus der Charta zu bearbeiten. Alle interessierten Touristiker sind eingeladen:
<https://www.tourismdata.ch/events/innovation-and-mapping-festival/>
- Anfrage SECO/BFS zu Interesse an Indikatoren zum Satellitenkonto Tourismus (TSA) innerhalb der Kantone/Regionen. Genaue Informationen und konkrete Interessensabfrage folgen.

H. ROUND TABLE.

Aargau
Solothurn

THIS IS
BASEL

MADE IN BERN

FRICOURG
SUISSE SCHWEIZ SWITZERLAND

GENEVA
TOURISM

graubünden

JURA
TROIS-LACS
DREI-SEEN-LAND

LUZERN+
LUCERNE
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

ostschweiz.ch
UND FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

TICINO+

VAUD+
PROMOTION

Wallis

Zürich,
Switzerland.

I. UPDATE TOURISMUSSENSIBILISIERUNG.

(Verantwortung RDK: Damian Constantin)

Zusammenfassung Kick-off Meeting Massnahmen RDK/ST, 10. Oktober 2024

- Austausch über Erwartungen und Ziele hat mit PB, MP, DC, MiN und Schweiz Tourismus stattgefunden
- Ziele müssen noch klarer definiert und geschärft werden

Weiteres Vorgehen und Projektorganisation

- Die Projektgruppe bestehend aus Damian Constantin, Pascale Berclaz, Marcel Perren, Thomas Wüthrich, Miriam Nussbaumer, Viviane Grobet, Rahel Ammon und Anja Roggo bleibt im Lead
- Rahel Ammon, Anja Roggo und Miriam Nussbaumer bilden die Kerngruppe, welche sich um die Erstellung eines Grobkonzepts kümmert → Workshop Grobkonzept am 14. November 2024
- Die ganze Projektgruppe agiert als Steeringboard
- In einer weiteren Etappe Bildung eine Soundingboards mit weiteren Akteuren aus der Branche
- Monatlicher Austausch (bei Bedarf) innerhalb der ganzen Projektgruppe → Nächster Termin 27. November 2024
- Erste Konkretisierungen werden im Februar 2025 an der RDK-Sitzung präsentiert
- Erste Resultate werden am Ferientag 2025 präsentiert
- Launch bis Sommer 2025

J. UPDATE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE (I/II).

Inputs zum 1. Workshop Nachhaltigkeitsstrategie 2030 (Vertretung durch Letizia Elia und Angelo Trotta)

1. Naturschutz und Landschaftserhalt

- Schutz der Natur und Biodiversität: Der Schweizer Tourismus basiert stark auf natürlichen Ressourcen wie den Alpen, Seen und Wäldern. Die ausgewogene Erhaltung dieser Ökosysteme und der sichere Zugang zu diesen ist wesentlich, um eine nachhaltige Entwicklung zu gewährleisten.

2. CO₂-Reduktion und Klimaschutz

- Förderung klimafreundlicher Mobilität: Die Schweiz setzt verstärkt auf öffentliche Verkehrsmittel (Bahn, Bus, Seilbahnen), um den CO₂-Ausstoß durch den Individualverkehr zu reduzieren.
- Reduzierung des Energieverbrauchs: Hotels, Skigebiete und touristische Infrastrukturen müssen energieeffizient arbeiten und auf erneuerbare Energien setzen. Hierzu braucht es Fördermittel die zielführend unterstützen.

3. Förderung von sanftem Tourismus

- Langsamkeit und Naturerlebnis: Förderung von Aktivitäten die geringe Auswirkungen auf die Umwelt haben und den Gästen ein intensiveres Naturerlebnis bieten.
- Vermeidung von Massentourismus: Förderung von weniger besuchten Regionen und eine bessere Verteilung der Touristenströme, um Hotspots zu entlasten.

4. Regionalität und Unterstützung lokaler Gemeinschaften

- Lokale Wertschöpfung: Touristische Angebote sollen vermehrt lokale Produkte, Dienstleistungen und Arbeitskräfte einbinden, um die lokale Wirtschaft zu stärken.
- Kulturelle Nachhaltigkeit: Förderung des kulturellen Erbes und der Traditionen, um die Identität der Regionen zu bewahren und den Touristen authentische Erlebnisse zu bieten.

J. UPDATE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE (III/II).

5. Nachhaltige Unterkünfte und Infrastruktur

- Zertifizierungen und Standards: Die Einführung und Förderung von Nachhaltigkeitszertifikaten (z. B. „Swisstainable“) für Hotels, Restaurants und touristische Angebote, die Umwelt- und Sozialstandards garantieren. Hier gilt es auch zu beachten, inwieweit «lokale» Zertifikate gegenüber «internationalen» Zertifikaten überdauern und wahrgenommen werden können.
- Nachhaltige Bauweise und Ressourcennutzung: Touristische Infrastrukturen sollten nachhaltig gebaut und betrieben werden, z.B. durch energieeffiziente Gebäude, wassersparende Technologien und Abfallvermeidung.

6. Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung

- Nachhaltigkeitsbewusstsein bei Touristen: Informationskampagnen, um Touristen für die Bedeutung eines umweltfreundlichen Verhaltens zu sensibilisieren, z.B. durch Müllvermeidung oder den bewussten Umgang mit Ressourcen.
- Ausbildung und Schulung von Mitarbeitenden: Die Schulung von touristischen Anbietern in nachhaltigen Praktiken ist wichtig, um eine umfassende Umstellung auf Nachhaltigkeit zu erreichen.

7. Ganzjährige Tourismusangebote

- Diversifizierung der Angebote: Förderung von ganzjährigen Aktivitäten, um die saisonale Abhängigkeit (z.B. vom Wintertourismus) zu reduzieren und eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung zu gewährleisten.
- Klimawandel-Anpassung: Entwicklung von Strategien, um mit den Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus, wie dem Rückgang von Schnee in Skigebieten, umzugehen.

8. Governance und Kooperationen

- Zusammenarbeit aller Stakeholder: Tourismusunternehmen, Regierungen, Gemeinden und Umweltorganisationen müssen eng zusammenarbeiten, um nachhaltige Ziele zu erreichen.
- Nationale und internationale Kooperationen: Integration der Schweizer Tourismuspolitik in internationale Nachhaltigkeitsziele (z.B. UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung) und Förderung von grenzüberschreitenden Projekten.

9. Monitoring und Berichterstattung

- Messbare Ziele und Berichte: Regelmäßige Überprüfung der Fortschritte bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie, um Schwächen zu identifizieren und Verbesserungen vorzunehmen.
- Transparenz: Offenlegung von Nachhaltigkeitsdaten, um Vertrauen bei Touristen und der lokalen Bevölkerung zu schaffen.

K. INPUTS RDK ZUR ST-STRATEGIE (I/II).

Strategie-Input der RDK: Zukünftige Ausrichtung Schweiz Tourismus

Kritische Frage: Wie kann sich ST als Organisation und als Reisedestination auf die neuen Bedingungen in der Tourismusbranche einstellen und langfristig erfolgreich bleiben?

Zentrale Handlungsfelder

- Gesellschaftliche Entwicklungen
 - Personalisierung der Kommunikation
 - Generationsübergreifende Ansprache
- Wirtschaftliche Unsicherheiten
 - Diversifizierung des touristischen Angebots
 - Innovative Finanzierungsmodelle
- Technologischer Fortschritt
 - Digitale Transformation
 - Technologische Führerschaft
- Klimawandel und Nachhaltigkeit
 - Förderung von nachhaltigem Tourismus
 - Ganzjährige Angebote

K. INPUTS RDK ZUR ST-STRATEGIE (II/II).

Zentrale Handlungsfelder

- Partnermodelle und Finanzierung
 - Vereinfachung der Partnermodelle
 - Neue Finanzierungsmodelle
- Marktbearbeitung
 - Fokussierung auf Kernmärkte
 - Optimierung der Kampagnenstruktur
 - Gewichtung zwischen zentralen Marketingkampagnen und Marktbearbeitung
- Politische Rahmenbedingungen
 - Politische Einflussnahme

Fazit

Der Vorstand von Schweiz Tourismus sollte sich angesichts der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, technologischen und ökologischen Herausforderungen damit befassen, inwieweit sich ST neu oder anders positionieren soll. Das Ziel des Vorstands sollte es sein den Leistungsauftrag von ST kritisch zu prüfen, diesen zu schärfen und wo nötig in Absprache mit dem SECO anzupassen, damit ST und die Schweiz sich langfristig als Premiumdestination gegenüber den Wettbewerbern erfolgreich und werthaltig positionieren können.

L. VORSTELLUNG ALPINE MANIFESTO.



Alpine Manifesto

Context



When? The project was initiated by the end of 2023 at the Team-Sharing in Valais.

Why? Benchmarking. Several projects exist already at national, regional or destination level. The Alpine Manifesto project aims to develop a joint initiative that benefits all regions of AlpNet which presents a great opportunity to maximize the awareness to everyone enjoying the Alpes.

What? Alpine Manifesto in 10-points adaptable as the result of a joint initiative and co-construction approach joining the nine regional organizations of AlpNet. The aim is for all AlpNet regions to be able to commit to this joint Alpine Manifesto. It should therefore present the greatest common denominator.

Who? Alpnet Network members: Allgäu Tourism; Graubünden Ferien; IDM Südtirol-Alto Adige; Luzern Tourismus; Made in Bern AG; SalzburgerLand Tourism; Tirol Werbung; Trentino Marketing; Valais/Wallis Promotion

Alpine Manifesto

Charter



Charter

1. We respect the nature and wildlife of the Alps.
2. We behave respectfully towards other guests and locals.
3. We leave nothing behind in the natural alpine landscape.
4. For sleeping we use the excellent offer of existing structures.
5. We choose tours in the Alps carefully and prepare them well.
6. We cross the Alps with care and stay on paths, trails, and slopes.
7. We respect the operating times and rules of snow sports facilities and cross-country ski trails.
8. We buy regionally and support local businesses.
9. We travel environmentally friendly.
10. We carry the beautiful memories of the Alps in our hearts.

- 1 charter
- 10 points
- 9 regions
- 4 languages
- Flexible description

In progress



What	Description
Video introductive Alpine Manifesto	Short video showing the ten points of the Alpine Manifesto with beautiful pictures and linking Alpine facts (EN, DE, FR, IT) To be broadcast/shared at the press conference. Graubünden Winter and Summer Edition
Visual Alpine Manifesto	Key Visual Alpine Manifesto Charter
Visuals for all 10 points	Ex. photos Mountain Manifesto Graubünden winter and summer edition
Landingpage	Charter Q&A on website SOM graphics Ex. Graubünden Winter and Summer Edition
Text modules	Text in Word for the 10-points

Communication Plan

To keep in mind

Hybrid press conference with the nine CEOs together (AlpNet):

- Awareness AlpNet level and media activation and creation, distribution of press materials and signature of the Alpine Manifesto.
- **Target audience:** International and national media; regional media; Environment and tourism influencers; guests.
- Date of publication: «Alpen-Klimagipfel» in summer 2025, Zugspitze (Tirol).

Material and content for stakeholders (AlpNet) :

- Alpine Manifesto video, visuals, development of a landing page with a Q&A section and ready-made content for social media/integration of the websites/facts etc.
- **Target audience:** Stakeholders to be addressed before/after the press conference.

Regional implementation (Regions):

- Awareness campaign implemented by the regions.
- **Target audience:** regional media; Environment and tourism influencers; guests.

M. CONTENTKOOOPERATION HTR (I/II).

Übergeordnetes Ziel

- Visibilität für die RDK, sowie Wissensaustausch und einen Mehrwert für die ganze Branche schaffen (Inspiration, Learnings, Synergiefindung).
- Service-Charakter: Was können andere Regionen und Destinationen von gemachten Erfahrungen mitnehmen?

Inhaltliche Orientierung

- Vorstellung konkreter „Best Case“-Projekte: Berichte mit Mehrwert und Inhalt, keine “simple“ Vorstellung der Tourismusregion
- Wie ist es zum Projekt gekommen? Welche Hürden musste man meistern, um das Projekt zu realisieren?
- Wie gross war der Aufwand für das Projekt (personelle, finanziell usw.)?
- Welche Learnings hat man gezogen? Was sind die konkreten Benefits?
- Facts & Figures

RDK-Serie

- Januar/Februar 2025 – Februar/März 2026
- Jede Region ein Monat / Absender RDK

Kolumne DC

- 3x jährlich

M. CONTENTKOOPERATION HTR (II/II).

Nächste Schritte/Koordination

- Einteilung Regionen auf Monate (falls Wunschmonate vorhanden, bitte bei Miriam melden)
- Themendefinition in Absprache Präsidium/Sekretariat/HTR
- Detailbriefing von Miriam folgt jeweils 2 Monate vor Veröffentlichung
- Region liefert Text in DE oder FR (ca. 3500 Zeichen, plus Foto) an, Überarbeitung und Anpassung für eine einheitliche Tonalität, sowie Übersetzung in andere Sprache (VWP intern, Verrechnung an RDK)

Information VSTM

- Der Gruss aus der Region (VSTM) wird per 2025 eingestellt, es gibt also keine Verdoppelung
- Der Ansatz unterscheidet sich wesentlich vom VSTM/Gruss aus der Region. Dieser war zu generell gehalten und thematisch/sprachlich zu PR-lastig (HTR und VSTM sind sich in diesem Punkt einig und sehen daher keinen Mehrwert für eine Fortführung)

N. BEST PRACTICE BEISPIEL – ZÜRICH.

Destinationsstrategie Zürich Tourismus

Thomas Wüthrich

Input –Referat
Zürich Tourismus
RDK-Sitzung
05.11.2024

Willkommen in,
Zürich, Switzerland.



Zwinglipl

Wettingerhaus
Stützpunkt des Rotes
Strassen 6234-1040

Strategie 2030
Zürich Tourismus



Zürich, Switzerland.

Alles auf einen Blick Strategie 2030

Vision

Unsere Gäste und die Bevölkerung nehmen Zürich als nachhaltige und lebenswerte Premium-Destination mit Ferienqualität wahr.



Strategische Ziele

1

Premium-Destination

2

Nachhaltige Städtedestination

3

Bevölkerung ist stolz auf Tourismusstadt

4

Mehr Nahmarkt-Gäste

5

Hohe Erlebnisqualität

6

Anteil Freizeitgäste nimmt zu

Mission



Vermarktung



Bereicherung des Erlebnisses



Komfortabler Zugang



Destinationsentwicklung & Hilfe Fachkräftemangel

neu

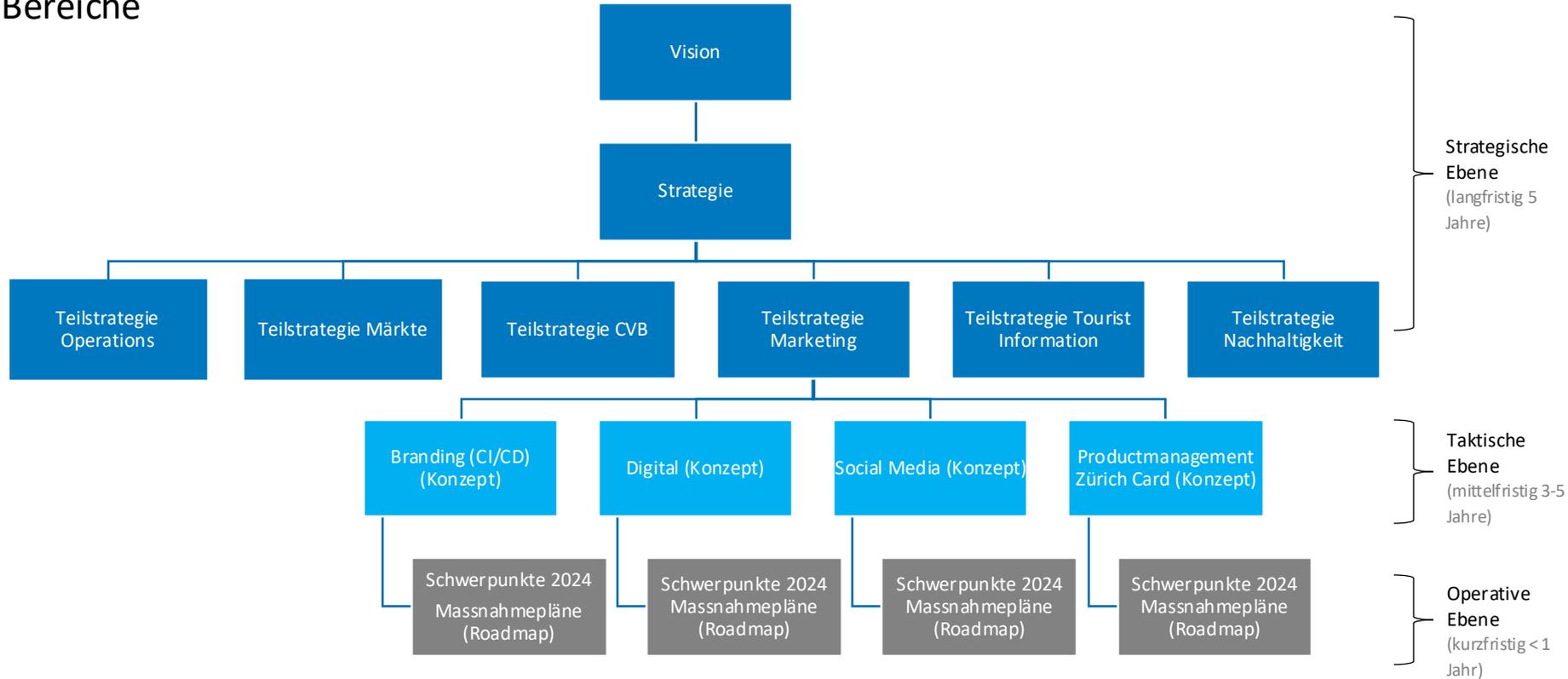


Motivieren der Leistungsträger

neu

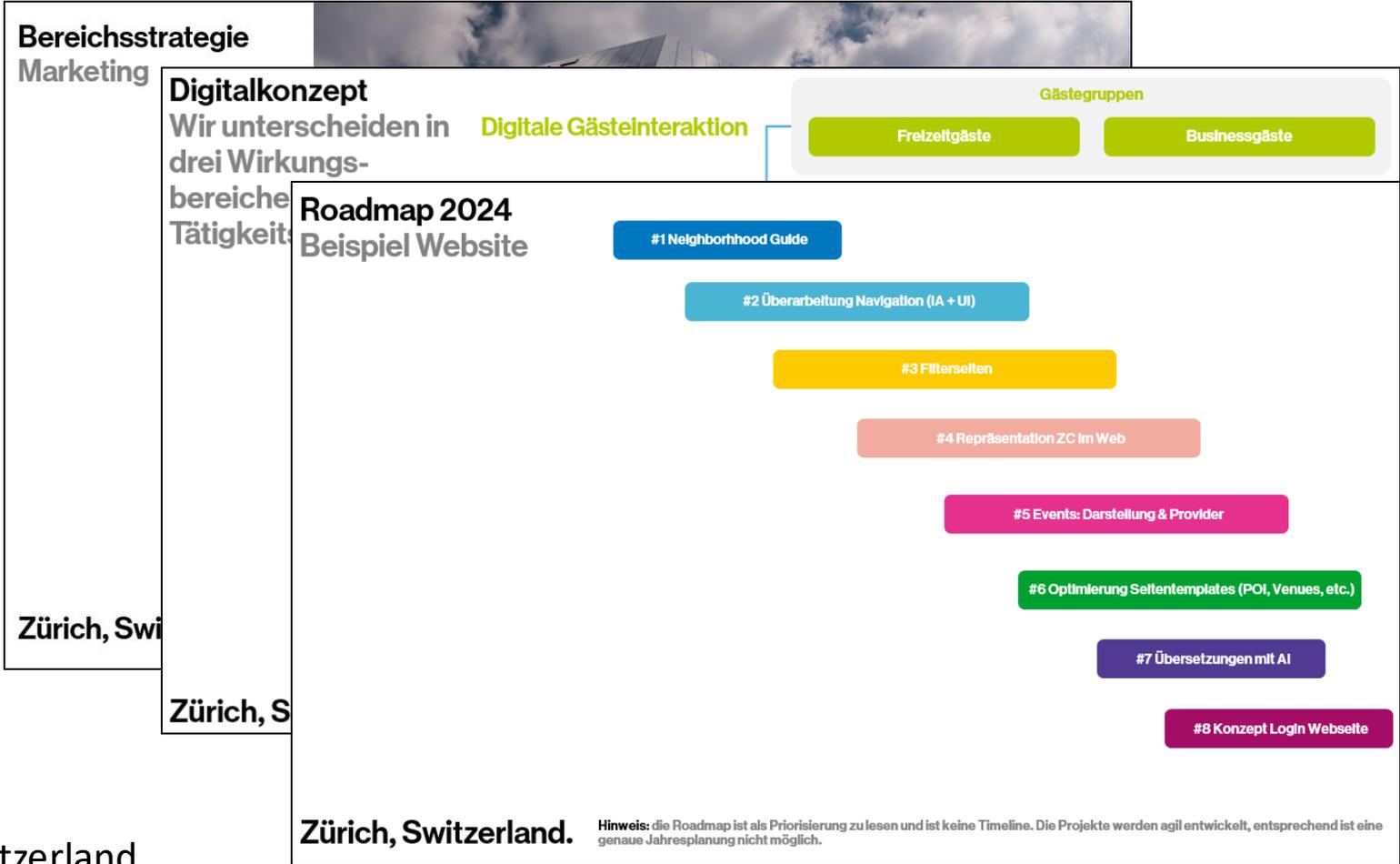
Zürich, Switzerland.

Strategie und deren Bereiche



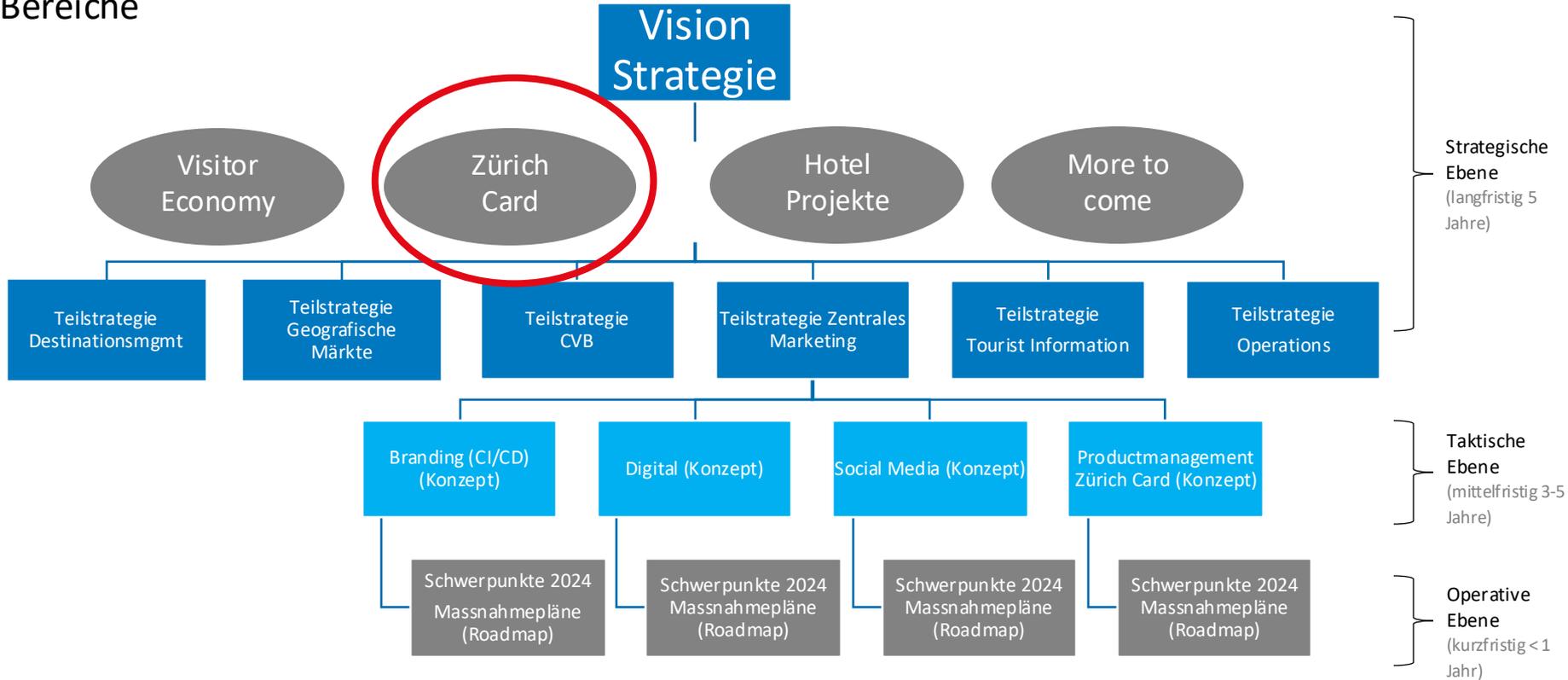
Zürich, Switzerland.

Beispiel



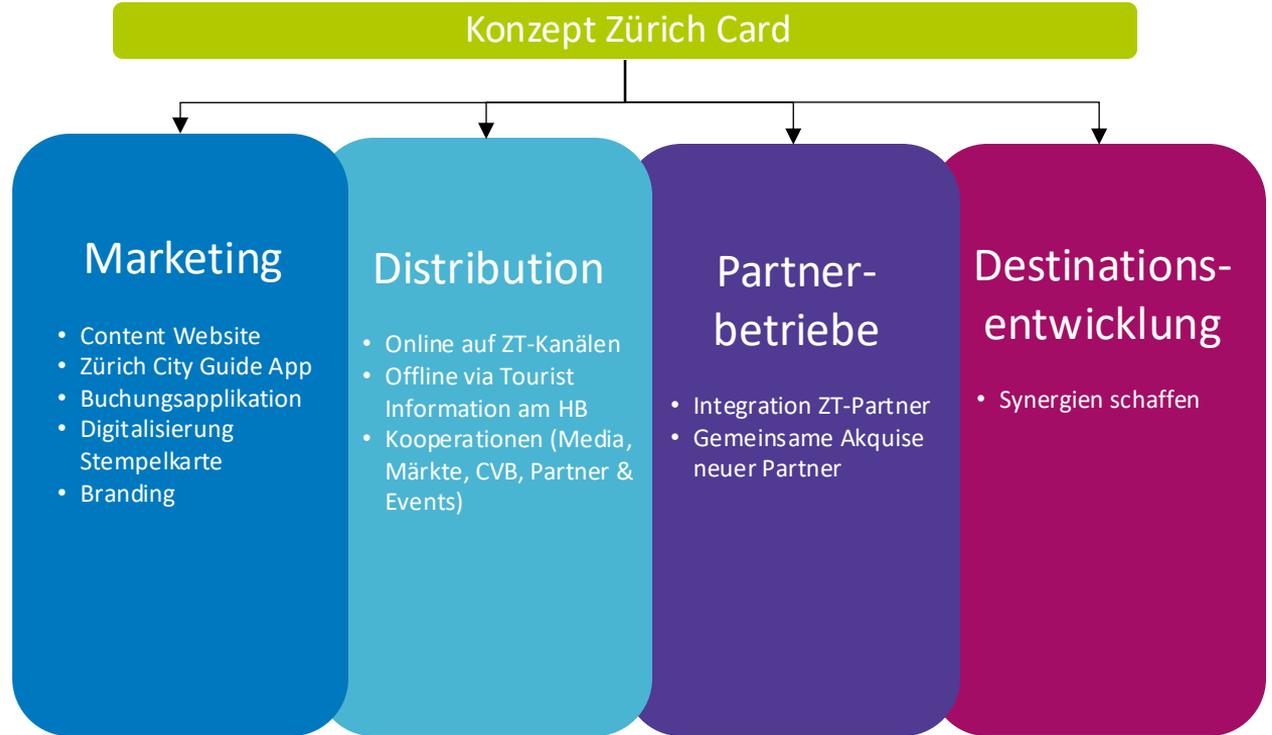
Zürich, Switzerland.

Strategie und deren Bereiche



Zürich, Switzerland.

Schwerpunktthema
Zürich Card
Interne Schnittstellen



Zürich, Switzerland.

NEU Visitor Economy

Ein zukunfts-
weisendes Modell für
den Schweizer
Tourismus



Zürich, Switzerland.

Entwicklung des Tourismus in Zürich

Quelle:
Study
“Re-think
tourism”



Quelle: In Anlehnung an die Ergebnisse der ExportImmer-Interviews im Rahmen der Studie «Tourismus nou donkon», PROJECT M (2024)

Zürich, Switzerland.

Binnentourismus

Quelle:
Study
“Re-think
tourism”

Besuchenden- und Nutzer:innenstruktur



Übernachtungs-/ Tagesgäste in der Stadt Zürich

23.5 Mio. Touristische Aufenthaltstage

- davon 7.1 Mio. Übernachtungen inkl. Parahotellerie*, Business- und Freizeit-Gäste, Verwandten-, Freunde- und Bekanntenbesuche
- davon 16.5 Mio. Tagesreisen und -ausflüge ohne Übernachtung der Bevölkerung ausserhalb der Tourismusregion Zürich (primärer Tagesausflugsverkehr) sowie von Schweizer-Urlaubern (sekundärer Ausflugsverkehr)



63.4 Mio.

Binnentourismus in der Tourismusregion Zürich

63.4 Mio. touristische Aktivitätstage und Aufenthalte der Einwohner:innen der Tourismusregion Zürich im Rahmen von Freizeit, Kultur und Naherholung**

Es ist anzunehmen, dass aufgrund des umfassenden Angebots ein grosser Teil der touristischen Aktivitäten und Aufenthalte auf die Stadt Zürich entfällt.

* Die Übernachtungen in der Parahotellerie umfassen folgende Übernachtungsarten: Ferienwohnungen (Bewirtschaftet), Gruppenunterkünfte, Jugendherbergen, Camping, Airbnb, Bed & Breakfast, Agrotourismus, Zweitwohnungen, Übernachtungen bei Freunden und Bekannten.

** Gutachterliche Einschätzung auf Basis vergleichbarer Destinationen.

Quellen: BAK Economics AG (2021): Die Bedeutung des Tourismus für die Zürcher Volkswirtschaft, PROJECT M (2024).

Quelle: BAK Economics AG

Zürich, Switzerland.

Die Visitor Economy ist ein zukunftsweisendes Modell, das neben externen Gästen auch die **lokale Bevölkerung in den Fokus** nimmt. Durch die Einbeziehung der Einheimischen in Freizeit-, Kultur- & Erholungsangebote trägt der Tourismus erheblich zur Wertschöpfung und Verbesserung der Lebensqualität bei. Damit wird die Tourismusakzeptanz gestärkt.

Visitor Economy Bedeutung für Zürich Tourismus

- Ziel ist es einen ganzheitlichen Ansatz zu verfolgen und die **lokale Bevölkerung als wichtige Zielgruppe zu betrachten**, die es einzubinden und zu managen gilt.
- Die Rolle von Zürich Tourismus wird sich dabei über die Destinationsvermarktung hinaus in Richtung **Destinationsentwicklung und -management** entwickeln.
- Das Modell betont die Notwendigkeit, den Tourismus als **integralen Bestandteil der Stadtentwicklung** zu etablieren und fordert eine enge Zusammenarbeit mit der Politik und branchennahen Leistungsträgern, um als wichtiger Bestandteil der Stadt- und Regionalentwicklung betrachtet zu werden.

Zürich, Switzerland.

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.

Thomas Wüthrich

Direktor
Zürich Tourismus

[zuerich.com](https://www.zuerich.com), [#visitzurich](https://www.facebook.com/visitzurich)

5. November 2024
Interne RDK-Sitzung

Bis bald in
Zürich, Switzerland.



O. BEST PRACTICE BEISPIEL – TESSIN.

Ticino Ticket, Ticino Turismo
Angelo Trotta

Ticino Ticket: Ein Modell auf Schweizer Ebene

RDK, 5 November, Crans-Montana
Angelo Trotta, Direktor Ticino Turismo



Inhaltsverzeichnis

1. Was ist das Ticino Ticket
2. Entwicklung 2017 – 2024
3. Ergebnisse und Statistiken
4. Zukunft (bis Ende 2030)

Das Ticino Ticket im Überblick:

Wer erhält das Ticino Ticket ?

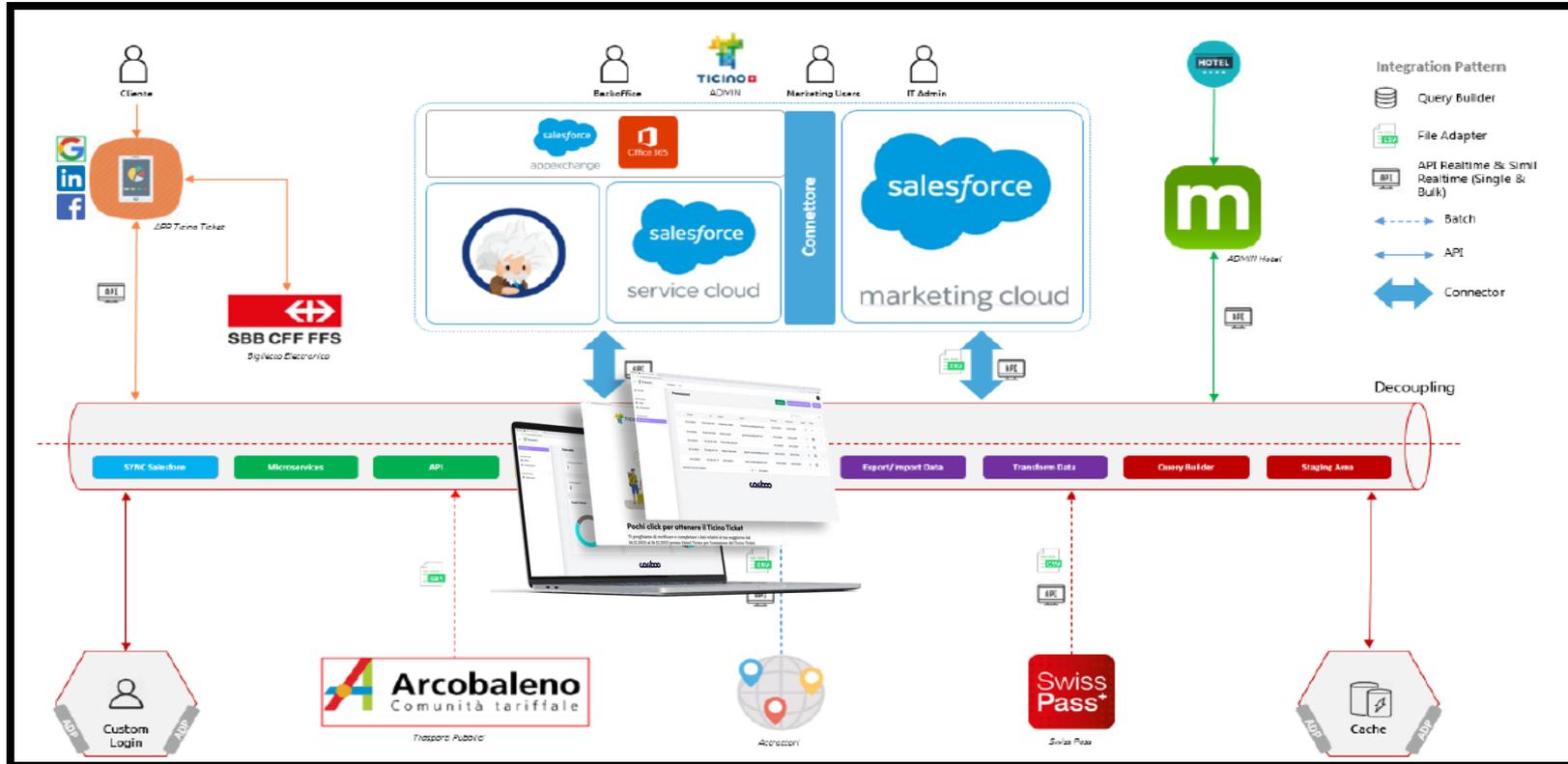
- Jede Person, die im Tessin in einem Hotel / Campingplatz / Hostel / structured apartments übernachtet
- Gültig vom Check-in bis zum Ende des Check-out-Tages
- ALLE Gäste in ALLEN Unterkünften

Was kann man mit dem Ticino Ticket machen?

- Kostenlose öffentliche Verkehrsmittel während des gesamten Aufenthalts
- 20% oder 30% Ermässigung für mehr als 130 touristische Attraktionen
- Im gesamten Kanton gültig (von Chiasso bis Airolo)



Architektur und Infrastruktur



Entwicklung 2017 – 2024: Von Papier zum Travel Companion

TICINO [ticino.ch/ticket](https://www.ticino.ch/ticket)

Crede al Ticino Ticket puoi utilizzare gratuitamente
 Carta Icoscard / Insoperta pubblica / Ticino.ch/public transport.
 Suisse romande / Partner / Suisse romande / Partner.
 Crede al Ticino Ticket puoi utilizzare gratuitamente
 Carta Icoscard / Insoperta pubblica / Ticino.ch/public transport.
 Suisse romande / Partner / Suisse romande / Partner.

Vale il Ticino Ticket anche
 sul bus interurbano? Sì, con
 l'acquisto della Carta Icoscard.
 Valid on interurban bus? Yes,
 with the purchase of the Icoscard.

Valid on interurban bus? Yes,
 with the purchase of the Icoscard.
 Valid on interurban bus? Yes,
 with the purchase of the Icoscard.

Obtene il Ticino Ticket
 sul tuo smartphone, scaricando
 l'applicazione Ticino Ticket.
 Get the Ticino Ticket
 on your smartphone,
 by downloading the app
 Ticino.ch/Travelapp. Scarica
 l'applicazione Ticino Ticket
 sul tuo smartphone, scaricando
 l'applicazione Ticino Ticket.

14-83-54-93

MIGROS **TICINO** **TI** **ASCOM** **LOCARNO** **ASCOL** **LOCARNO** **Mendrisiotto**

Ticino Ticket - Public Transport

Jonathan Betspiel
 0703 996
 Hotel Ticino
 Check-in: 08/08/2022
 Check-out: 08/08/2022
 5397 737 866

463 (SICR) (SICR) / In el/
 Tutte le zone.
 2022

ArcoBabel.ch

Ticino Ticket - Partner

Mostra il codice QR per ottenere gli sconti presso i partner turistici convenzionati.
 Zeigen Sie den QR-Code vor, um bei den teilnehmenden Tourismuspartnern Rabatte zu erhalten.
 Montrez le code QR pour obtenir des réductions chez les partenaires touristiques affiliés.
 Show the QR code to get discounts at affiliated tourism partners.



Hotel Ticino

Moreno Rossini

1985

07.07.2021 - 10.07.2021

#7907817

Ticino Ticket valido



Mappa Lista

Cerca

Rivera - 4 km
 Telecabina Monte
 Tamaro
 Aperte
 Chiudi alle 18:00 (todo)

Copalgno - 18 km
 Ferrovia Monte
 Generoso
 Aperto
 Chiudi alle 18:00 (todo)

Lugano - 12 km
 Museo in Erba
 Aperto
 Chiudi alle 18:00 (todo)

Scopri tutte le esperienze

Highlights

12
Transportunter-
nehmungen

2 KANTONS
ABTEILUNG
N
F&W
Landschaft

5 Touristische
Organisationen

2 PARTNER

- BancaStato
- Migros Ticino

BEWERTUNG
WEB APP

6.5/7

BEWERTUNG
DESTINATION

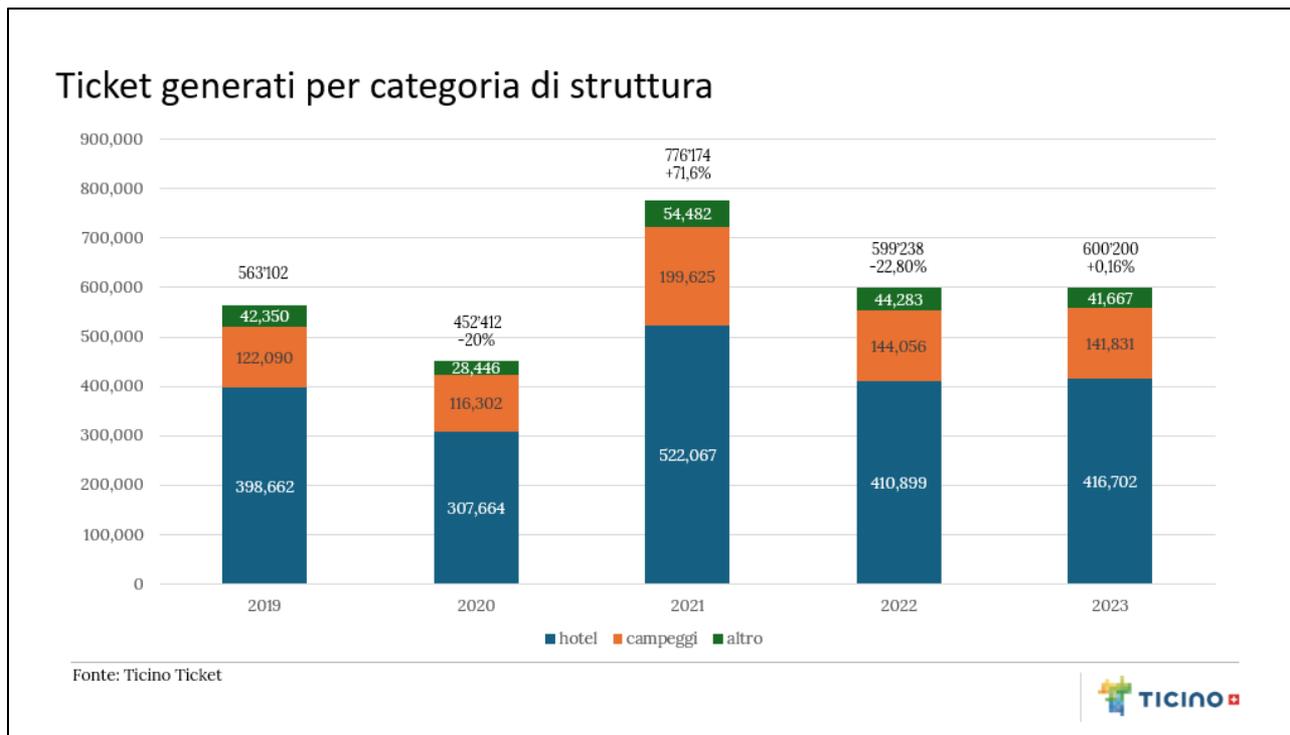
9.6/10

ÜBER 500
Unterkünfte

ÜBER 130
Attraktionen

ÜBER 600'000
Tickets

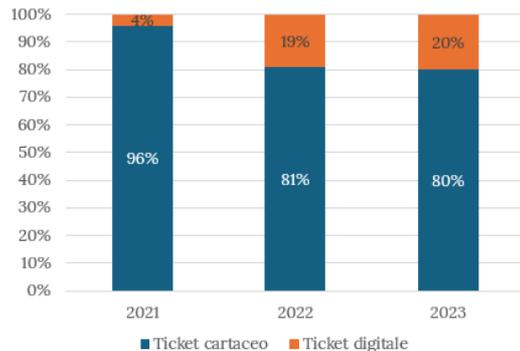
Statistiken 2023: Gastgeber-Typologie



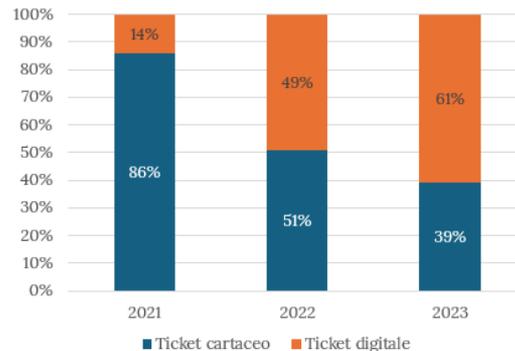
Statistiken 2023: Papier vs. Digital

Confronto tipo di Ticket

Hotel



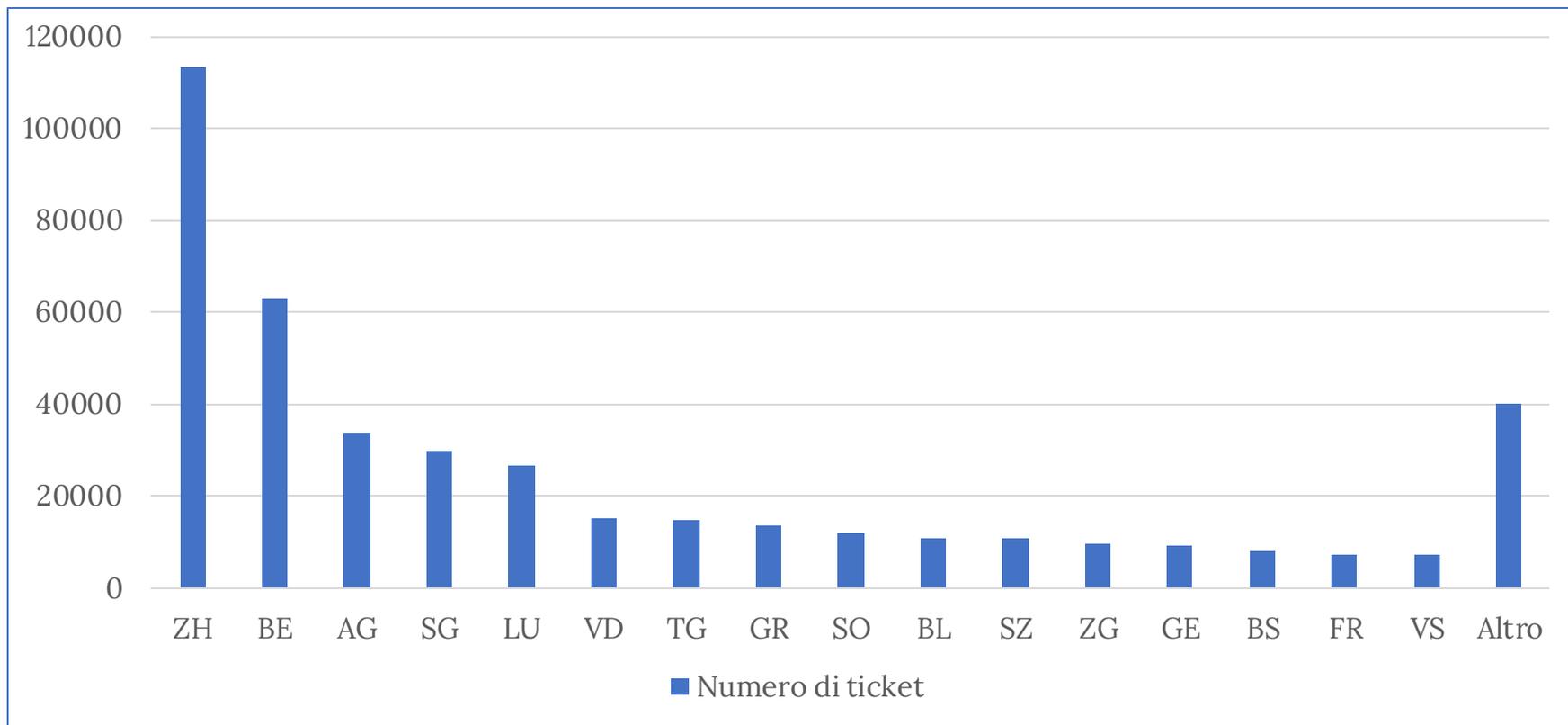
Campeggi



Fonte: Ticino Ticket



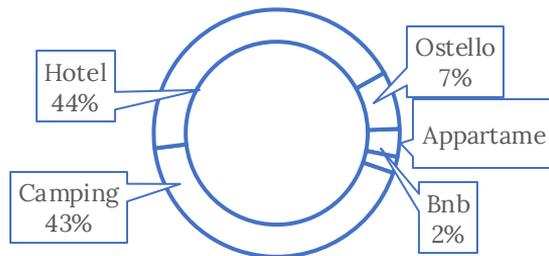
Statistiken 2023: Herkunft der Gäste CH (426'453 Tickets)



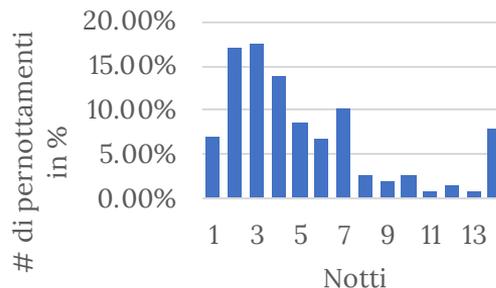
Fonte: Ticino Ticket

Statistiken 2023

Anzahl besuchter Attraktionen

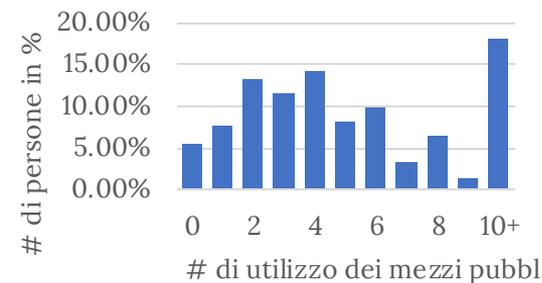


Logiernächte

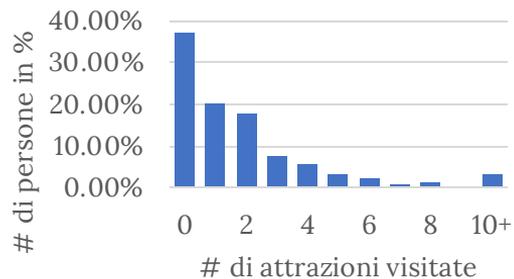


Umfrage Ticino Ticket 2023

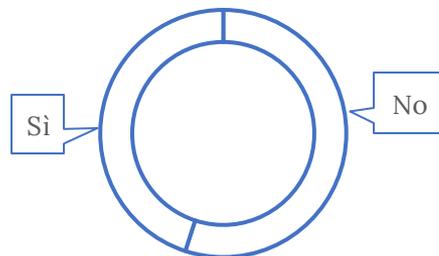
Nutzung des ÖVs



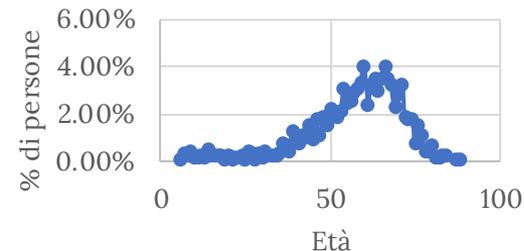
Anzahl besuchter Attraktionen



Nutzung ÖV ohne Ticino Ticket?



Alter



Zukunft





**Danke für die
Aufmerksamkeit!**

P. DIVERSE (I/III).

Weiterführung RDK-Newsletter

- Feedback
 - Versand / Nützlichkeit / Wünsche/Bedürfnisse
- Statistiken Wallis
 - März (DE & FR): 204 Empfänger, 48% Opening Rate, 47 Klicks
 - Juli (DE & FR): 205 Empfänger, 40% Opening Rate, 45 Klicks
 - September (DE & FR): 202 Empfänger, 40% Opening Rate, 35 Klicks
- Zukunft
 - Nächster Versand Mitte/Ende November 2024 – Abschluss Testphase
 - Vorschlag: Versand 1x pro Jahr, nach Strategiemeeting (*Empfehlung*)
 - Vorschlag: Versand 2x pro Jahr, nach GV und Strategiemeeting

P. DIVERSE (II/III).

Zufriedenheit RDK-Sitzung (intern/extern) / Feedback

- Ist der Informationsgehalt ausreichend?
- Ist die Kommunikation, Vorbereitung, Organisation zufriedenstellend?
- Wünsche/Anregungen für die Zukunft



P. DIVERSE & NÄCHSTE SCHRITTE (III/III).



Jahresabschluss 2024 und Budget 2025

- GV neu bereits im Februar
- Rechnungen für Projekte bitte bei Projektpartnern anfordern und an MiN schicken lassen
- Budgetposten für 2025 bei Projektpartnern anfragen und an MP und MiN schicken

→ **Deadline: 31.12.2024**

Auswertung Strukturen & Finanzierung Regionen

- Vorschlag: Umfrage und Auswertung alle 2 Jahre, da keine grossen Unterschiede von Jahr zu Jahr. Nächste Umfrage Herbst 2025.

RDK-Sitzungen 2025

- 11. – 12./13. Februar 2025, Flims/Lenzerheide
- 17. Juni 2025, Zürich
- 27. – 29. August 2025, London (Update zur Studienreise folgt spätestens im Februar 25)
- 04. November 2025, Bern

→ Interesse RDK-Treffen (ohne Sitzung) während des ESC in Basel?

RDK

**KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ
CONFÉRENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME RÉGIONAUX DE SUISSE
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIONALS SVIZZERS DAL TURISSEM**

HERZLICHEN DANK

