

# Panel 2

## Destinationen morgen: Wo geht die Reise hin?

**Tina Boetsch**, Projektleiterin Hanser Consulting

**Pascale Berclaz**, Direktorin Made in Bern AG

**Letizia Elia**, Direktorin Basel Tourismus

**Daniel Luggen**, Direktor Zermatt Tourismus

**Marco Leu**, CFO Titlis Bergbahnen

**Thomas Wüthrich**, Direktor Zürich Tourismus

# Positionierung



## Positionierung der Destination

### Wichtigste Elemente der Positionierung von Destinationen



## Frage Positionierung

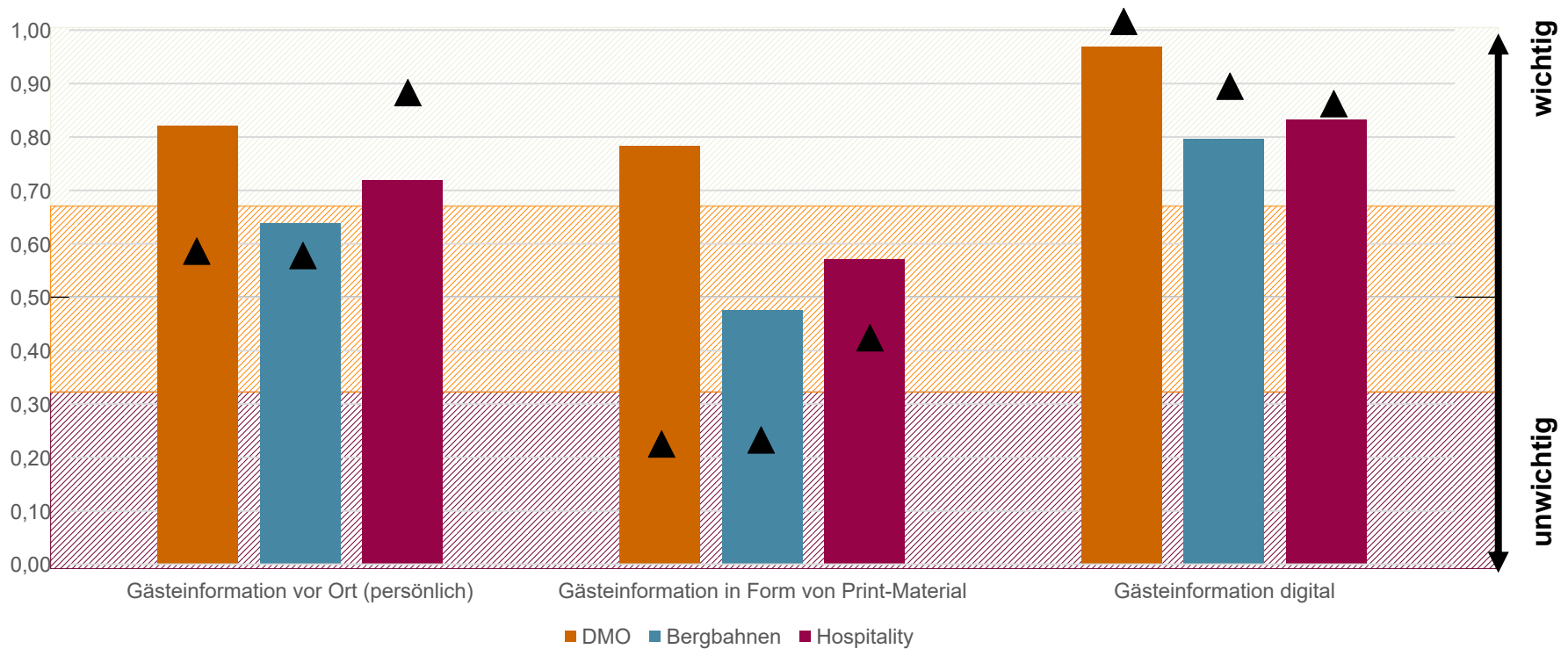
**Kann die DMO ihre  
Destination aktiv  
(um)positionieren? Wie?**



# Gästeinformation im Wandel



## Gästeinformation im Wandel



n=175

Quelle: IMP-HSG & Hanser Consulting AG, Sep. 22

▲ Zukünftige Erwartung

## These Gästeinformation von morgen

**Gästeinformation ist im Wandel.  
Digital, persönlich, anders:  
Wie weiter?**



# Personal-/Fachkräftemangel und Rolle der DMO

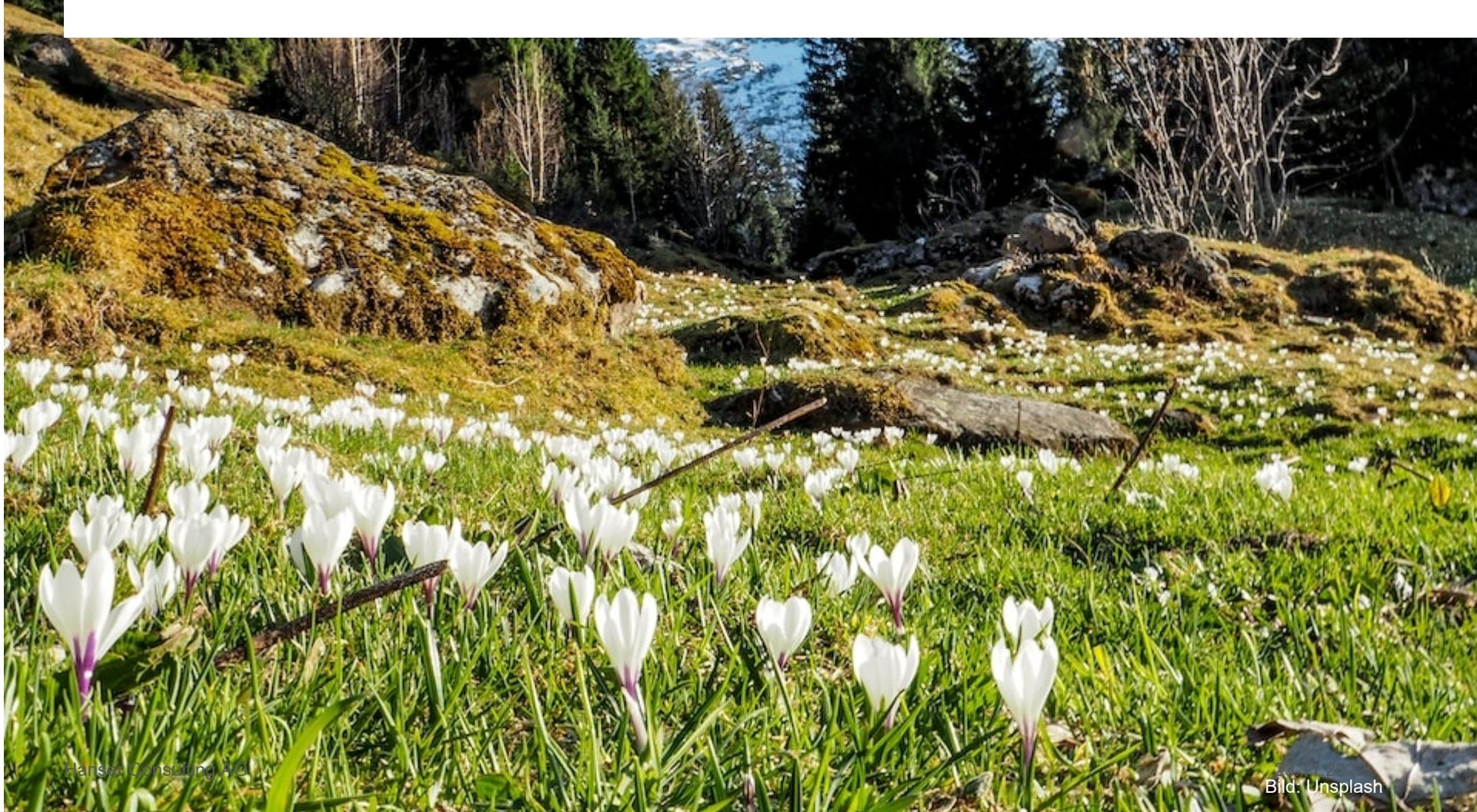




## These Fachkräfte

**Personal- und Fachkräftemangel ist einer der grossen «pain points» der Leistungsträger. Wie können DMO einen Lösungsbeitrag leisten?**

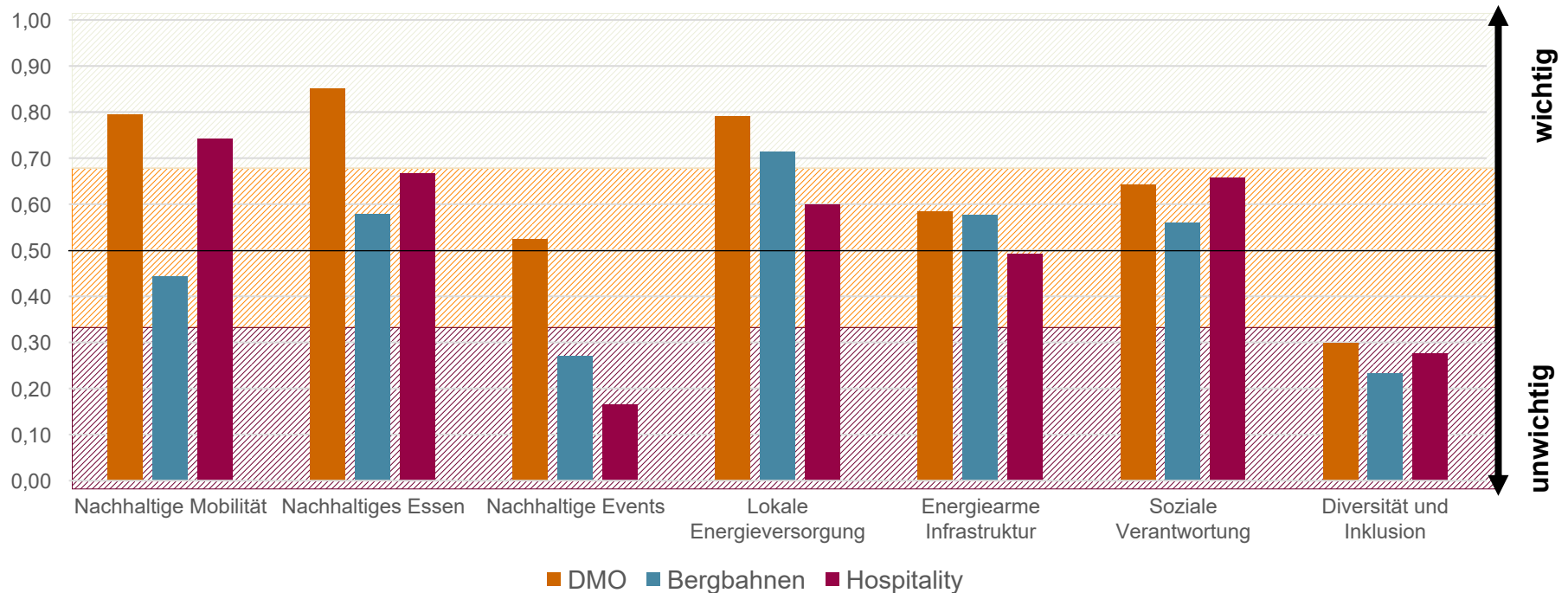
# Nachhaltigkeit und Rolle der DMO





## Übersicht zur Bedeutung verschiedener Nachhaltigkeitsthemen

Generell werten DMO die Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen für die Destination wichtiger als die Leistungsträger.



n=175

Quelle: IMP-HSG & Hanser Consulting AG, Sep. 22

## These Nachhaltigkeit

**«DMO können auf Nachhaltigkeitsmassnahmen hinweisen und unterstützen, aber die Initiative muss von den Leistungsträgern kommen.»**

Aussage eines Umfrageteilnehmers

## These Nachhaltigkeit

**DMO gewichten  
Nachhaltigkeitsthemen höher als  
Leistungsträger.  
Was können oder sollen die DMO  
selber tun?**



**Danke für Ihre Aufmerksamkeit**

