

swi+zerland

Tourismussensibilisierung

RDK

KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIKRETOREN 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)



swi⁺zerland



Vision

Der Schweizer Tourismus steht im Einklang mit der Bevölkerung

Wie gelingt die langfristige Sicherung
einer harmonischen Co-Existenz
zwischen der Bevölkerung und dem
Tourismus?

Indem wir alle wichtigen Stakeholder einbeziehen



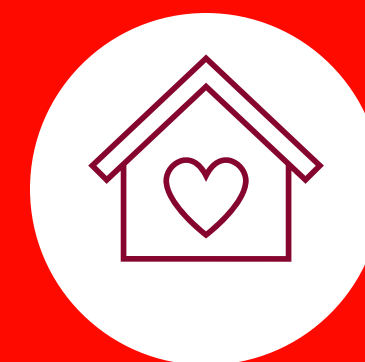
Gäste

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 und heisst Gäste willkommen



Medien

Die Medienlandschaft wird proaktiv über Massnahmen informiert und liefert eine faire Berichterstattung, die der Bevölkerung zeigt, dass wir aktiv sind

Tourismus- sensibilisierung - was bisher geschah

Beobachten:
Häufung der Thematik in
den Medien & Branche



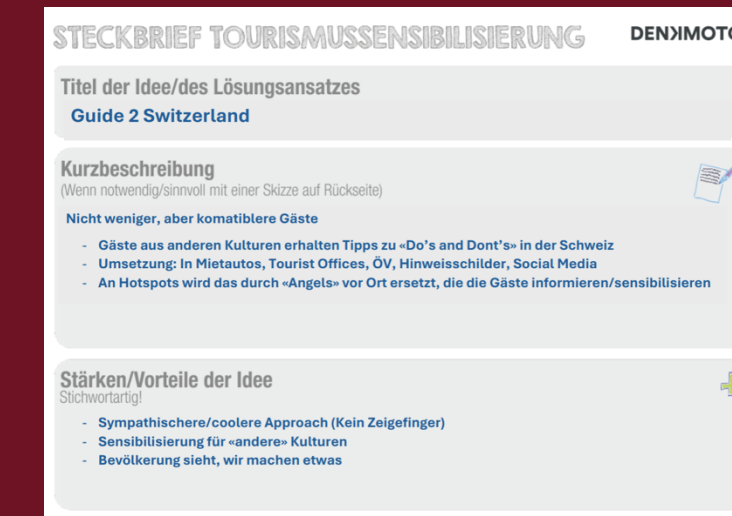
Untersuchen:
Studie
Bevölkerungsumfrage &
Analyse TMS



Kommunizieren:
Medienkonferenz



Reflektieren:
Workshop RDK x ST x
Branche



Heute



Handeln:
Massnahmendefinition auf
nationaler Ebene

RDK x ST Massnahme
Branchen-Toolbox

RDK x ST Massnahme
Gästesensibilisierung

Und jetzt?

2 konkrete Massnahmen zur Erreichung der Vision

Branchen-Toolbox B2B

Wir entwickeln eine Plattform, auf welcher touristische Betriebe Informationen & praktische Hilfsmittel zum Thema der Tourismusakzeptanz finden

Lead: RDK

Finanzierung: Innotour-Antrag

Gästesensibilisierung B2C

Wir formulieren Botschaften, welche Gäste auf ihren Schweiz-Besuch sensibilisieren. Diese Sensibilisierungsbotschaften werden durch ST und der gesamten Branche an Gast & Einheimische getragen, um ein gemeinsames Movement zu erreichen.

Lead: ST

Finanzierung: ST



Massnahme B2C:
Gästesensibilisierung



Projektübersicht – Gästesensibilisierung

Reason why

Wenn Kulturen aufeinandertreffen, können Missverständnisse entstehen. Mit der Massnahme möchten wir Brücken schlagen und eine frühzeitige Sensibilisierung anstreben.

Idee

Mit einer übergeordneten Botschaft an Gäste sowie Einheimische möchten wir möglichst gut auf einen Aufenthalt in der Schweiz vorbereiten. Diese Botschaft soll: Gäste willkommen heissen, sie ohne Zeigefinger einladen uns beim Erhalt unserer Kultur & Natur zu unterstützen und einen harmonischen Umgang fördern.

Ziele

- Gezielte Sensibilisierung der Gäste & Bevölkerung
- Gemeinsames Movement der tour. Branche für eine gegenseitige Akzeptanz & Harmonie (Gäste x Einheimische)
- Medien, Einheimischen und tour. Branche beweisen, dass wir das Thema Ernst nehmen
- Kreativer und sympathischer Ansatz

Zielgruppe

Gäste, welche die Schweiz besuchen: vor & während dem Aufenthalt

Von der Botschaft soll sich aber auch die CH-Bevölkerung angesprochen fühlen.

Prio 1: Fernmärkte

Prio 2: Nahmärkte

Mögliche Inhalte auf Basis Studie Tourismusakzeptanz

Übergeordnete
Botschaft

Together we care for Switzerland (Arbeitstitel)

Unterbotschaften

 Protect nature

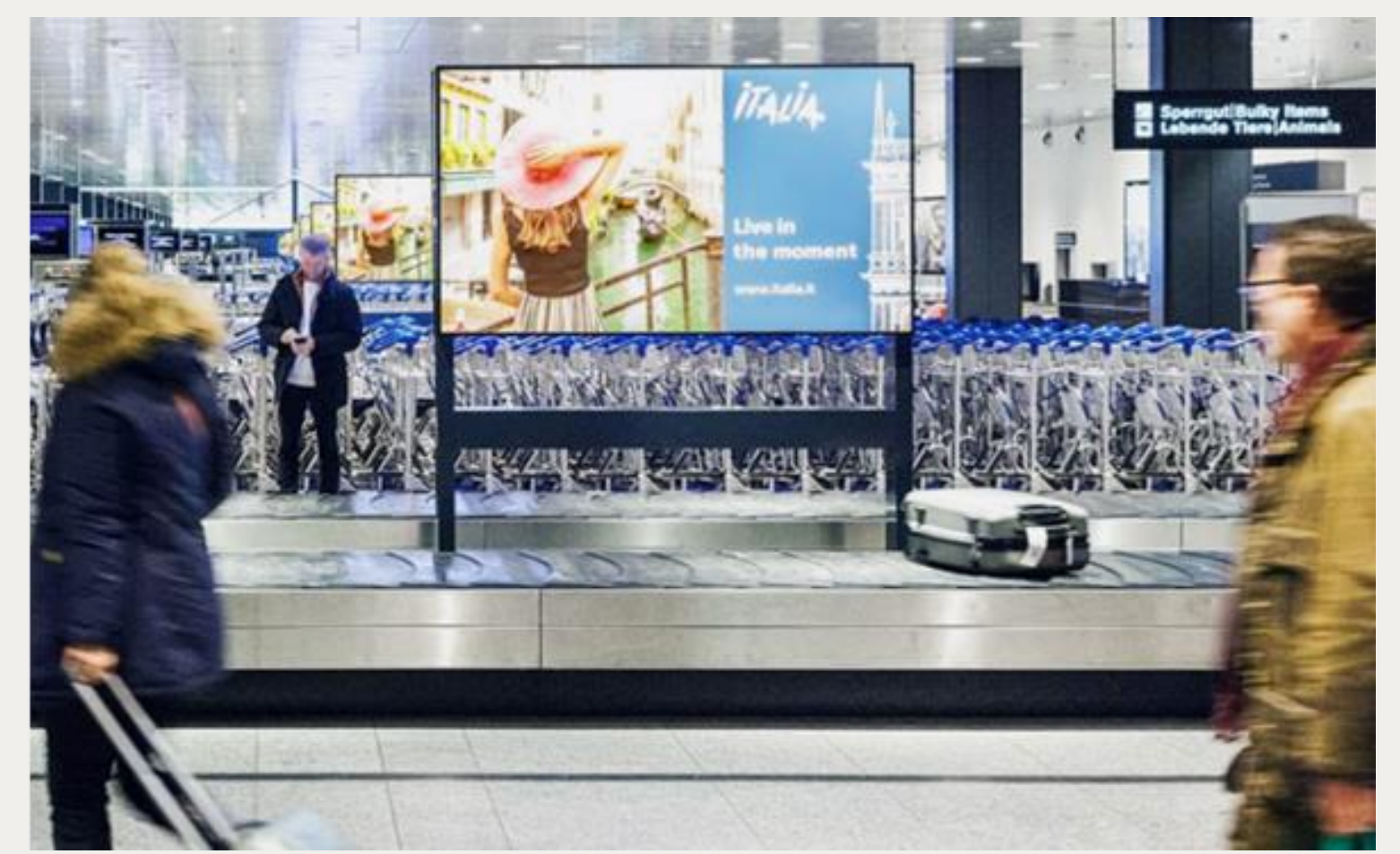
 Mutual respect

 Travel mindfully

Die Botschaften sollen an relevanten
Touchpoints zwischen Branche & Gästen
platziert werden

Der Fokus liegt auf qualitativen
Interaktionsstellen für ein gemeinsames
Movement & eine gelungene langfristige
Sensibilisierung

Beispiel-Touchpoints



Inspiration: Tiaki Promise

TIAKI MEANS TO CARE FOR PEOPLE AND PLACE. THE TIAKI PROMISE IS A COMMITMENT TO CARE FOR NEW ZEALAND, FOR NOW AND FOR FUTURE GENERATIONS.

HOW TO CARE FOR NZ:

- BE PREPARED
- DRIVE CAREFULLY
- KEEP NZ CLEAN
- PROTECT NATURE
- SHOW RESPECT

TIAKINEWZEALAND.COM | #TIAKIPROMISE

HOW TO CARE FOR NEW ZEALAND

- PROTECT NATURE
- BE PREPARED
- SHOW RESPECT
- KEEP NZ CLEAN
- DRIVE CAREFULLY

MAKE A PROMISE TO PROTECT AND PRESERVE NEW ZEALAND.

TIAKINEWZEALAND.COM | #TIAKIPROMISE

VIVIANE SUPPORTS

tiaki
CARE FOR NEW ZEALAND

TIAKI MEANS TO CARE FOR PEOPLE AND PLACE. THE TIAKI PROMISE IS A COMMITMENT TO CARE FOR NEW ZEALAND, FOR NOW AND FOR FUTURE GENERATIONS.

- BE PREPARED
- DRIVE CAREFULLY
- KEEP NZ CLEAN
- PROTECT NATURE

TIAKI MEANS TO CARE FOR PEOPLE AND PLACE. THE TIAKI PROMISE IS A COMMITMENT TO CARE FOR NEW ZEALAND, FOR NOW AND FOR FUTURE GENERATIONS.

NEW ZEALAND IS PRECIOUS, AND EVERYONE WHO LIVES AND TRAVELS HERE HAS A RESPONSIBILITY TO LOOK AFTER IT.

BY FOLLOWING THE TIAKI PROMISE, YOU ARE MAKING A COMMITMENT TO NEW ZEALAND, TO ACT AS A GUARDIAN, PROTECTING AND PRESERVING OUR HOME.

NAU MAI, HAERE MAI KI AOTEAROA, WELCOME TO NEW ZEALAND.

TIAKINEWZEALAND.COM | #TIAKIPROMISE

TIAKI PROMISE

— WHILE TRAVELLING IN NEW ZEALAND I WILL —

- CARE FOR LAND, SEA AND NATURE, TREADING LIGHTLY AND LEAVING NO TRACE
- TRAVEL SAFELY, SHOWING CARE AND CONSIDERATION FOR ALL
- RESPECT CULTURE, TRAVELLING WITH AN OPEN HEART AND MIND

HOW TO CARE FOR NEW ZEALAND

- PROTECT NATURE
- KEEP NZ CLEAN
- DRIVE CAREFULLY
- BE PREPARED
- SHOW RESPECT

Massnahme B2B: Branchen-Toolbox



Projektübersicht – Branchen-Toolbox

Reason why

Wenn Gäste und Einheimische aufeinandertreffen, können Erwartungen auseinandergehen. Mit einer national koordinierten Toolbox möchten wir Regionen und Destinationen eine Hilfestellung zur Sensibilisierung und zum gäste- und einheimischenfreundlichen Umgang mit der Thematik bieten.

Idee

Wir entwickeln eine Plattform, die touristische Betriebe mit Wissen und praktischen Hilfsmitteln zur Tourismussensibilisierung unterstützt – von Studienergebnissen über Handlungsempfehlungen bis hin zu Vorlagen für die direkte Umsetzung auf lokaler Ebene.

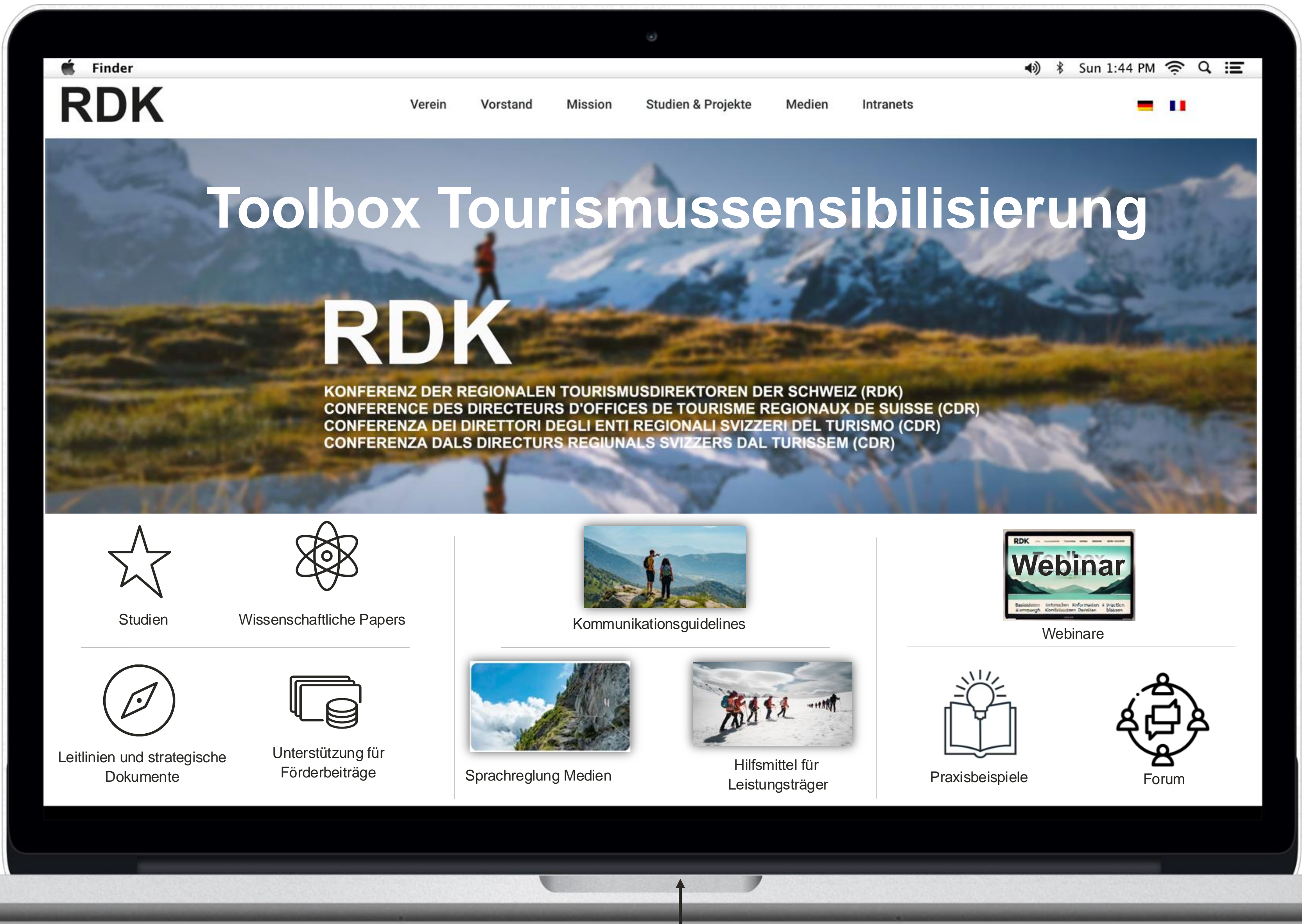
Ziele


Auf nationaler Ebene eine einheitliche Stimme für die Tourismussensibilisierung schaffen, die Branche unterstützen, Wissen vermitteln und praxisnahe Kommunikationshilfen sowie Unterstützung bieten.

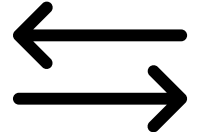
Zielgruppe

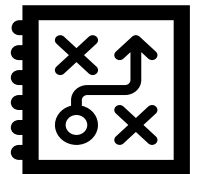
Regionen, Destinationen, Leistungsträger, Branchenverbände, Schweizer Tourismusbranche

Mood board



 **Information**
Hintergrund-
informationen und
Hilfsmittel

 **Wissenstransfer**
Webinare, Praxisbeispiele
und Community-Austausch

 **Praxisorientierte Handlungsempfehlungen**
z.B. Kommunikationsempfehlungen, Leitfaden &
Vorlagen gegenüber Bevölkerung, Medien, LT & Gästen

Wir stellen der Branche praxisorientierte Tools in Form von Kommunikationsmitteln, Handlungsempfehlungen und wissenschaftlichen Inhalten zur Verfügung.

Der Fokus liegt auf nutzerfreundlichen Lösungen, die die Harmonie zwischen Tourismus und lokaler Bevölkerung stärken.

Thank you

swi+zerland