Zürich, 6. September 2022

**Bleisure: Neue Wege zur Bewerbung von Business Events.**

**Der Trend zur Verbindung von Ferien und Arbeit, «Bleisure» genannt, steht im Zentrum der neuen Kampagne des Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), der Fachabteilung Geschäftstourismus von Schweiz Tourismus (ST). Auf humorvolle Art werden neu breitere Zielgruppen für Business Events angesprochen. Im Vordergrund steht dabei ein neuer Video-Clip.**

Arbeit mit Freizeit verbinden ist spätestens seit der Pandemie weltweiter Trend. Das Reiseland Schweiz bietet hier geradezu optimale Angebote. Die Fachleute des SCIB bei ST lancieren aus diesem Grund eine weltweite, digitale Kampagne zur Stimulierung des Geschäftstourismus. Auf humorvolle, typisch schweizerische Art richtet sich ein neuer Video-Clip ans Zielpublikum. Dabei werden die verschiedenen Entscheidungsträgerinnen und Organisatoren von geschäftlichen Veranstaltungen in Firmen und Institutionen mit präziser Ansprache auf Online-Kanälen punktgenau erreicht.

**Viel «Swissness» für den Geschäftstourismus**

Durch den neuen Werbeclip führt der fiktive Urs Letterli in humorvollem «Swinglish». Ein typisch schweizerischer, genauer und sorgfältiger Beamter und Statistiker, der daran verzweifelt, dass in der Schweiz Freizeit und Arbeit kaum säuberlich auseinandergehalten werden können. Ein Meeting auf der Seeterrasse, Kongressteilnehmer diskutieren in einer Seilbahn – Leisure oder Business? «Bleisure» eben. Wie soll er da eine korrekte Statistik führen können? «So kann man kein Land führen», resigniert er. Der Videoclip wurde von ST in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Wirz Group, SiR MaRY für die Distribution und TUNA für die Produktion realisiert.

«Dank der ersten digitalen Kampagne für Business Events in dieser Grössenordnung erreichen wir ein Vielfaches an potenziellen Entscheidungsträgern von internationalen Business Events in unseren Märkten, die wir mit präzisem Targeting und gezielten Botschaften auf die Schweiz aufmerksam machen. Eine perfekte Ergänzung unserer regulären Marktbearbeitung», erklärt Barbra Albrecht, Leiterin SCIB und Mitglied der Geschäftsleitung von ST.

**Optimierte Website und Event-Planer**

Auf der Kampagnen-Website findet sich neu ein «Event-Planer», ein Planungstool mit einer Vielzahl an Filter- und Suchfunktionen sowie einer Rubrik «Aussergewöhnliche Lokalitäten». Der Kampagnen-Clip wurde auf YouTube veröffentlicht und wird nun primär auf LinkedIn an potentielle Kunden und Veranstalterinnen von geschäftlichen Meetings aller Art ausgespielt. Die Kampagne läuft seit Anfang September 2022, sie richtet sich neben dem Heimmarkt Schweiz auch an die Nahmärkte Deutschland, die Benelux-Staaten, Frankreich, das Vereinigte Königreich und Irland sowie Skandinavien. In Übersee stehen Nordamerika, Südostasien und Indien im Fokus. Die Promotionsaktivitäten dauern bis Ende Jahr.

[**Videoclip**](https://www.youtube.com/watch?v=dO34Zossyaw)

**Landing Page:** www.myswitzerland.com/meetings

[**Bilder**](https://sam.myswitzerland.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=uOafS71tjw9C)  
*(Engelberg OW und Zürichsee – ausschliesslich redaktionelle Verwendung, © Schweiz Tourismus / Fotoschule Baur)*

[**Daten und Fakten zum SCIB**](https://www.stnet.ch/app/uploads/2022/08/factsheet-scib_2022_d-1.pdf)

**Weitere Auskünfte an die Medien erteilt:**

Markus Berger, Leiter Unternehmenskommunikation

Telefon: +41 (0)44 288 12 70, [markus.berger@switzerland.com](mailto:markus.berger@switzerland.com)

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