Zürich, 27. September 2021

**Schweiz Tourismus macht sich fit für die Zukunft.**

**Schweiz Tourismus (ST) startet eine umfassende organisatorische Weiterentwicklung. Damit reagiert die Marketingorganisation auf neue Technologien und Kommunika­tions­­­formen und macht sich fit für die Zukunft. Im Vordergrund steht eine spürbare Ausweitung der Präsenz in den Märkten. Im Marketing werden zudem die saisonalen Abteilungen in eine Prozessorganisation umgewandelt. Die Umsetzung hat begonnen und dürfte bis Mitte 2022 dauern.**

Die vergangenen 18 Monate brachten nicht nur die grösste Herausforderung für den Schweizer Tourismus, sondern haben auch neue Technologien aufgezeigt, neue Formen der Kommunikation und Zusammenarbeit sowie neue Bedürfnisse. Auf der Schwelle zur Periode «Post Covid-19» und basierend auf diesen neuen Erkenntnissen ist jetzt genau der richtige Zeitpunkt, Schweiz Tourismus (ST) einen grossen Schritt weiterzuentwickeln.

Seit über zehn Jahren gab es in der Marketingorganisation keine grosse Strukturver­änderung, doch eine agile Organisation muss sich immer wieder neu definieren. Aus diesem Grund haben Geschäftsleitung und Vorstand von ST eine organisatorische Weiterent­wicklung beschlossen. Ziel ist es, mit dem bestehenden Team die weltweit beste nationale Tourismusorganisation zu sein.

Betroffen sind neben einigen internen Anpassungen insbesondere die Märkteorganisation, das Marketing, die Eventorganisation sowie das Digital Management:

* Die Märkte werden neu geleitet von je einem Head Märkte West und einem Head Märkte Ost. Zudem wird die Märktepräsenz mit neuen Antennen-Büros spürbar ausgeweitet, die Nähe zu den potentiellen Gästen gestärkt.
* Das Marketing ist nicht mehr länger nach den Saisons organisiert, sondern neu nach den klassischen Marketing-Einheiten «Campaigning», «(Partner-)Content», «Media Planning», «Asset/Content Productions» sowie weiterhin «Accomodation and Gastronomy».
* Die verschiedenen Bereiche der Event-Planung, -Koordination und -Organisation werden in einer neuen Abteilung zusammengefasst.
* Das Digital Management wird klarer gegliedert und abgegrenzt, mit einem Schwerpunkt auf Digital Analytics und einem verstärkten Content-Team für MySwitzerland.

ST wird diese Weiterentwicklung in den nächsten Monaten umsetzen und dabei die Branche und Partner wo immer möglich miteinbeziehen. Martin Nydegger: «Wir freuen uns – gemeinsam mit unseren Teams – ST und das ganze Schweizer Tourismusmarketing einen grossen Schritt weiterzubringen».

Details zu dieser organisatorischen Weiterentwicklung finden Sie in der entsprechenden Präsentation auf [STnet.ch](https://www.stnet.ch/de/organisatorische-weiterentwicklung/).

**Weitere Auskünfte an die Medien erteilt:**

Markus Berger, Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: +41 (0)44 288 12 70, E-Mail: markus.berger@switzerland.com

Medienmitteilung und weitere Informationen unter: [MySwitzerland.com/medien](http://www.myswitzerland.com/medien)