Zürich, 25. September 2023

**Erfolgreiche Business Events dank Fensterläden – die neue MICE-Kampagne von Schweiz Tourismus (ST).**

**Die Nachfrage nach Business Events in der Schweiz hat sich erfreulicherweise im Jahr 2023 weiter erholt und liegt bereits bei etwa 77 % des Niveaus vor der Pandemie\*. Dieser Trend zeigt, dass die Welt sich nach persönlichen Begegnungen sehnt, trotz der vermehrten Nutzung virtueller oder hybrider Meetings. In diesem Kontext präsentiert das Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), die Fachabteilung für Meetings- und Kongresstourismus von ST, seine neue Kampagne mit Augenzwinkern, um weltweit Verantwortliche für Business Events für die Schweiz zu begeistern.**

Im internationalen Vergleich bietet das Reiseland Schweiz nicht nur eine hervorragende Meetings-Infrastruktur nach qualitativ höchsten Standards, sondern auch Sicherheit, kurze Wege, Nachhaltigkeit und optimale Event-Locations – die noch viel mehr als bloss Kulisse sein können für Geschäftstreffen und Seminare.

*\*Quelle: SCIB-Datenbank (Offertanfragen Jan. bis August 2023, im Vergleich zur selben Periode 2019)*

**Erneut humorvolles «Swinglish» mit Letterli**

Nach der Premiere im letzten Jahr führt auch in der diesjährigen SCIB-Kampagne wieder Urs Letterli im besten Schul-Englisch durch den neuen Film. In der Schweiz ist die Aussicht selbst in Meetings-Locations viel zu schön – mächtige Berge, kristallklare Seen und malerische Boutique-Städte lenken viel zu sehr vom Geschäftlichen ab. Zum Glück gibt es jedoch die perfekte Lösung für dieses Problem: «Fänschterläde!». Herr Letterli weiss: die Konzentration steigt sofort wieder an, sperrt man das Panorama mittels Fensterläden einfach aus.

Den unterhaltsamen Film konzipierte die Werbeagentur Wirz Group in Zusammenarbeit mit ST. Halioua Film war für die Produktion und SiR MaRY für die Distribution zuständig.

«Diese Kampagne spricht in erster Linie potenzielle Entscheidungsträgerinnen und Planer von internationalen Business Events an, sowohl im Heimmarkt Schweiz als auch in Europa und Übersee. Wir machen mit viel Humor auf die Schweiz aufmerksam – eine ideale Ergänzung zu unseren alltäglichen Promotionsaktivitäten», erklärt Barbra Albrecht, Leiterin SCIB und Mitglied der Geschäftsleitung von ST.

**Online-Event-Planer und Nachhaltigkeitsfokus**

Die Kampagne präsentiert den optimierten Online-Event-Planer des SCIB, ein Planungstool mit einer Vielzahl an Filter- und Suchfunktionen. Die Landing Page der Kampagne verweist zudem auch auf das Thema Nachhaltigkeit und beinhaltet wertvolle Tipps und Hilfestellungen für die nachhaltige Organisation von Business Events, so zum Beispiel den Kontakt zu nachhaltigen Anbietern oder Ratschläge zur Verminderung von Emissionen.

**YouTube für LinkedIn und Instagram**

Die Kampagne startet heute und richtet sich neben dem Heimmarkt Schweiz vor allem an die Nahmärkte Deutschland, die Benelux-Staaten, Frankreich, das Vereinigte Königreich und Irland sowie Skandinavien. In Übersee steht Nordamerika im Fokus. Der Kampagnen-Clip ist auf YouTube veröffentlicht und wird nun primär auf LinkedIn und Instagram an potenzielle Kunden und Veranstalterinnen von Business Events aller Art ausgespielt. Die Kampagne läuft bis Ende Jahr.

*Verantwortlich bei ST:
Barbra Albrecht (Head of SCIB), André Hefti (CMO), Martin Pally (Head of Campaigns), Alexandra Schedler (Campaign Manager), Pascal Bloch (Fachleiter Multimedia Production), Bernhard Rhyn (Project Manager SCIB), Katharina Frede (Marketing Distribution Manager), Natalia Sizova (MICE and Digital Manager), Sonja Honegger (Content Manager), Kim Corpataux, Matyas Fabian (Multimedia Producer), André Meier (Project Manager Photo), Nadine Ackermann (Graphic / Media Designer), Giulia Rossi (Trainee Campaigns)*

*Verantwortlich bei Wirz Group (Kreation):
Livio Dainese (Co-CEO), Matthias Fürst (Kreation), Florian Siegrist (Kreation), Elena Gabriel (Kreation), Julia Keller (Strategie), Erasmo Palomba (Agency Producing), Andrea Müller (Beratung), Nadia Bruni (Beratung)*

*Verantwortlich bei Halioua Film GmbH (Filmproduktion):
Janic Halioua (Executive Producer, Director & Director of Photograpy), Meret Früh (Producer), Noah Debbabi (Postproduction)*

*Verantwortlich bei Sir Mary (Medienplanung):
Katharina Günther (Head of Media Planning), Céline Zemp (Senior Digital Operations Specialist), Sira Wengi (Digital Planner & Consultant)*

[**Video-Clip auf YouTube**](https://www.youtube.com/watch?v=C4H5BZEU4tE)

**Link auf Online-Planungstool / Kampagnenseite:**<https://meetings.myswitzerland.com/de-ch/>

[**Bildmaterial**](https://sam.myswitzerland.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=hikRpXqvIrfl)(Bitte jeweils © beachten und angeben!)

***Schweiz Tourismus (ST)***

*ST ist eine öffentlich-rechtliche Körperschaft des Bundes und ist mit der Förderung der touristischen Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz im In- und Ausland beauftragt. Die Entwicklung und Umsetzung nachfragewirksamer Marketingprogramme und die Profilierung der starken, klassisch-modernen Tourismusmarke Schweiz landes- und weltweit stehen im Mittelpunkt.*

*ST arbeitet in enger Zusammenarbeit mit der Tourismusbranche, welche ungefähr die Hälfte des Budgets beisteuert. Die andere Hälfte besteht aus Bundesgeldern. Die Organisation arbeitet kunden- und marktorientiert und wird nach betriebswirtschaftlichen Kriterien geführt.*

*Weltweit ist ST mit rund 280 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (255 FTEs), verteilt auf 35 Büros, in 23 Märkten präsent.*

**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)