

Schweiz Tourismus.



# Swiss Summer Report 2020.

Inspirationen für Marketing und Produktgestaltung



# Experten- und Begleitgruppen.

## Projektleitung, Gesamtedaktion

Martin Nydegger, Monika Knöpfel  
Schweiz Tourismus

## Dachorganisationen/Verbände

- GastroSuisse
- hotelleriesuisse
- Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren der Schweiz RDK
- Schweizer Tourismus-Verband STV
- Verband öffentlicher Verkehr VöV
- Verband Schweizer Seilbahnen SBS
- Verband Schweizer Tourismusmanager VSTM

## Tourismus-Oldies

- Emanuel Berger
- Bruno Franzen
- Prof. Dr. Peter Keller
- Dr. Peter Kühler
- Maria Küng
- Prof. Dr. Hansruedi Müller
- Dr. Mathias Tromp
- Dr. Peter Vollmer

## Nationale Tourismusorganisationen

- Deutsche Zentrale für Tourismus, Frankfurt
- Petra Hedorfer, Direktorin
  - Norbert Tödter, Strategische Unternehmensplanung  
Österreich Werbung, Wien
  - Dr. Petra Stolba, Direktorin
  - Heidi Tscharf, Strategie und Unternehmensentwicklung

## Branchen- und Gästevertreter

- Wei Ardielli  
Übersetzerin, China
- Frank Balmes  
Marketing Manager, Deutschland
- Peter Brönnimann  
Leiter Kreation,  
Spillmann/Felser/Leo Burnett AG
- Meesha Chang  
Product Manager, USA
- Rainer Flaig  
CEO, Saas-Fee Bergbahnen AG
- Erwin Flury  
CEO, FAF AG, Event & Kommunikation
- Fredi Gmür  
CEO, Schweizer Jugendherbergen
- Ena Hirschi  
Geographiestudentin
- Antonio Iacovazzo  
Camera di Commercio Italiana  
per la Svizzera, Italien
- Pascal Jenny  
Direktor, Arosa Tourismus
- Marc Leuzinger  
Social Media Director, SHORTCUTS
- Caspar Lohner  
Architekturstudent
- André Lüthi  
CEO und Geschäftsleiter,  
Globetrotter Group
- Ankit Makwana  
Gründerin am Films, Indien
- Anita Raaflaub  
Leiterin Kommunikations- und  
Marketingberatung, Schweizer Radio  
und Fernsehen
- Cristina Regazzi  
Consultant, Projektmanagement in  
Generationenthemen

- Katri Rieger  
Stv. Fachmarktleiterin, Finnland
- Madeleine Savioz  
Leiterin Partnermarketing,  
Wallis Tourismus
- Eunbin Song  
Projektassistentin, Expo 2012  
Yeosu, Korea
- Otto Jolias Steiner  
Inhaber, Agentur Steiner Sarnen
- Benedikt Weibel  
Berater, Buchautor, Professor für  
Praktisches Management,  
Universität Bern
- Guy Wolfensberger  
Mitgründer und Managing Director,  
Grove Boats SA, Solarschiffe-Hersteller

## Quellen

- Re-Inventing Swiss Summer,  
GDI Gottlieb Duttweiler Institute, 2010
- Tourismus Benchmarking –  
Die Schweizer Tourismuswirtschaft  
im internationalen Vergleich  
«15 Erfolgsfaktoren im alpinen  
Tourismus»  
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO,  
BAK Basel Economics AG, 2010
- Tourismus Monitor Schweiz TMS,  
Schweiz Tourismus, 2011
- Inspiration Concept Re-Invent Summer,  
Schweiz Tourismus, 2012

## Bestellung ST-Publikationen

- [www.stnet.ch/summer2020](http://www.stnet.ch/summer2020)

## Einsatz für die Nachhaltigkeit

Die Schweiz ist bekannt als Land mit intakter Natur, das sich für einen umweltschonenden Umgang mit den natürlichen Ressourcen, die sinnvolle Landschaftspflege und für ein umweltfreundliches öffentliches Verkehrssystem einsetzt. Ein sorgfältiger und nachhaltiger Umgang mit der Umwelt gewährleistet einen Qualitätstourismus, von dem unsere Gäste profitieren.

gedruckt in der  
**schweiz**



**Mix**  
Produktgruppe aus vorbildlicher  
Waldwirtschaft und anderen kontrollierten  
Herkünften  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org) Cert no. SQS-COC-100326  
© 1996 Forest Stewardship Council



# Inhalt.



## Schweiz Tourismus

Postfach  
CH-8027 Zürich

## Impressum

© 2012 Schweiz Tourismus

Herausgeber:  
Schweiz Tourismus, Zürich

Gestaltung/Realisierung:  
Die Drucksache, Hildegard Kessler, Zürich

Textredaktion:  
dietexterin, Sara Meier, Zürich

Illustrationen:  
designfever, Beat Müller, Schaffhausen

Fotos:  
Titel, Parc Adula, Graubünden, Roland Gerth,  
Interlaken Tourismus (S.9), Matterhorn Focus  
Hotel (S.23), Wallis Tourismus (S.29), Flug-  
hafen Zürich (S.33), Fotosearch (S.6,14,30),  
Corbis (S.18,22), iStock (S.12)  
Alle Übrigen Schweiz Tourismus

Druck:  
Offsetdruck Goetz AG, Geroldswil, Schweiz

Auflage: 4000 Ex. d / 1000 Ex. f

Bezugsquelle:  
[www.stnet.ch/summer2020](http://www.stnet.ch/summer2020)

- 4 Einleitung.**
- 6 I Have a Dream.**  
The Tucker Family, San Francisco
- 10 Im kleinen Land der grossen Wunder.**  
Familie Wyss, Basel
- 14 Vier Lächeln für ein Alphornlied.**  
Lin Yan und ihre drei Freundinnen, Guangzhou
- 18 Alles funktioniert.**  
Lena und Jonas Schulze, Stuttgart
- 22 Stil mit Style.**  
James O'Connor und Ethan Wood, London
- 26 Komfort für die Silberjahre.**  
Francine Bovet mit Médor, Lausanne
- 30 Honeymoon ins Alpenglück.**  
Anusha und Uday Rao, Bangalore
- 34 Schlagzeilen.**  
Darüber sollen die Medien im 2020 berichten

Der Swiss Summer Report wurde unterstützt von



# Einleitung.



Outdoor Switzerland

«Re-Invent Summer» steht seit der Lancierung durch Schweiz Tourismus im 2010 für die Vision einer attraktiveren und erfolgreicherer Sommersaison. Die notwendige Re-Dynamisierung soll lustvoll angegangen werden. Allzu oft hindert uns das hektische Alltagsgeschäft, Gedanken zu Strategie, Positionierung und der Zukunft zu entwickeln und tatkräftig umzusetzen. Dieser Summer Report wirft einen Blick voraus zu den Gästen von morgen, ihren Bedürfnissen und ihrem Reiseverhalten. Er betrifft Städte, Seengebiete und mit besonderem Augenmerk die Berggebiete. Begleiten Sie uns schon heute auf die Reise zum Gast von morgen.

## **Die Stagnation durchbrechen**

Der weltweite Tourismus wächst jährlich um 4%. Der alpine Sommertourismus hingegen verzeichnet Rückgänge. Der Schweizer Sommer partizipiert nicht am globalen Wachstum, und dies soll geändert werden. Die Welt wandelt sich schneller denn je. Heute schon müssen wir den Gast von übermorgen verstehen, um morgen bereit zu sein. Die Trends sind zahlreich, oft widersprüchlich und fast immer komplex. Dabei muss jeder Schweizer Anbieter seine individuelle Chance erkennen und packen. Für alle gilt: Die Kunden von morgen sind weiblicher, asiatischer und informierter. In Westeuropa gilt es, ältere, erfahrenere und damit anspruchsvollere Gäste zu begeistern.



«2020 ist der Schweizer Sommer Wunsch-destination für Aktivferien und ein unvergessliches Outdoor-Erlebnis.»

Sie dazu motivieren, Ihr Angebot auf Zukunftsfähigkeit zu überprüfen. Der Report ist weder ein abschliessendes Handbuch noch ein Allerweltsmittel mit Anspruch auf die alleinige Richtigkeit. Er ist ein Versuch von Experten und Querdenkern (siehe Seite 2), die zahlreichen Zukunftsszenarien auf ein paar wenige tourismusrelevante zu reduzieren. Die Ungewissheit bleibt, doch sie wird verständlicher.

In diesem Swiss Summer Report lassen wir sieben fiktive Gästegruppen im Jahr 2020 durch die Schweiz reisen und unvergessliche Sommerferien erleben. Begleiten Sie uns auf die Reise.

Jürg Schmid  
Direktor Schweiz Tourismus

### **Hoffnung ist kein Strategieersatz**

Hoffnung ist bekanntlich keine Strategie. Daher bleibt es weiterhin nutzlos, zu warten, bis der Klimawandel den Sommer wärmer und damit attraktiver gestaltet. Den einen magischen Hebel oder den berühmten Königsweg gibt es nicht. Den Sommer zu attraktivieren, heisst für alle etwas anderes. Einige müssen das Bestehende besser vernetzen und kommunizieren. Andere wiederum sollten grundsätzliche Arbeit an der Produktgestaltung und Angebotsentwicklung anpacken.

### **Machen Sie das Richtige**

Vielleicht ist das Bisherige immer besser machen nicht das Richtige. Nehmen Sie sich die nötige Zeit und Distanz für den

konstruktiv-kritischen Schulterblick. Die methodische Auseinandersetzung mit den Gästebedürfnissen von morgen bringt Sie den entscheidenden ersten Schritt näher zur langfristigen Prosperität. Dabei wollen wir Ihnen mit Anregungen und Erkenntnissen zur Seite stehen.

### **Warum der Swiss Summer Report Ihre Aufmerksamkeit erhalten muss**

Ihr Sommergeschäft läuft prächtig, Warteschlangen sind alltäglich, und Konkurrenz kennen Sie nur vom Hörensagen? Dann gratulieren wir Ihnen aufrichtig, und Sie können den Report getrost zuschlagen.

Unser Swiss Summer Report will einen spielerischen Ausblick in die Zukunft geben. Er will anregen, inspirieren und



## Unbegrenzte Möglichkeiten

### The Tucker Family

- Emily, 31
- Andrew, 29
- Sohn Kevin, 5
- Granny Grace, 65

- Wohnort San Francisco (greenest city of the US)
- LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability)
- LOVOS (Lifestyle of Voluntary Simplicity)
- Erstbesucher
- Reise mit Flug/Bahn

# I Have a Dream.

Jetzt gehts ab ins Paradies im Kleinformat! Die Reality-TV-Show aus der Schweiz hat die Reiselust der Tucker Family mit jeder Folge angeheizt. Amerika ist vielleicht das Land der unbegrenzten Möglichkeiten. Die Schweiz ist ganz sicher das Land der unbegrenzten Erlebnisse – und der erfüllten Träume.



Daddy Andrew sucht online nach einem passenden Quartier. Das Label «Green Standard» hilft ihm bei der Auswahl: typisch schweizerisches Ambiente und trotzdem modern. Er entscheidet sich für ein familiäres Vier-Punkte-Haus in Interwald. Den praktischen E-Swiss Pass für freies Unterwegssein lädt er auch gleich herunter.

## Weniger ist mehr

Am Flughafen Zürich steigen die Tuckers in den Zug: ohne Umsteigen bis Interwald. Die Landschaft ist hinreissend, Kevin sieht zum ersten Mal echte Kühe und lernt, woher die Milch kommt. Die Tuckers reisen nur mit dem Nötigsten, alles andere besorgen sie sich vor Ort. Zum Beispiel bequeme Outdoor-Jacken oder ein Daypack. Das hat gleich doppelte Vorteile: Sie lernen Swiss Fashion Brands kennen und kommen zu den neusten Modellen.

## Alles zum Runter- und Hochfahren

Die Rezeptionistin heisst sie willkommen und meint, dass der Wetterbericht für die Schweiz besser sei als für San Fran-

## Dienstleistungskette

### Marketing/Reisemotiv

- Reality-TV-Show als Reisemotiv

### Information/Service/Buchung

- Entscheidendes Selektionskriterium: Öko-Label

### Anreise

- E-Swiss Pass zum Download
- Reisen mit Minimalgepäck: Outdoor-Kleider-Miete vor Ort

cisco. Kevin drückt sie ein Biokaramell in Kuhform in die Hand, den Erwachsenen legt sie einen Spezialplan der Gegend vor und erklärt in Englisch: «In unserer Destination gibt es Erlebnis- und Ruhe-zonen.» In den roten Bereichen mit Spielplätzen, Badeteich und Trottinettweg darf sich Kevin austoben, in den blauen genießt Granny die Natur mit Lese-liegen und lauschigen Spazierpfaden am Bach.



### Low Tech, High Pleasure

Überhaupt sprechen hier alle Englisch. Und sämtliche Informationen wie Menü, Ausflugstipps oder Lokalgeschichtliches sind ebenfalls auf Englisch verfügbar. Die Tuckers schätzen den reduzierten Elektronikstandard des Hotels – Entzugserscheinungen nach Mobile oder eTablet entstehen keine. Dank Gratis-WLAN im ganzen Ferienort bleiben sie bei Bedarf up to date.

### Ganz einfach, einfach schön

Die Tuckers mögens unkompliziert. Da kommt es ihnen gerade recht, dass man gerne auch erst um drei Uhr nachmittags Mittag essen kann. Und natürlich wird zu jeder Mahlzeit automatisch kostenlos Wasser serviert. Auch die Kaffeebestellung mit dem Essen ist absolut kein Problem.

### Fun Unlimited

Outdoor-Erlebnis ist angesagt. Zum Ausflug in die nahen Berge begleitet sie Erlebnis-Ranger Kilian. Papa Tucker hat ihn am Vorabend im Tourist Office für eine Kleingruppe engagiert, zusammen mit zwei anderen Familien mit Kleinkindern aus dem Hotel. Kilian erzählt



Interessantes und Witziges über die hiesigen Bräuche und gibt Tipps für die Highlights der Gegend. Prima – denn die Tuckers wollen kein «Must» verpassen.

### Stöck – Wys – Stich

Auf Kilians Empfehlung bucht Andrew für den Folgeabend einen Znacht bei einer einheimischen Familie, im Hotelpreis inklusive. In der urchigen Stube wirds so richtig gemütlich. Bei Fondue und

Kirschwasser werden die Erwachsenen sogar ins Jassen eingeführt – zum Glück ist Andrew ein guter Verlierer.

### Szenenwechsel

Welcome to the Big City! Bei Granny und Kevin ist Spiel und Spass auf und im Wasser angesagt. Der neuste «Swiss Cruiser» mit einem Kidspool mit durchsichtigem Boden begeistert beide: Kevin kann gefahrlos schnorcheln, und Grace

## Dienstleistungskette

### Ankunft/Empfang

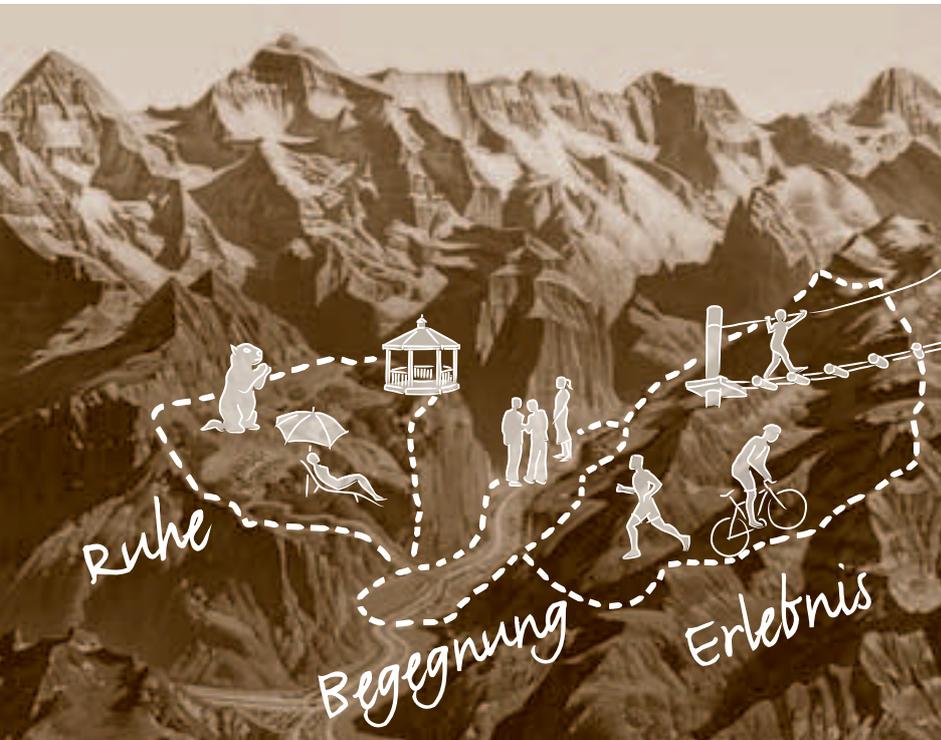
- Bewusste Wahl von Low-Tech-Hotel
- Spezialkarte mit Ruhe- und Erlebnis-zonen

### Unterkunft

- Wichtigste Informationen in Englisch
- Freier Internetzugang in Destination

### Gastronomie

- Flexible Restaurantzeiten: Lunch um 15 Uhr
- Gratis-Wasser automatisch dabei



- **Swissness zelebrieren**  
Brauchtum und Authentizität als Gegentrend zur Globalisierung
- **Einheimische erzählen lassen**  
Geschichten statt Brandstorys
- **Gratis-WLAN**  
Internetzugang im Basispaket erwartet
- **Rangers im Einsatz?**  
Zugang zur Natur und Tierwelt schaffen
- **Rent-a-Prada**  
Kultige Outdoor-Ausrüstung vermieten
- **Leute ziehen Leute an**  
Begegnungs- und Erlebniszonen schaffen
- **Gastfreundlichkeit ist entscheidend**  
Freundlich bleiben und herzlich werden
- **Küche länger online**  
Gäste essen früher, später und anders

ist fasziniert von der so anderen Unterwasserwelt als in Kalifornien. Währenddessen geniessen Emily und Andrew eine zweisame Tagestour in die nahen Voralpen, besuchen eine Schaukäserei und bestaunen das lokale Handwerk. Das grosse Ferienfinale knallt mit Kultur und Shopping: Emily kann sich an den vielen Galerien und Trendboutiquen mit Schweizer Brands kaum sattsehen. Und sattkaufen schon gar nicht ...

### Abschied mit Happy End

Am letzten Tag fährt Granny mit Kevin eine Runde im Mal-Tram, wo sich Kinder mit Stiften auf den Wänden austoben dürfen. Kevins Lieblingsmotiv: die Kuh. Andrew und Emily beschliessen die letzte Nacht im «Ethno-Keller»: Freejazz mit Jodel, Alphorn und Hackbrett mit rhythmischem Beatboxing. Auf dem Rückflug geniessen die Tuckers Geschnetzeltes mit Rösti – ein feiner Abschiedsgruss.

### And the Winner Is ...

Andrew hat sich auf diversen Social-Media-Plattformen aller City-Attraktionen, an denen sie in der Schweiz teilgenommen haben, eingechekkt. Und: Er ist Punktökönig – eine wohlthuende Revanche für seinen Jass-Misserfolg. Der stolze Gewinner des «City Mayor of Switzerland» hofft, seinen Titel noch lange behalten zu können.

### Attraktion/Erlebnis

- Erlebnis-Ranger erklärt Bräuche und Traditionen
- Tipps für Highlights und «Must do's» automatisch in Führung integriert
- «Meet the locals»: Znacht bei Einheimischen

### Abreise/Verabschiedung

- Schweizer Spezialitäten auf SWISS-Flug

### Zuhause

- «City Mayor» via Social-Media-Check-in bei Attraktionen



## Natürlich Schweiz

### Familie Wyss

- Rita, 41
- Jan, 43
- Tochter Anna, 7
- Sohn David, 9
- Wohnort Basel
- Schweiz-Fans
- Aktive Wander- und Erlebnisferien mit genügend Unterhaltungscharakter für Kinder
- Reise mit Auto

# Im kleinen Land der grossen Wunder.

Rita und Jan Wyss stecken beide mitten im Berufsleben und suchen ihren Ausgleich bei Outdoor-Erlebnissen – am liebsten in der Schweiz. Auch ihre Kinder Anna und David sollen zuerst das eigene Land entdecken, bevor andere Destinationen auf den Plan kommen. Und dass die Schweiz alles bietet, was sich das Abenteuerherz wünscht, steht für sie ausser Frage.



Der neunjährige David hat bei einem Kollegen das iPhone-Game «Swiss Summer Cracks» entdeckt. Mit seiner Begeisterung steckte er die ganze Familie an. Besonders cool finden die Kids die «Siegesprämien». So hat sich Anna mit einer sehr hohen Punktezahl neulich eine fiktive Kuh erspielt. Der Gewinn berechtigt sie dazu, den Käse, der mit der Milch «ihrer» Kuh hergestellt wurde, persönlich abzuholen. Und dies wiederum hat Papa Wyss auf die Idee gebracht, die kommenden Herbstferien im abenteuerlichen Entle tal zu verbringen.

## **Regen macht Laune!**

Die Wetter-App zeigt an, dass sich Familie Wyss auf spannende Outdoor-Ferien voller Überraschungen freuen kann – Nasswetter inklusive. Mutter Rita hat ein «All-Weather-Hotel» mit Erlebnisgarantie für Regentage gebucht, was

## **Dienstleistungskette**

### **Marketing/Reisemotiv**

- iPad und iPhone-Games beeinflussen Ferienentscheid

### **Information/Service/Buchung**

- Expertentipps des Customer Service Center inspirieren
- Alle Tipps auf iPad griffbereit

### **Anreise**

- Szenenreiche Autorouten machen Anreise zum Erlebnis



Anna und David super finden. Sie warten ungeduldig auf das erste Nass, um so coole Aktivitäten wie den «Pflotsch-Spielplatz» oder den «Regenwasser-sammel-Wettbewerb» zu testen. Und die Erwachsenen nehmen am Swiss-Secco-Tasting teil – mit Wettbewerb zum Unterscheiden von Bio- oder traditionellem Secco.

#### Ein Herz für Kinder

Die Familie Wyss reist aus Gründen der Flexibilität mit dem Auto aus Basel an; den Kindern zuliebe wählen sie nicht den schnellsten, sondern den spannendsten Anfahrtsweg. Während die Eltern im Hotel einchecken, checken Anna und David in der Kids-Lounge interaktiv die «Must-do-Aktivitäten» für Kinder aus. David wird am dritten Ferientag mit einem interaktiven Geburtstagsgame überrascht – das Customer Service Center hat seinen grossen Tag bereits bei der Buchung registriert.

#### Action auf leisen Pfaden

Die Hotelköche integrieren das Thema «Gesunde Ernährung und Bioprodukte» auf spielerische Weise und kochen einmal pro Woche mit den Kindern zusammen ein «Menü natur» für die Erwachsenen. Die Sensibilität für die Natur

kommt in «Partizipierparks» zum Zug. Hier kann Gross und Klein an freiwilligen «Kurztages-Natureinsätzen» teilnehmen: Steg bauen, Bach stauen etc. Ein weiteres Highlight ist der Aufstieg auf den Mythus vor Sonnenaufgang. Mit dem Erlebnis-Ranger Hansruedi pirschen sich die Städter fast hautnah an Steinböcke und Rehe heran und «schiessen» mit ihren Kameras Erinnerungen fürs Leben – und fürs Facebook.

#### Mit dem Lieblingsstar unterwegs

Am nächsten Tag erwandern die vier Wysses einen Themenweg. Dafür erhalten sie ein mobiles Gerät, das Infos zu Flora, Fauna und Ortschaften auf spezielle Weise liefert: Die Kinder dürfen die Stimme ihres Wunschstars wählen – und schon hören sie die spannenden Erläuterungen aus dem Mund von Vito, dem Lead-Sänger ihrer Lieblingsband 20go. Und die Familie Wyss kann sich



## Dienstleistungskette

### Ankunft/Empfang

- Kids-Lounge vermittelt interaktiv Erlebnis-Tipps

### Unterkunft

- «All-Weather-Hotel» garantiert Spass in- und outdoor
- Spielerischer Umgang mit sonnenlosen Tagen

### Gastronomie

- Kinder kochen für Erwachsene
- «Bio» und «Gesund» reizvoll thematisiert

# Inspiration Corner.



- **Vorfreude ist die schönste Freude**  
Nur gerade die Buchungsbestätigung verschickt?
- **Catch'em young and watch'em grow**  
Familien-Erlebniszonen und Themenwege
- **Bitte entdecken**  
Naturpärke zu Partizipierparks wandeln
- **Gewitterführung im Angebot?**  
Aus der Schwäche eine Stärke machen
- **Glückliche essen gesund**  
Leichter Genuss erfüllt Körper und Seele
- **Happy Birth- and Holiday**  
Kindergeburtstage bleiben unvergesslich
- **Bewertungs-Marketing**  
Gäste übernehmen das Ruder
- **Zum heißen Tipp werden**  
Sind Ihre Gäste auch Weiterempfeher?

auf dieser Tour mit anderen Weggängern spielerisch messen: Geografiekenntnisse, Schätzen und Rätsellösen stehen auf dem Programm. Sie erreicht dabei den zweiten Rang und erhält als Preis einen Eintritt ins nahe gelegene 3-D-Film- und Kletterzentrum.

### **Charme-Offensive bis zuletzt**

Am Abend vor der Abreise gönnen sich die Eltern einen Kulturabstecher nach

Lenzbach zum «Pianokonzert am Fluss», während die Kinder ihren Schlussabend im Hotel erleben: mit Spaghettiplausch, dem Online-Quiz «Outdoor-Schweiz für Kids» und einem Kurzvideo, das einen witzigen Zusammenschnitt aus den Regenaktivitäten der vergangenen Woche zeigt. Während des Check-outs holt der Hotelier sowohl von den Eltern als auch den Kindern das Feedback ein. Er übergibt ihnen die «Kritische Karte»,

worauf die Wysses zu verschiedenen Themen wie «Kinderaction», «Service», «Herzlichkeit», «Innovation», «Einzigartigkeit» Smiley-Kleber platzieren dürfen. Zum Abschied stellt der Hotelier ihnen den Online-Wettbewerb «Ideen für Regentage» vor. Die Erfinderfamilie neuartiger Ideen erhält bei der nächsten Buchung zwei Übernachtungen geschenkt.

### **Attraktion/Erlebnis**

- Naturparks sind inszeniert und partizipativ
- Erlebnis-Ranger macht Natur zum Hauptereignis
- Mobile Apps bereichern Themenwege

### **Abreise/Verabschiedung**

- Hotelbewertung ist selbstverständlich
- Bewertung von Attraktionen und Destinationen wird proaktiv gefördert

### **Zuhause**

- Quiz «Outdoor-Schweiz für Kids» macht Lust auf nächste Ferien
- Online-Wettbewerb «Ideen für Regentage» animiert zum Mitgestalten



## Panda-Land

Chinesische Unternehmerin

– Lin Yan, 32

– 3 Freundinnen, 34/29/31

– Wohnort Guangzhou

– Reist mit 3 Freundinnen (Business Executives) als Kleingruppe

– War vor 10 Jahren mit klassischer Gruppenreise in Europa

– Will Schweizer Highlights auf eigene Faust entdecken

– Reise mit Flug/Auto (Full-Hybrid-Lexus)

# Vier Lächeln für ein Alphornlied.

Auf eigene Faust das hübsche Land im Herzen Europas erkunden – wie aufregend! Zwar bereist die Unternehmerin Lin Yan die Schweiz schon zum zweiten Mal, aber diesmal nicht in einer Gruppe, sondern mit drei Freundinnen – und länger als zwei Tage. Die chinesischen Kaderfrauen der neuen Generation arbeiten hart und möchten sich etwas Schönes gönnen.



Die 32-jährige Lin Yan und ihre Freundinnen lieben das Shoppen. Dabei legen sie Wert auf angesagte Labels. Und in dieser Hinsicht ist die Schweiz ein Eldorado. Auf dem Travel-for-Insider-Blog holen sie sich Tipps, checken Bewertungsportale, posten Fragen. Die Infos zu Flügen, Unterkünften und Mietwagen hat Lin Yan selbst zusammengetragen, die Buchungen lässt sie ihr Reisebüro vornehmen. Das geht alles ohne Verzögerung, denn Visa-Restriktionen gehören der Vergangenheit an: Einfach den Sticker mit Barcode in den Pass kleben, und schon kanns losgehen.

## Guangzhou–Zürich direkt

Die vier Freundinnen steigen an ihrem Wohnort Guangzhou in ein Flugzeug der SWISS und landen am Sonntag in Zürich. Am Flughafen hält Europcar bereits den reservierten Full-Hybrid-Lexus bereit. Und los geht die Fahrt zum Hotel in die Stadt. Beim Check-in macht der Receptionist die chinesischen Gäste auf eine Gratis-App des National Tourist Office aufmerksam: Damit lassen sich sämtliche Reiseinfos, -erfahrungen

## Dienstleistungskette

### Marketing/Reisemotiv

- Marken gelten als Qualitätsgarant
- Lifestyle und Fashion sind zentral
- Social Media werden intensiv genutzt

### Information/Service/Buchung

- Visa-Restriktionen sind passé
- Globale Reiseportale als Informationshilfen
- Buchen Trip beim lokalen Reisebüro

### Anreise

- SWISS-Direktflug ist neues Highlight



und -erinnerungen in einem Programm zusammenfassen – als Fotos, Routenpläne, Notizen oder Tipps.

### **Tee trinken und Inspiration tanken**

In ihren Hotelzimmern finden die vier Freundinnen Teekocher und eine Auswahl an Schweizer Teesorten aus Alpenkräutern. Dank QR-Code erfahren sie via Handy Wissenswertes über Herkunft und Wirkung der Kräuter – alles untermalt mit Videoclips. Davon inspiriert, entscheiden sich Lin Yan und ihre Begleiterinnen spontan für einen Ausflug am nächsten Tag in eine dieser Alpenregionen. Unterdessen ist es spät geworden, doch zum Schlafen sind die Freundinnen zu aufgeregert. Es lockt die weltbekannte Einkaufsmeile zum Late-Night-Shopping – sogar sonntags.

### **«Typisch schweizerisch» mit einem Klick**

Am nächsten Morgen fahren die jungen Damen in die Berge – ausgestattet mit einer trendigen Schweizer Outdoor-Bekleidung. Die beiden Doppelzimmer des Hotels «Alpenrose» haben sie gestern noch spontan gebucht: Mit ein paar Klicks auf dem eTablet, das im Hotel inzwischen das TV-Gerät ersetzt, liess sich das «typisch schweizerische Hotel» im Nu finden. Die Rezeptionistin der «Alpenrose» begrüsst sie strahlend auf Mandarin und wechselt dann zu Englisch. Sie übergibt ihnen eine beelderte Menükarte: Schweizer Spezialitäten mit Details zu Laktose- und Salzgehalt.



### **Auf der Alp – ein Traum!**

Die vier Freundinnen erfahren von der Rezeptionistin, dass das Hotel mit einer Alp kooperiert. Das lassen sie sich nicht zweimal sagen – der Berg ruft: Nach einer lockeren Wanderstunde erwartet sie der freundliche Senn Ueli, dessen Alp ein echtes Agritourismus-Paradies ist. Der Gastgeber zeigt den Damen, wie man Heu einholt, Ziegen melkt und Schafe auf die Weide treibt – und lässt

sie gleich selber ausprobieren. Am nächsten Tag überrascht er die Chinesinnen mit einem Relaxprogramm: Molkebad im Zuber mit Fernsicht, feine Kräuter sammeln und dann barfuss durchs Bachbett laufen!

### **Von der Natur zur Kultur**

Nach zwei Nächten in den Bergen steht ein erneuter Tapetenwechsel an. Lin Yan & Co. fahren zum neu eröffneten Watch-

## **Dienstleistungskette**

### **Ankunft/Empfang**

- Wasserkocher und Schweizer Kräutertee gehören zum Standard
- Sonntags- und Abendshopping sind selbstverständlich

### **Unterkunft**

- Typische Schweizer Hotels, alle online buchbar
- Auch Berghotels sind interkulturell ausgerichtet
- Englisch ist Standard – Gräezi in Mandarin ein Plus

### **Gastronomie**

- Foodbedürfnisse und Essensgewohnheiten anderer Nationalitäten sind bekannt
- Schweizer Küche ist an Bedürfnisse angepasst, bleibt jedoch authentisch

# Inspiration Corner.



- **Marken sind Wegweiser**  
Gäste benötigen Orientierungshilfen
- **Andere Länder, andere Sitten**  
Markteintrittskriterien muss man kennen
- **Gäste-Portemonnaie: offen 24/7**  
Öffnungszeiten flexibilisieren
- **Namasté und Xie-Xie**  
Kulturverständnis bereichert (auch mental)
- **Womenomics in den Alpen**  
Bergerlebnisse weiblicher und emotionaler gestalten
- **Schweiz sucht die Super-Alp**  
Spirituell anstatt materiell
- **Gast bestimmt Menü**  
Konsument ist Prosument
- **Ausflugstipp getwittert?**  
Social Media ersetzen Broschüre

Experience-Park: In einer alten Uhrenmanufaktur kann man die Geschichte und Details von sämtlichen Schweizer Uhrenmarken kennenlernen. Und weiter gehts in die Hauptstadt, wo Lin Yan für alle ein exklusives Einkaufserlebnis gebucht hat: Eine fließend Chinesisch sprechende Kultur- und Shoppingbegleiterin führt sie auf verschlungenen Pfaden zu Insider-Boutiquen und Kulturschätzen.

## **Alles Schöne ist gespeichert**

Am letzten Tag ihrer Schweiz-Ferien liest Lin Yan auf ihrem Smartphone den Hinweis, dass sie die Reise mit ein paar Einträgen und Erlebnisberichten abschließen könne. Kurz nach der Ankunft in Guangzhou erhält sie einen Link. Dieser führt sie auf die komplette Reiseroute inklusive ihrer Fotos, Notizen und Bewertungen. Besonders begeistert ist sie vom kultigen Layout im E-Magazin-

Stil – das wird ihre Freundinnen beeindrucken. Lin Yan kann ihr persönliches Reisejournal nun auf ihre Social Networks laden, ein Online-Booklet erstellen oder als Buch drucken lassen. Die perfekte Vorlage für die nächste Reise ins «Alphornland»!

## **Attraktion/Erlebnis**

- Alperlebnis kann aktiv konsumiert werden
- Watch-Experience-Park führt durch Uhrengeschichte
- Kultur- und Shopping-Coach führt zu Highlights und Boutiquen

## **Abreise/Verabschiedung**

- Bewertung und Erlebnisberichte erfolgen sofort über Smartphone

## **Zuhause**

- Rufen ganzes Reisejournal via Link ab ...
- ... und teilen es via Social Networks



## Treue Nachbarn

Deutsches Ehepaar Schulze

- Lena, 55
- Jonas, 58

- Wohnort Stuttgart
- Empty Nesters / WOOF (Well Off Older Folks)
- Stammkunden
- Wandern in unbekanntem Gegenden / kombiniert mit Kulturangebot
- Reise mit Auto

# Alles funktioniert.

Gibt es einen Orden für treue Schweiz-Urlauber?

Lena und Jonas Schulze würden bestimmt zu den heissesten Anwärtern gehören. Seit die Kinder aus dem Haus sind, machen sie bei jeder Gelegenheit ausgedehnte Wandertouren im nahen Süden. Auch heuer will das Ehepaar sein Palmarès in Sachen helvetische Bergabenteuer erweitern.



Die letzte Ausgabe des Reisemagazin-Specials hat es den Schulzes angetan. Sie ist ganz dem schönen Alpenland gewidmet, stellt spannende, kaum bekannte Regionen vor. Da sie nicht mehr während der Schulferien verreisen müssen, vergleichen sie auf diversen Reservationsplattformen die Angebote mit flexiblen Preisen für die Zwischensaison und buchen kurzfristig. Mit vorfreudigem Eifer nutzt das Ehepaar die Zeit für Vorbereitungen, denn diesmal will es nicht nur sportlich aktiv sein, sondern auch die Schweizer Kultur erleben.

## Gut vorbereitet ist halb gereist

Dank diversen Newslettern von früheren Schweiz-Urlauben nehmen die Pläne der Schulzes schnell konkrete Formen an. Mit Stichwortsuche auf MySwitzerland.com trägt Lena alles Wissenswerte zusammen. Ausgangspunkt für den Urlaub ist das kleine Dorf Dalenz. Die Website «Holidaycheck» und die neue Bewertungsplattform «Attraktionen & Destinationen» liefern wertvolle Anregungen. Als schon nach 12 Stunden die Buchungsbestätigung des Customer Service Centers auf Lenas Smartphone eintrifft, möchten sie am liebsten gleich gen Süden düsen!

## Dienstleistungskette

### Marketing/Reisemotiv

- Reisemagazin-Special animiert zu erneuten Schweiz-Ferien
- Newsletters und Filme helfen bei Destinationswahl

### Information/Service/Buchung

- Social-Media-Plattformen werden noch stärker genutzt
- Vertrauen auf Geheimtipps des Customer Service Centers
- Erwarten flexible Preise für die Zwischensaison

### Anreise

- Infotainment-Center im Auto ist mit Tourismusinhalte bestückt
- Fröhliches «Grüezi» am Zoll erfreut

## High Tech unterwegs, No Tech im Hotel

Endlich ist es so weit: Lena und Jonas steigen in ihren Audi 4x4 und fahren los. Sie haben bewusst ein No Tech-Hotel als Ausgangspunkt für ihre Touren gewählt, denn ihre jeweilige Tagesplanung nehmen sie bequem im Infotainment-Center des Autos vor. Nach dem fröhlichen «Grüezi» des Zöllners anstelle des gewohnten mürrischen Durchwinkens wächst die Vorfreude gleich noch ein Stück mehr. Auch bei der Ankunft im Hotel fühlen sich die deutschen Gäste wärmstens willkommen. Der Receptionist erklärt ihnen, dass das Parkieren im Hotel gratis sei, und empfiehlt den öffentlichen Verkehr und E-Bikes. Letztere können die Gäste im Hotel mieten und dank der Akku-Wechselstationen auf dem ganzen Streckennetz überall auf «volle Ladung» bringen.

## Gaumenschmaus mit gutem Gewissen

Am nächsten Tag kaufen die Schulzes im kleinen Dorfladen ihr Wanderpicknick ein. Sie achten dabei auf das Label «Aus Schweizer Anbau». Am Abend, mit müden Beinen und entspannter Seele, testen die beiden das erste Slowfood-Restaurant der Region. Und sie nutzen ein neues Angebot des Tourist Office: Unter dem Motto «Kulinarische Be-

gegnungen in der Schweiz» sind ausländische Gäste einmal pro Woche zu einem Dinner mit Einheimischen und Schweizer Gästen in einem trendigen oder typischen Restaurant eingeladen.

## Der Schweizer Wilde Westen

Am Abend überrascht der Chefkoch das Ehepaar auf seinem Rundgang mit der Frage: «Darf ich Ihnen für morgen einen Ausflugstipp geben?» Die «Ur-Schweiz

erleben» lautet das neueste Angebot, mit dem Ziel, die Schweizer Wildnis neu zu entdecken. Gespannt lassen sich die Schulzes auf die Teilnehmerliste setzen. Am nächsten Morgen erwartet sie am Treffpunkt der Erlebnis-Ranger Dario, der die kleine Gruppe auf versteckten Pfaden zu Kraftbäumen und in Naturschutzgebiete führt, wo Biber aktiv sind. Den abwechslungsreichen E-Bike-Track ausserhalb der Schutzzonen nehmen



## Dienstleistungskette

### Ankunft/Empfang

- Kostenloses Parking hat Magnetwirkung
- öV und E-Bike werden aktiv beworben

### Unterkunft

- Wählen bewusst No Tech-Hotel
- Rufen Zusatzinfos mobil ab

### Gastronomie

- Testen Slowfood-Restaurant
- Angebot «Kulinarische Begegnungen» reizt

# Inspiration Corner.



## Bewertung von Attraktionen

- **Geheimtipp statt Anschlagbrett**  
Gastgeber aus Leidenschaft
- **Regionales schlägt Sushi**  
Nachhaltiges, neues Bewusstsein
- **E-Bikes machen Berge flach**  
Die Differenzierung anpacken
- **Vollmondpicknick organisiert?**  
Verrücktes bleibt haften
- **Entdeckungen statt Schilderwald**  
Welches Tal wird die erste Serengeti?
- **Letzteindruck Rechnung**  
Soll der Gast Sie so in Erinnerung behalten?
- **Ferien ohne Internet und Handy**  
No Tech-Angebote online verkünden
- **Wegen «Zu» geschlossen**  
Online-Verfügbarkeiten sind kein Zufall



die Schulzes diese Woche noch ein paar Mal unter die Räder; noch nie konnten sie so beschwingt so viele Höhen- und Kilometer abspulen.

### Viel Kultur auf kleinem Raum

Die Schulzes geniessen viel lokale und kleinstädtische Kultur auf ihren Trips ins nahe Unterland. Sie sind von der Vielfalt fasziniert: moderne Galerien mit Schweizer Kunst, Museen, Freiluft-

konzerte ... Um so richtig in ihr Gastland einzutauchen, besuchen sie sogar eine Theateraufführung auf Schweizerdeutsch.

### Ein Abschiedsgruss der feinen Art

Als die Schulzes am Tag ihrer Abreise in ihr Auto steigen, staunen sie nicht schlecht: Es ist frisch gewaschen, ein kostenloser Service des Hotels. Ausserdem finden sie im Auto einen Gutschein:

Dank einer Hotelkooperation erhalten sie bei ihrem nächsten Aufenthalt in einem No Tech-Hotel eine Gratisnacht oder ein Upgrade, je nach Wunsch. Und falls sie Freunde oder Bekannte vermitteln, profitieren diese von einem «Empfehlungspreis». Zurück in Stuttgart freut sich Frau Schulze über das Dankeschön des Hotels in ihrem Briefkasten: ein Rezeptbüchlein mit feinen Slowfood-Gerichten aus regionalen Produkten.



### Attraktion/Erlebnis

- «Swiss Wilderness» wird Facebook-Hit
- E-Bike-Route erhält höchste Bewertungen
- Erlebnis-Ranger ist Fotosujet Nr. 1

### Abreise/Verabschiedung

- Treuebonus bei nächster Buchung und Weiterempfehlung

### Zuhause

- Slowfood-Rezeptbüchlein animiert zum Selberkochen



## Tea for Two

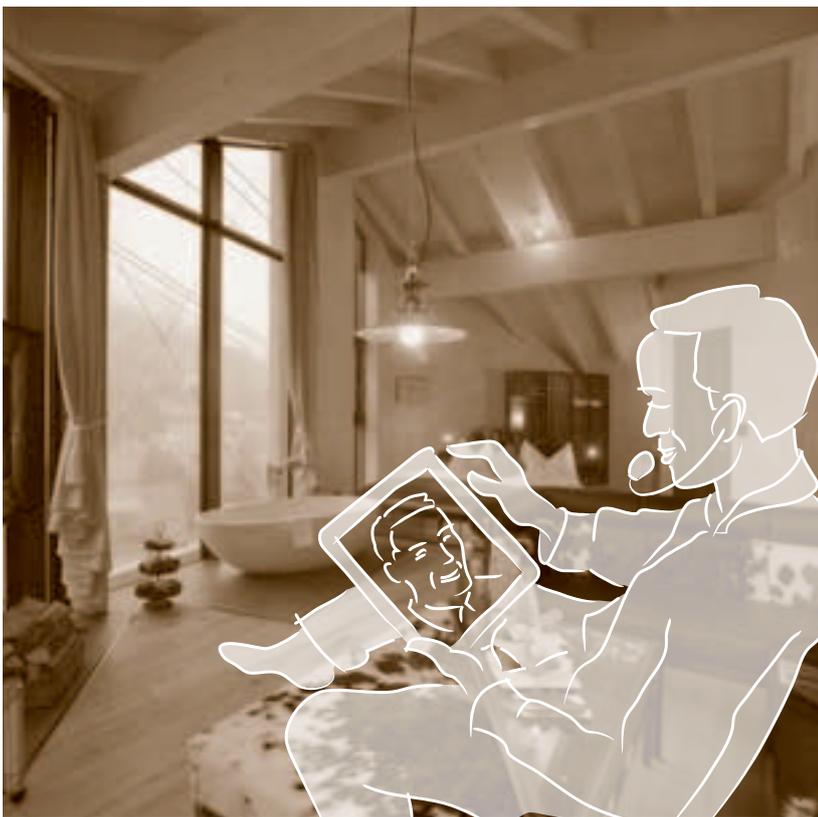
Britischer Geschäftsmann

- James O'Connor, 43
- Partner Ethan Wood, 39

- Wohnort London
- Kongressteilnehmer
- Kombiniert Kongress mit Kurzferien
- Erstbesucher
- Reise mit Flug/Bahn

# Stil mit Style.

Vier Tage zweisames Geniessen, darauf hat sich James schon lange gefreut. Da kommt ihm der internationale Kongress in Launève gerade gelegen. Sein Partner Ethan wird nachfliegen, und so können sie sich im Anschluss ans Geschäftliche nach allen Regeln des Classy Styles entspannen – in einem Land, das mehr als nur eine schöne Seite zu bieten hat.



Als Vielreiser plant James den Kurztrip online. Auf interessanten Blogs und Themensites checkt er ein paar kürzlich aufgeschnappte Insidertipps zu seinen und Ethans Hobbys. Der Service-Center-Experte zeigt ihm im Live-Buchungs-Chat ein exquisites Designhotel am Lemanersee. Vom Trendrestaurant «Vingt» haben ihm in London bei «Mosi-mann's» gute Bekannte schon oft vorgeschwärmt. Es gilt als Geheimtipp unter Gourmets für eine raffinierte, international-regionale Küche – und ist allein schon eine Reise in die Schweiz wert.

## **Surprise, Surprise!**

Nach Ankunft in Launève erreicht Ethan eine geheimnisvolle SMS – typisch James! Mit einem Suchspiel lotst er ihn in den Zug nach Montvey. Über WLAN lädt Ethan die letzten Rätselmails von James auf sein hybrides eTablet. Die Gebrauchsanweisung zum Spiel hat er von der Website des National Tourist Office heruntergeladen. Sein Freund macht es wie immer spannend: Er solle sich auf inspirierende Tage freuen, alles andere bleibt eine Überraschung.

## **Alles inklusive**

Treffpunkt ist die Hotelbar. James und Ethan stossen mit lokalem Weisswein auf die kommende Genusspause an.

## **Dienstleistungskette**

### **Marketing/Reisemotiv**

- Geniessen Kurzferien nach Konferenz
- Lieben stilvollen Chic und sind ausgabenfreudig

### **Information/Service/Buchung**

- Social Media unterstützen Reisevorbereitung
- Hotелеmpfehlung durch Service-Center-Experte im Live-Buchungs-Chat

### **Anreise**

- Anreise mit Spiel verknüpft
- Kostenloses WLAN im Zug



In der Zwischenzeit erledigt der Guest Relation Manager den Check-in und reserviert für die beiden einen Tisch im «Vingt». Der Gourmettempel ist zwar auf Wochen ausgebucht, aber für die eigenen Gäste erhält das Haus auch kurzfristig Plätze.

### Exklusivität Swiss Made

James und Ethan geniessen den ausgesuchten Style und den dezenten Elektronikstandard des Designhotels. Sie bestaunen das exquisite Interieur mit Möbeln, Bildern und Skulpturen exklusiv von Schweizer Künstlern. Über eine Gratis-App können sie Informationen dazu abrufen und einzelne Objekte sogar bestellen.

### Lokal mit High Tech

Ein besonderes Highlight ist das Essen. Die Hotelküche ist bekannt für ihren gekonnt einfachen Kochstil. Sie fährt grosszügige Portionen aus lokalen und regionalen Frischprodukten auf. Zu jedem Gang empfiehlt der Sommelier seinen Gästen den passenden Wein aus der Region. Auf Touchscreens, die in die Tischplatte eingelassen sind, finden James und Ethan Wissenswertes zum Menü und Tipps für Outdoor- und Kulturerlebnisse in der Umgebung.

### Ansprüche mit Klasse

James sammelt moderne Kunst, Ethan erlesene Schnäpse. Beide kommen in der Schweiz auf ihre Rechnung. Auf die Empfehlung des Guest Relation Managers besuchen sie angesagte



Galerien sowie eine exklusive Schnapsbrennerei mit Direktverkauf und einer Kultbar, wo sich Künstler und Schickeria treffen.

### Schönes mit Tiefgang

Die beiden geniessen die Welt der schönen Dinge. Und sie interessieren sich für Hintergründe, Geschichten oder Meinungen dazu. Dank kostenlosem WLAN in der ganzen Schweiz holen sie

sich sämtliche Informationen auf ihre Smartphones – wann immer sie wünschen.

### Auch offline soll mal sein ...

Den dritten Tag planen James und Ethan «mobile-free». Mit dem Alpmobil, einem Elektroauto zur Tagesmiete, fahren sie in die nahen Berge. Nach einer kurzen Wanderung bringt sie die Gondel in luftige Höhen. Das

## Dienstleistungskette

### Ankunft/Empfang

- Guest Relation Manager erledigt Check-in
- Tischreservation im ausgebuchten Trendrestaurant dank Spezialkontingent

### Unterkunft

- Designhotel mit exklusiver Schweizer Innenarchitektur und Schweizer Kunst
- iApp für Hintergrundinformationen und Bestellung

### Gastronomie

- Regionale Produkte und grosszügige Portionen
- Details zu Menü und Erlebnistipps dank integriertem Touchscreen im Tisch

# Inspiration Corner.

- **Inszenierung mit Stil**  
Königsdisziplin mit Aussichten auf Gold
- **Unbekümmerte Ferien**  
Play – Reisen als Spiel
- **Mobile Apps bewirtschaften**  
Tipps, Ideen und Inspirationen
- **Storytelling vs. Produktbeschrieb**  
Geschichten verzaubern und prägen
- **Wohlfühl-Cuisine ab 1500 m. ü. M.**  
Ambiente statt Kantinegroove im Bergrestaurant
- **Anschluss Tipps für Businessstrip**  
Kooperationen mit boomendem Geschäftstourismus eingehen
- **Überzeugen mit klarer Positionierung**  
Auf allen Hochzeiten tanzen ermüdet
- **Insider-Tipps**  
Psst ... nicht weitersagen



stilvolle Bergrestaurant wird komplett mit neuester Fotovoltaik betrieben und serviert ausschliesslich Schweizer Kost.

### **Das Hotel machts möglich**

Ihren Kurzaufenthalt beschliessen die beiden Geniesser im Trendclub «TMRW» – mit gediegenem Live-Jazz, angeregten Gesprächen und alkoholischen Getränken exklusiv aus der Schweiz. Der Guest Relation Manager

weiss inzwischen, welche Designmöbel und Skulpturen aus dem Hotel, in die sich James verliebt hatte, in London oder England erhältlich sind. Für alles, was auf der Insel nicht lieferbar ist, klärt er Bestellmodus, Preise und Lieferung aus der Schweiz ab.

### **Die hohe Kunst des Networking**

Eine Woche nach ihrem Besuch im «Vingt» erhält James eine digitale Rezept-

sammlung mit Links zur virtuellen Kochunterstützung. Am gleichen Tag schickt ihm ein bekannter Designershop in London per E-Mail eine erfreuliche Neuigkeit: Er könne die Skulptur aus Arvenholz im Geschäft besichtigen. Gleichzeitig lädt der Shop die beiden Geniesser ein, die baldige Vernissage mit Schweizer Designmöbeln und Schweizer Kunst zu besuchen.

### **Attraktion/Erlebnis**

- Informationen jederzeit und überall dank Free Public WLAN
- Sanfter Tourismus als willkommene Abwechslung

### **Abreise/Verabschiedung**

- USP: Einkaufs-, Bestell- und Versandservice des Hotels

### **Zuhause**

- Vernissage mit Schweizer Kunst und Networking im Designershop



## Mein Toutou und ich

Rüstige Best-Agerin  
– Francine Bovet, 74  
– Hund Médor, 6

- Wohnort Lausanne
- Witwe, fit, unternehmungsfreudig
- Weitgereist und weltoffen
- Well-Being, Verwöhnen, Gesellschaft
- Reise mit Bahn

# Komfort für die Silberjahre.

Interessante Menschen, Sprachen aus allen Himmelsrichtungen und Bewegung mit Frischluft – so genießt Francine ihre Ferien am liebsten. Dazu muss die rüstige Mittsiebzigerin nicht mehr so weit reisen wie früher: In der Schweiz findet sie alles für ihre Unternehmungslust – und für Toutou Médor.



Die Qualität muss stimmen! Und zur Qualität von Ferien hat Francine eine klare Meinung: Sie wünscht sich soliden Komfort, zuvorkommende Menschen und einen Service, der zu ihrer Generation passt – ohne dass sie sich alt fühlen muss. Und auch ein hundefreundliches Hotel mit kreativem Angebot für ihren Toutou gehört dazu. Das Internet macht ihr die Suche leicht.

## Alles zum Wohlfühlen

Gerne erinnert sich Francine an ihre Aufenthalte in den gepflegten Summer Retreats in Colorado: in unberührter Natur mit einem breiten Angebot an Wellness, Kultur, Sport- und anderen Aktivitäten und einem erfrischenden Mix von Generationen. Interessant, dass sie das heute auch in der Schweiz findet. Aus dem Top-Ranking der hundefreundlichsten «4-Pfoten-Hotels» sucht sie sich ein weltoffenes Vier-Sterne-Haus im zweisprachigen Luggisbad aus. Sie reserviert ihren zweiwöchigen Besuch telefonisch beim Customer Service Center. Vom Tür-zu-Tür-Gepäckservice lässt sie sich gerne überzeugen: wie praktisch, dass ihr Gepäck am Vorabend bei ihr abgeholt wird und am folgenden Nachmittag in ihrem Hotelzimmer steht.

## Dienstleistungskette

### Marketing/Reisemotiv

- Sucht Austausch und Gesellschaft
- Hat hohe Ansprüche an Qualität
- Wünscht haustierfreundliche Angebote

### Information/Service/Buchung

- Informiert sich auf Internet
- Bucht im Customer Service Center
- Nutzt Tür-zu-Tür-Gepäckservice

### Anreise

- Kauft neuen Swiss Pass für SchweizerInnen
- Swiss Pass mit Hunde-/Katzenoption erhältlich



### Bequem unterwegs

Francine war schon immer gern unterwegs – früher mit dem Flieger, heute am liebsten mit der Bahn. So kauft sie sich einen 15-Tage Swiss Pass 1. Klasse. Perfekt, dass es diesen seit neustem auch für Personen in der Schweiz gibt – inklusive Hund oder Katze.

### Wünsche à la carte

Das hoteleigene Elektrotaxi holt Francine und Médor am Bahnhof ab. Die Rezeptionistin erkundigt sich nach Allergien, ob sie lieber eine harte oder weiche Matratze und direkten Gartenzugang oder Balkon wünsche. Und Francine kann wählen, ob sie noch heute oder erst später an der individuellen Einführung mit Hotelrundgang teilnehmen möchte. Während sie eincheckt, führt ein Hotelmitarbeiter Médor zum ersten Gassi auf neuem Terrain aus.

### Extras der Extraklasse

Im Komforthotel mit dem freundlichen Personal fühlt sich Francine rundum wohl. Die Zimmer sind stilvoll wohnlich eingerichtet und bieten ausgeklügelte Annehmlichkeiten: Spiegel und Kleiderbügel auf passender Höhe, einfache Bedienung der Geräte und ausreichend Platz auch für Médor. Ausserdem darf sie hier dank guter Schallisolierung auch gerne etwas lauter fernsehen.

### Tischlein deck dich!

Fürs Frühstück kann Francine zwischen Buffet und Service wählen. Die Köche verwöhnen mit gluschtigen Mittagskreationen, und auch der Nachmittagskaffee



mit Süßigkeiten ist in der Halbpension inbegriffen. Das Abendessen – zu einem kleinen Aufpreis – ist leicht und locker, und es wird schon ab halb sechs serviert. Heute Abend dürfte es allerdings später werden; die Gästebetreuerin hat Francine mit einer Dame aus Edinburgh zusammengebracht, mit der sie speisen und plaudern wird. Dafür darf Médor im Hotelzimmer füttern – vor dem Hund-TV-Kanal.

### Appetit auf mehr

In Luggisbad langweilt sich Francine keine Sekunde lang. Unter den tollen Angeboten kann sie sich kaum entscheiden. Soll sie die Lesung der Krimiautorin oder den Vortrag über Safran-anbau besuchen? Auch der Einführungskurs in die Kalligrafie interessiert sie. Und natürlich kitzelt die nachmittägliche Bridge-Runde ihren Ehrgeiz aus jüngeren Jahren wach. Bestimmt testet

## Dienstleistungskette

### Ankunft/Empfang

- Rezeption fragt nach Spezialwünschen von Gast und Hund
- Gästebetreuerin macht individuelle Hoteleinführung

### Unterkunft

- Hotelinfrastruktur ist auf Best-Agers und Singles spezialisiert
- Infrastruktur ist hundegerecht

### Gastronomie

- Gastronomie ist flexibel und angepasst
- Gästebetreuerin agiert als Netzwerkerin
- Table d'hôte fördert Geselligkeit und Appetit

# Inspiration Corner.



- **Schlafende Hündeler wecken**  
Wer öffnet das erste Hundehotel der Schweiz?
- **Well-Aging statt jung bleiben**  
Der Megatrend der Best-Agers
- **Bio verdrängt Hochzuchtrind**  
Fit, gesund und lokal – aber anders
- **Einzelreisende wollen es nicht bleiben**  
Ungezwungene Gäste-Begegnungen
- **Ersteindruck zählt, Letzteindruck prägt**  
Dienstleistungskette gecheckt?
- **Alpkultur inszeniert?**  
Sanfter Tourismus reizvoll erzählt
- **Einzelzimmer auffrischen**  
Einzelreisende sind Wachstumsmarkt

sie Médors und ihre Fitness auf dem Hunde-Vitality-Parcours und fragt sich, was sie wohl im Dog-Dancing-Kurs lernt. Da bleibt ihr wirklich die Qual der Wahl!

### **A bientôt, mes amis**

Die zwei Wochen sind um wie im Flug. Vor der Abreise erhält sie die Anschrift aller, mit denen sie diese Tage verbracht hat. Die Check-out-Assistentin macht sie auf die hoteleigene Website mit Chat

für Best-Agers aufmerksam und gibt ihr einen leichten Reisesnack mit auf den Weg – und für Médor eine Hundeflasche mit klappbarer Trinkkappe.

### **Alle Jahre wieder**

Das nette E-Mail vom Customer Service Center nach ihrer Rückkehr weckt angenehme Erinnerungen. Die Reisefachfrau möchte wissen, ob es Francine in Luggisbad gefallen habe, ob sie in

Zukunft spezielle Wohlfühlangebote für sie und Neuheiten für Médor erhalten und den Ferien-Newsletter abonnieren möchte. Hier ist schnell entschieden: ja gerne! Ein paar Tage später erhält sie ein hübsches Set mit Bodylotion, Duschpeeling und Nachtcreme für die reife Haut. Nachbestellen kann sie direkt beim Hotel.

### **Attraktion/Erlebnis**

- Lounges als Begegnungsorte
- Kulturelle Netzwerkangebote sind beliebt
- Breites Well-Aging-Angebot wird geschätzt

### **Abreise/Verabschiedung**

- Hotel bietet Website für Best-Agers
- Gästebetreuerin händigt Kontaktliste aus

### **Zuhause**

- E-Mail-Follow-up durch Customer Service Center
- Versand Produktmuster von Well-Aging-Kooperationspartnern



## Bollywood Meets Switzerland

### Indische Honeymooners

- Anusha Rao, 26
- Uday Rao, 30
- Wohnort Bangalore
- Aus gut situierter Familie
- Erstbesucher
- Reise mit Flug/Bahn

# Honeymoon ins Alpenglück.

Honeymoon in der Schweiz: Anusha und Uday Rao sind hin und weg vor Vorfreude. Als Bollywood-Fans der ersten Stunde kennen sie die herrlichen Bilder des Alpenlandes aus dem Kino. Besonders reizvoll finden sie Regen und Schnee – ein scharfer Kontrast zu ihrer Heimatstadt Bangalore, wo die Temperatur kaum unter 20 Grad Celsius sinkt.



Ihr Entscheid fiel vergangenen Herbst während des Diwali-Festivals in Bangalore. Damals hat sich die Schweiz als Gastland präsentiert. Im «Swiss Village» luden Anusha und Uday Bilder, Videos und Berichte direkt auf ihr eTablet und suchten damit einen Reiseanbieter auf, der auf Honeymoon und die Schweiz spezialisiert ist. Dank dem E-Learning-Programm konnten sie unter mehreren «Switzerland Specialists» auswählen. Uday und Anusha liessen sich eine typische «Bollywood meets Switzerland»-Reise zusammenstellen, die ihren persönlichen Wünschen Rechnung trägt.

## Im *Chambre séparée* in die Schweiz

Die Raos leisten sich zur Feier ihres Ehestarts die neue Business Class: eine eigene, geschlossene Kabine. Uday sieht im Inflight-TV-Channel die neue Reiseführer-App und lädt sie noch während des Fluges auf sein iPhone 9S.

## Dienstleistungskette

### Marketing/Reisemotiv

- Bollywood macht Schweiz zur Traumdestination
- Schnee und leichter Sommerregen sind Attraktionspunkte

### Information/Service/Buchung

- Gastland am Diwali-Festival inspiriert
- «Certified Switzerland TO» schnürt perfektes Package

### Anreise

- Highlight: neue Business Class mit privater Kabine
- DMO-App mit persönlichem Tour Guide
- Swiss Pass Plus inkl. Gepäcktransport

So meldet sich bei Ankunft nach der Passkontrolle die Stimme des indischen Superstars Shah Rukh Khan: «To the train station walk 100 metres straight on ... then turn right ...» Das Paar muss weder Koffer schleppen noch Billette lösen, denn mit dem Swiss Pass Plus gilt freie Fahrt inklusive Gepäcktransport auf dem gesamten Schweizer öV-Netz.

### Ein hingezaubertes Willkommen

Die Rezeptionistin – Absolventin eines CAS «Interkulturelles Management» – weiss um die Bedürfnisse der indischen Gäste. Sie reicht Anusha und Uday eine Liste mit indischen Restaurants in der Nähe. Ausserdem erwähnt sie, dass der Hotelkoch gerne spezielle Gästewünsche erfüllt. Im Zimmer erwartet das frisch vermählte Paar ein nach Hindu-Art mit Blumenornamenten aus Alpenblumen verziertes Bett. Die Honeymooners sind gerührt – und die Überraschung verfehlt ihre Wirkung nicht.

### Entspannte Gaumenfreuden

Für Anusha und Uday ist das Essen ein wichtiges kulturelles Element. Die jungen Inder sind überrascht vom breiten vegetarischen Angebot in den hiesigen Restaurants. Fast überall werden sie beim Bestellen gefragt, ob sie die Speisen extrascharf wünschen und ob sie lieber mit Besteck oder mit den Händen speisen. Diese Offenheit



entspannt die Raos; ihre Unsicherheiten darüber, was man in Europa darf, sind buchstäblich vom Tisch gewischt.

### Von A-ruz bis Z-erdorf

Herr und Frau Rao folgen der Route mit den Tourismusklassikern. In Aruz probieren sie den lokalen «Röteli», in Himmelburg küssen sie sich in der Seilbahn hoch in den ewigen Schnee. In Waldsee kaufen sie ein Holzherz mit

ihren Namen, und in Zerdorf haben sie für einmal nur Augen für den Horuberg. «Swissness» wird an all diesen Orten zelebriert; für das junge Paar ist vieles davon der Inbegriff von Romantik. Da kommt der nächste «Fotopoint» gerade recht – so viel Glück muss man festhalten: Die Raos lassen ein Erinnerungsbild knipsen und tippen die Mailadresse ein, um das Foto direkt in ihre Mailbox zu leiten.

## Dienstleistungskette

### Ankunft/Empfang

- Gästegerechte Restauranttipps dank «Interkulturellem Management»
- Spezialwünsche erfüllt Hotelkoch gerne

### Unterkunft

- Honeymoon-Alpenblumen-Ornament im Zimmer als Willkommensgruss

### Gastronomie

- Grosses vegetarisches Angebot überrascht
- Restaurants fragen nach Gewürz- und Essgewohnheiten

# Inspiration Corner.

- **Medizin gegen Ideenlosigkeit**  
Highlights, Best of's und Must do's
- **Going the extra mile**  
Mit Annehmlichkeiten punkten
- **Bild schlägt Text**  
Investition in Video und Foto geprüft?
- **Operators bringen Sie auf Touren**  
Multiple Vertriebskanäle öffnen Märkte
- **Viel Gepäck sind viele Chancen**  
Gäste entlasten beglückt beide Seiten
- **Von Schwadroneuren und Plaudertaschen**  
Mitteilungsbedürfnis in Empfehlungen umwandeln
- **Gästeportfolio diversifiziert?**  
Reisedaten und Kulturen bedenken
- **Liebe geht durch den Magen**  
Andere Länder – andere Sitten



## Singing in the Rain

Anusha und Uday lieben den Regen, haben aber nicht alles Nötige dabei. So finden sie im Hotelzimmer modische Regenmäntel und coole Gummistiefel. Als weiteren Höhepunkt ihrer Reise besuchen die Raos den Bollywood-Themenweg auf der Sonnenalp. Die Gondelbahn bringt sie zum Start, von hier begleiten sie die tanzende Aishwarya Rai und die weisen Worte des legen-

dären Amitabh Bachchan auf dem einfachen Höhenweg bis zur Zahnradbahn, die sie sicher ins Tal fährt.

## Ein schönes (Auf-)Wiedersehen

Imposante Schweiz-Bilder in der komfortablen Farewell-Lounge begleiten die Raos als letztes Souvenir bis ins Flugzeug. Einen Tag nach ihrer Ankunft erhält Uday ein E-Mail mit der Zusammenfassung ihrer Reise. Er kann alles direkt

im Mail bewerten. Drei Tage später wird ihm das vollständige Reisejournal geschickt. Damit und mit den «Fotopoints» können Uday und Anusha Familie und Freunde an ihrer Reise ins Paradies teilhaben lassen!

## Attraktion/Erlebnis

- **Swissness inklusive Klischees wird bewusst zelebriert**
- **Wetter ist ein Erlebnis für sich**
- **Spazierfreundlicher Bollywood-Themenweg animiert zu Kurzwanderung**

## Abreise/Verabschiedung

- **Abflug-Gates sind visuell gesteigerte Farewell-Lounges**

## Zuhause

- **Reisedokumentation inklusive Einladung zur Bewertung folgt per Mail**
- **Fotos auf Social Media inspirieren Freunde und Verwandte**

# Schlagzeilen.

Darüber sollen die Medien im 2020 berichten.

## **Le Swiss Pass pour les Suisses: un succès extraordinaire.**

Augmentation du chiffre d'affaires des CFF de 7% grâce à «l'AG à durée limitée».

24 heures

## **Allzeithoch dank klugen Verdichtungszone.**

«Das Sommergeschäft lag bei uns völlig brach, und das Angebot war schlichtweg langweilig. Vor acht Jahren haben wir das Konzept unserer Destination einem Wandel unterzogen und es neu auf drei Pfeiler gestellt. Wir haben Zonen für Erlebnis, Ruhe und Begegnung geschaffen. Die Idee war bahnbrechend, und wir sind heute erfolgreicher denn je. Das Geheimnis liegt im «Sense of Community», den unsere Destination heute ausstrahlt, daran besteht kein Zweifel.»

Selma de Pury, Tourismusdirektorin  
htr hotelrevue

## **Certified Rain Hotels in Switzerland.**

Guaranteed In- and Outdoor Travel Pleasure.

CNN travel news

Abenteuerwildnis

## **Schweizer Bergtal renaturiert – ein Traum für Entdecker und Natur- liebhaber!**

DIE ZEIT

## **Hier weckt keiner schlafende Hunde.**

Hurra für Hund und Herrchen – vierzigstes «4-Pfoten-Hotel» der Schweiz eröffnet.

Tierwelt

## **Wird Männlichen bald in Weiblichen umbenannt?**

Schweizer Berge seien in ihrer Anmutung und Herausforderung zu männlich, fand eine Mehrheit des Tourismusrates. Die meisten Aktivitäten in den Bergen verlangten Kraft, Ausdauer und Tempo in einem Ausmass, das eindeutig eher auf Männer als auf Frauen ausgerichtet sei. Die Berge müssen weiblicher werden. Letztlich sind es die Damen unter uns, die den Ferienentscheid weitgehend beeinflussen.

Blick

Incontri Svizzeri

## **Artisti svizzeri sono le guide delle città più cool di sempre.**

CORRIERE DELLA SERA

## **Schweizer glänzen bei den Erlebnis-Ranger-Weltmeisterschaften in den USA.**

Sie haben brilliert, unsere Safari-Guides der Alpen, die Städteführer der Berge und die Skilehrer des Sommers. Das neue Berufsbild des Erlebnis-Rangers hat sich in den letzten Jahren gefestigt und etabliert. Erstmals kämpften 200 Kandidatinnen und Kandidaten aus 50 Nationen um den Weltmeistertitel. Nicht überraschend platzierten sich zwei Schweizer und eine Schweizerin unter den ersten fünf ...

NZZ am Sonntag

Gourmet-Innovation

## **Für Rösti Tikka Masala gehen Gäste aus Indien durchs Feuer.**

GastroJournal

Unsere touristischen Regionen-Partner.





### **American Express unterstützt aktiv den Tourismus in der Schweiz**

#### **Ihr globaler Zugang zu kaufkräftigen Kunden**

Es gibt kein zweites Kreditkartensystem dieser Grösse, bei dem Ausgabe und Verarbeitung der Karten durch denselben Anbieter gewährleistet werden. Dank dieser einzigartigen Stellung kennt American Express alle seine Karteninhaber weltweit und kann Ihnen ein umfassendes, exklusives Marketingangebot anbieten:

#### **partnerMarketing**

Nutzen Sie die Vorteile des **partnerMarketing**:

- Ansprache von weltweit über 92 Millionen Karteninhabern – Private und Business-Kunden
- Generieren von Mehrumsatz durch gezielte Angebote

Anfragen an: [info.partner@swisscard.ch](mailto:info.partner@swisscard.ch)

