Zürich, den 9. Januar 2024

**Eine neue digitale Markenwelt für Schweiz Tourismus.**

**Im Jahr 2024 wird Schweiz Tourismus (ST) ihre Marke in eine neue Ära führen. Die Goldblume – das Logo von ST – gibt es seit fast 30 Jahren. Die heutigen Anforderungen an eine Marke mit globaler Sichtbarkeit unterscheiden sich stark von denjenigen, die bei ihrer Gründung gestellt wurden. Darum wird ST der Tourismusbranche am Schweizer Ferientag im April zum ersten Mal ihre neue Markenwelt vorstellen.**

Die Anforderungen an eine Marke sind 2024 ganz anders als vor knapp 30 Jahren. Damit die touristische Marke der Schweiz auch künftig ihre volle Wirkung entfalten und sich problemlos an neue und zukünftige Marketingkommunikationskanäle anpassen kann, hat ST beschlossen, eine neue, einzigartige und wiedererkennbare digitale Schweizer Markenwelt zu schaffen, die wiederum für eine ganze Generation Bestand haben wird.

Seit 1995 wurde das ST-Logo – die Goldblume – millionenfach gezeigt und auf Hunderttausenden von Werbeträgern wirkungsvoll eingesetzt. Es hat der Schweiz stets ein sympathisches, wertiges und sehr authentisches Image verliehen und war eine starke Marke für die touristische Schweiz. Nicht nur ST trug die Goldblume mit Stolz, sondern auch viele Branchenorganisationen, Destinationen und Leistungsträger. Doch jetzt ist es auch für die Goldblume Zeit für den Aufbruch in die digitale Markenwelt.

Der Prozess zur Schaffung dieser neuen Markenwelt hat unter Begleitung von MADE Identity AG begonnen. ST wird in den kommenden Monaten den Zeitplan und den Rahmen für die Einführung der Marke festlegen. Die neue Markenwelt wird der Tourismusbranche erstmals am Schweizer Ferientag in Genf am 29. April 2024 vorgestellt.

***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 36 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)