



# Umsetzungsplan 2023

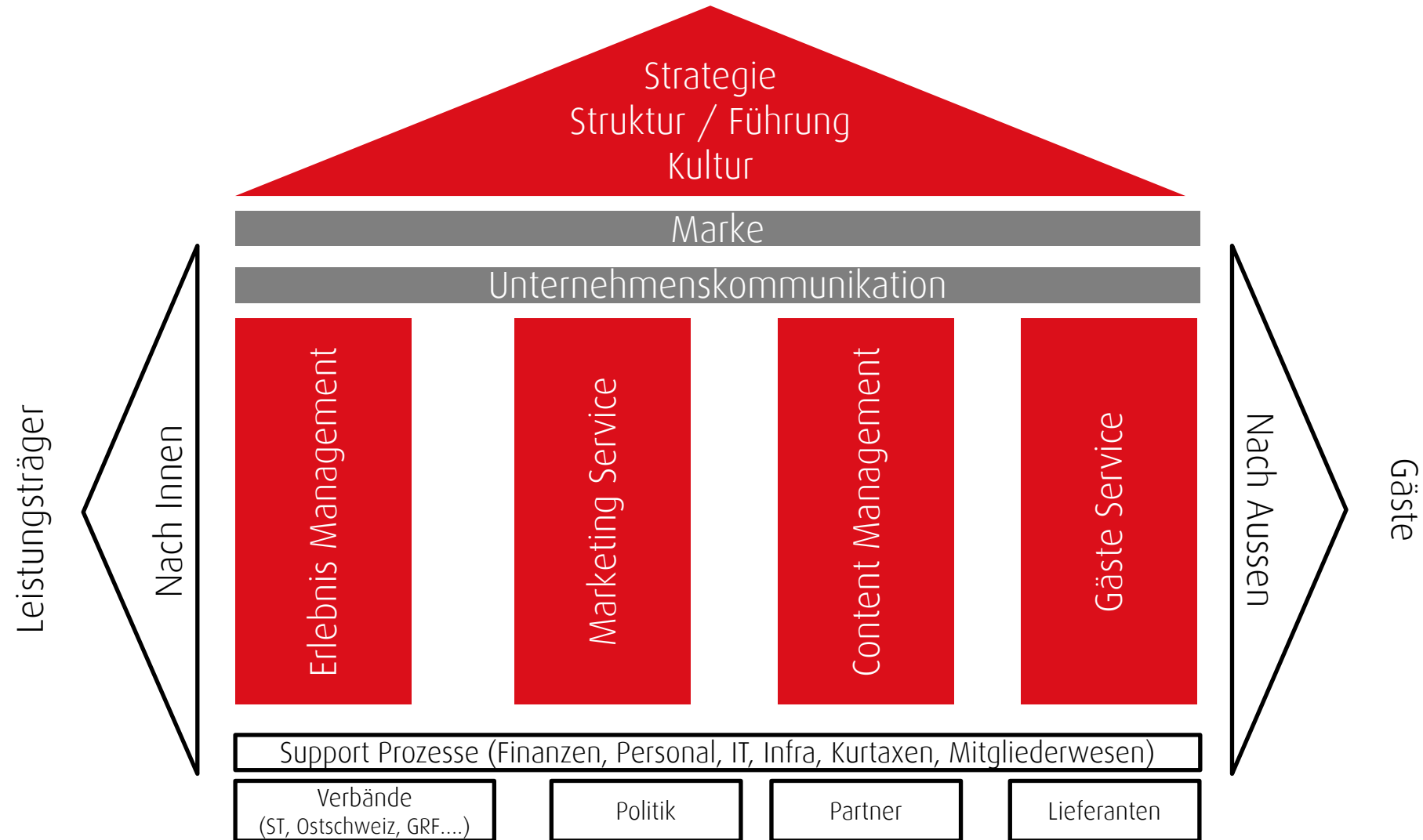
Heidiland Tourismus AG

**HEIDLILAND**

1. Kompetenzhaus Heidiland Tourismus
2. Schwerpunkte 2023
  - 2.1 Themenschwerpunkte
  - 2.2 Projektunterstützung
  - 2.3 Kommunikation nach Innen
3. Umsetzungen aus Kernbereichen
  - 3.1 Erlebnis Management
  - 3.2 Content Management
  - 3.3 Marketing Service
  - 3.4 Gäste Service



**Wo und wie kann Heidiland Tourismus  
für seine Gäste und Leistungsträger  
eine Wirkung erzielen?**



# Schwerpunkte 2023



# Schwerpunkte



- Wandern
- Kultur
- Wellness
- Ski
- ...

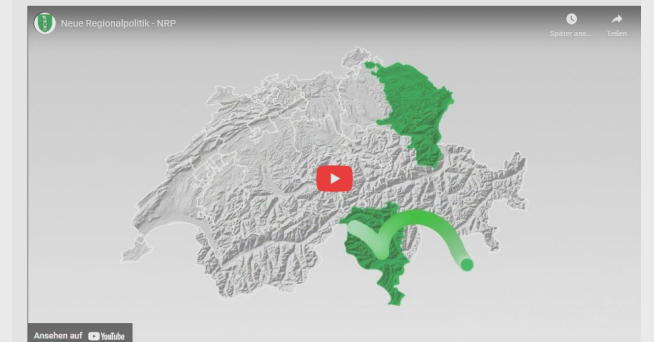
## Themen Schwerpunkte



## Kommunikation nach innen

## Projektunterstützung

Haben Sie eine Idee für ein touristisches Projekt und sind auf der Suche nach Unterstützung? Wir beraten Sie gerne individuell und zeigen Ihnen auf, welche Möglichkeiten es gibt.



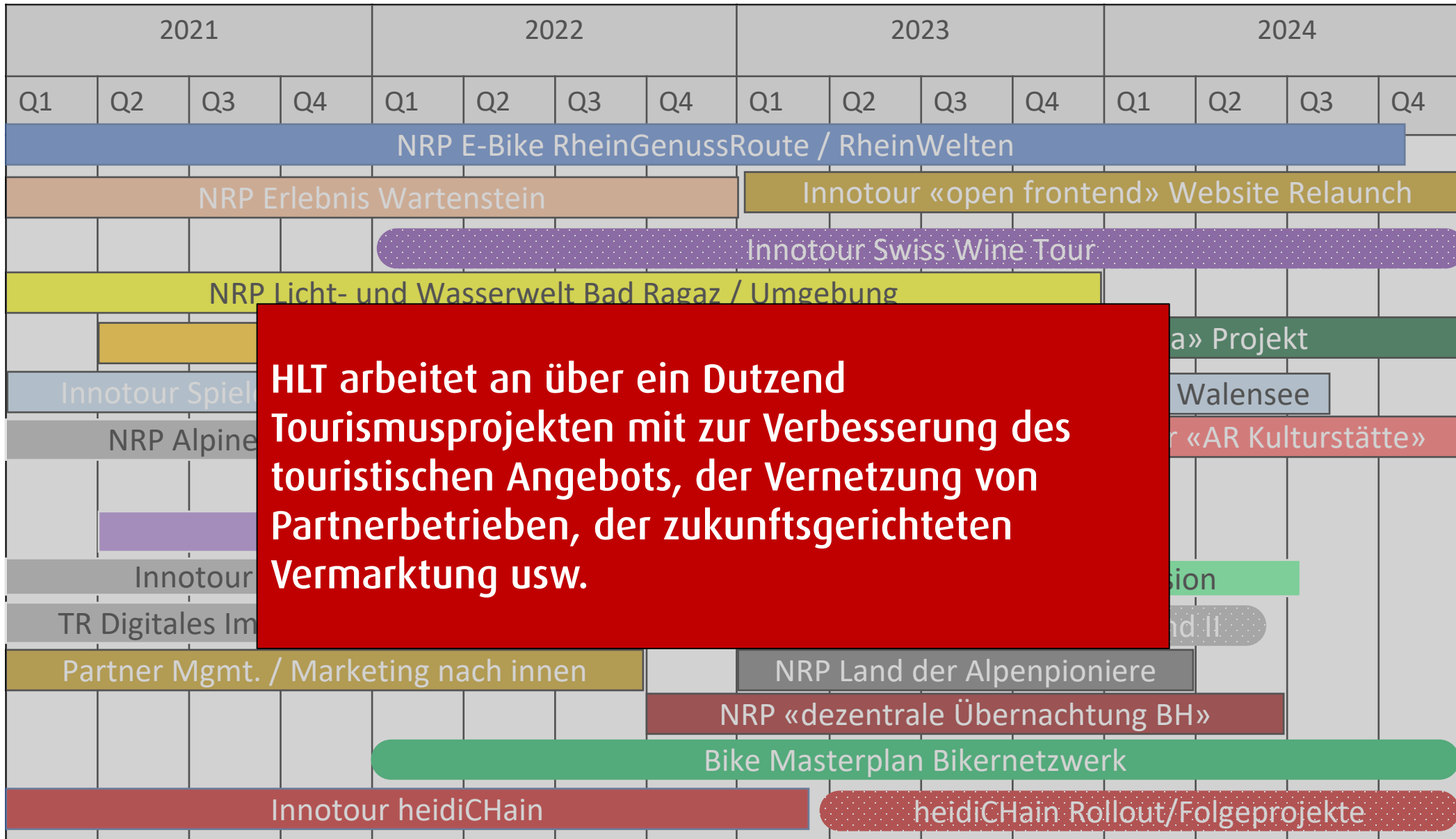
### Tourismusrat St. Gallen

Haben Sie eine Idee für ein touristisches Projekt, aber Ihnen fehlen Expertise, das Netzwerk oder finanzielle Mittel? Zukunftswirksame Projekte und Ideen für den St. Galler Tourismus werden zentral durch den Tourismusrat St. Gallen koordiniert und unterstützt.

[» mehr](#)

## Projektunterstützungen

# 2.2 Projektliste (Auszug)



**HLT arbeitet an über ein Dutzend Tourismusprojekten mit zur Verbesserung des touristischen Angebots, der Vernetzung von Partnerbetrieben, der zukunftsgerichteten Vermarktung usw.**

# 2.1 Bike / E-Bike LV Bike PM und Strategiem Umsetzung

Die Ferienregion Heidiland soll auch die kommenden Jahre im Themenbereich Mountainbike und E-Bike von der positiven Marktentwicklung profitieren und mit zielgruppengerechten Angeboten den Gästen ein positives Erlebnis bieten. Dafür benötigt es Know-how und Ressourcen, sich der Thematik zu widmen. In enger Zusammenarbeit mit der Bikernetzwerk AG und fähigen und willigen Partnern entwickeln wir das Bike / E-Bike Erlebnis weiter. **Eine wichtige Grundaufgabe ist die Erarbeitung einer Bike/E-Bike Strategie für die Ferienregion um eine zielgerichtete und langfristige Entwicklung zu ermöglichen.**



- Top Qualität offizielle Routen
- Top Service/Angebot
- Aufgabenteilung
- Strategie ganzheitlich abgestützt



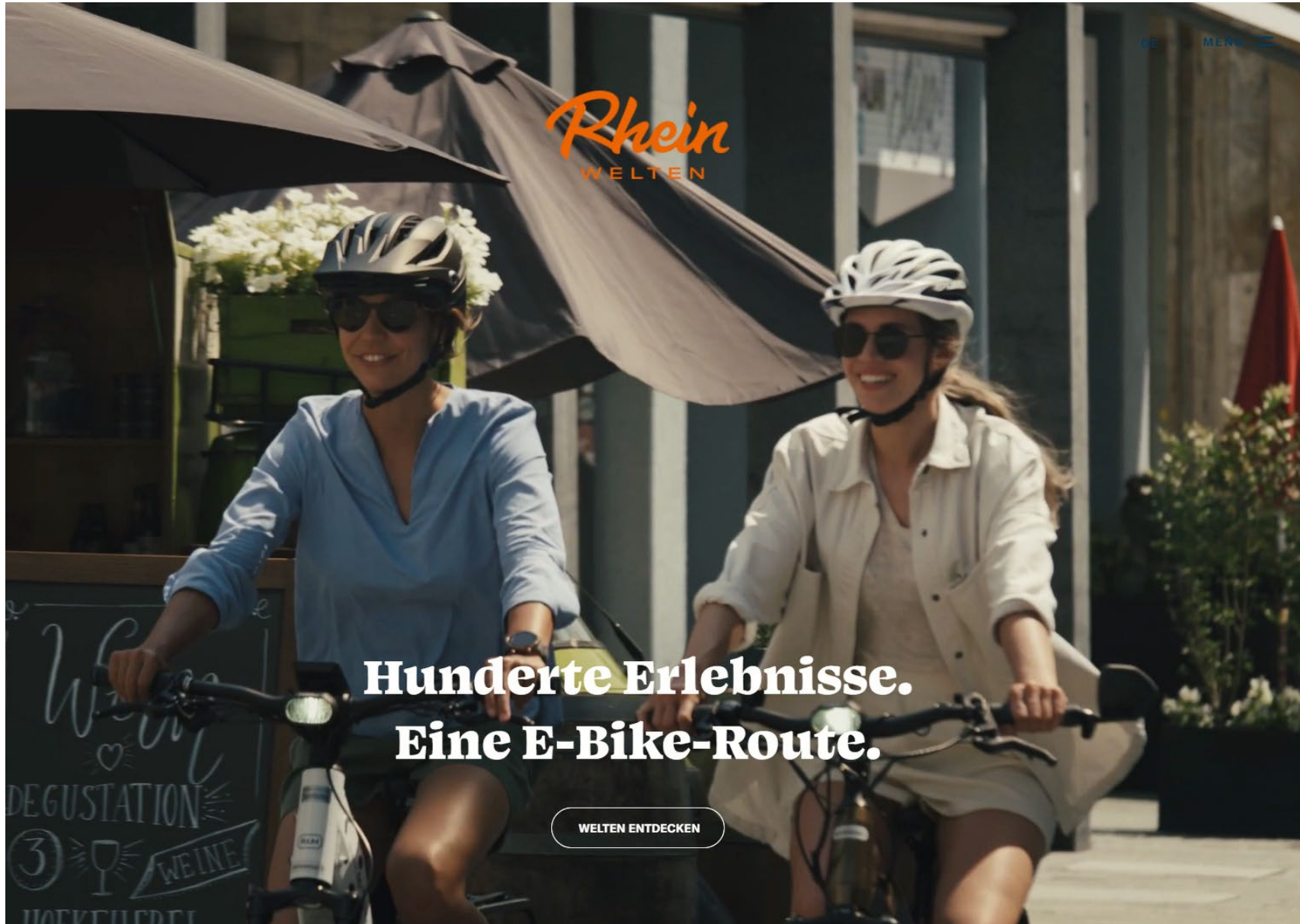
- Bike-Hotels Betreuung
- Angebotsentwicklung
- Bike-Safari
- Umsetzung Masterplan Bike/E-Bike





# 2.2 NRP Projekt: RheinWelten

HEIDILAND



**Hunderte Erlebnisse.  
Eine E-Bike-Route.**

WELTEN ENTDECKEN



- Wertschöpfung steigern im Themenbereich in der Region Heidiland
- Positionierung zum Thema Wein & Wasser
- Schaffung neuer Erlebnisse



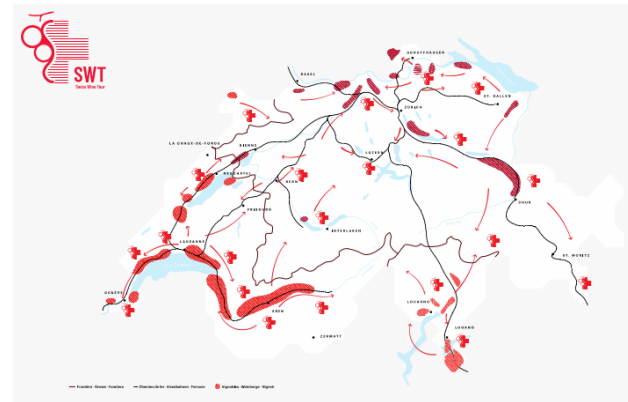
- Landierung Digitaler Reisebegleiter
- Kommunikation der Erlebniswelt Heidiland
- Bereitstellen von buchbaren Erlebnissen zu den Themen Wein & Thermalwasser



Schweiz.

# 2.2 Projekt – Innotour: Swiss Wine Tour

- Das Innotour Projekt SWT ist im April 2021 in der Westschweiz und im Tessin gestartet. Das Ziel ist Weintouristische Erlebnisse national zu verbinden, international zu vermarkten und die Angebotsqualität nach internationalen Benchmarks zu verbessern. Heidiland Tourismus wird im 2022 und 2023 zusammen mit weiteren Ostschweizer Destinationen (St. Gallen, Thurgau, Schaffhausen und Liechtenstein) am Projekt partizipieren. Das Projekt wird Ende 2024 abgeschlossen.



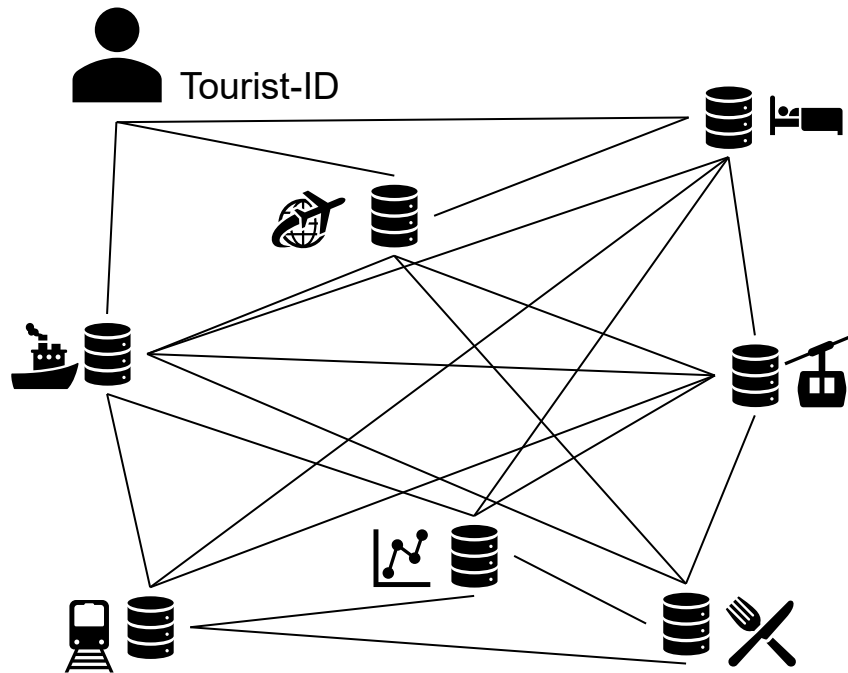
- Touristische Inwertsetzung Weinerlebnisse Heidiland
- Vernetzung von Leistungserbringer und Branche
- Positionierung im Bereich Wein/Genuss-Region



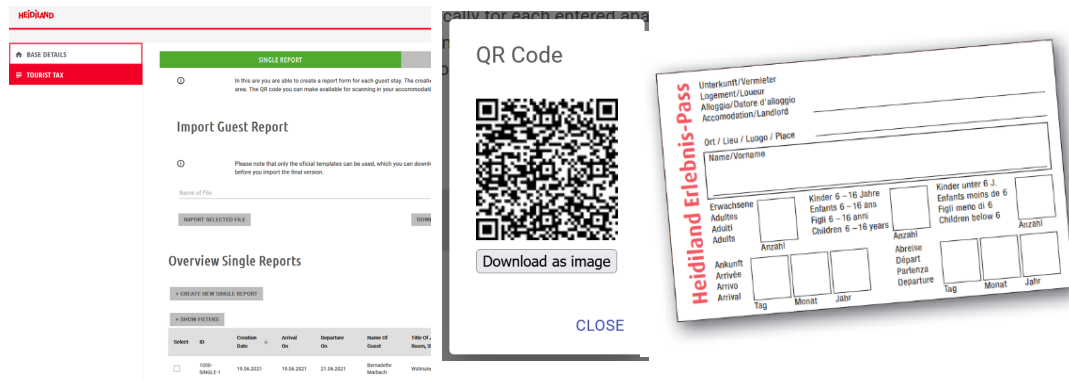
- Angebotsbündelung in der Region
- Vermarktung buchbare Wein-Angebote
- Wissensaufbau und Vermittlung



# 2.2 Innotour Projekt HeidiChain



- **Einführung Kurtaxen-System HeidiChain per 07.2023**
  - Produktivsetzung der aktuellen Entwicklungen mit neuem Umsetzungspartner.
  - Go-Live mit einer Pilot-Destination. Danach Onboarding weiterer Gemeinden auf 2024
- **Überarbeitung des Erlebnisspass und ggf. Anbindung an digitale Lösung**
  - Konzeption Erlebnisspass 2.0
  - Abgleich Möglichkeiten digitale Lösung / Kundenportal
- **Einführung PWA-Applikation für Gäste per 2024**
  - Verknüpfung zu E-CRM (Profilierung Kundendaten)
  - Buchbare Produkte & Dienstleistungen
  - Event- & Touren-Ideen
  - Tourist-ID (anonymisiert)

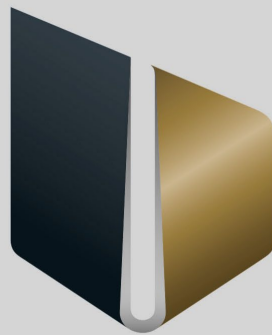


# Unternehmenskommunikation

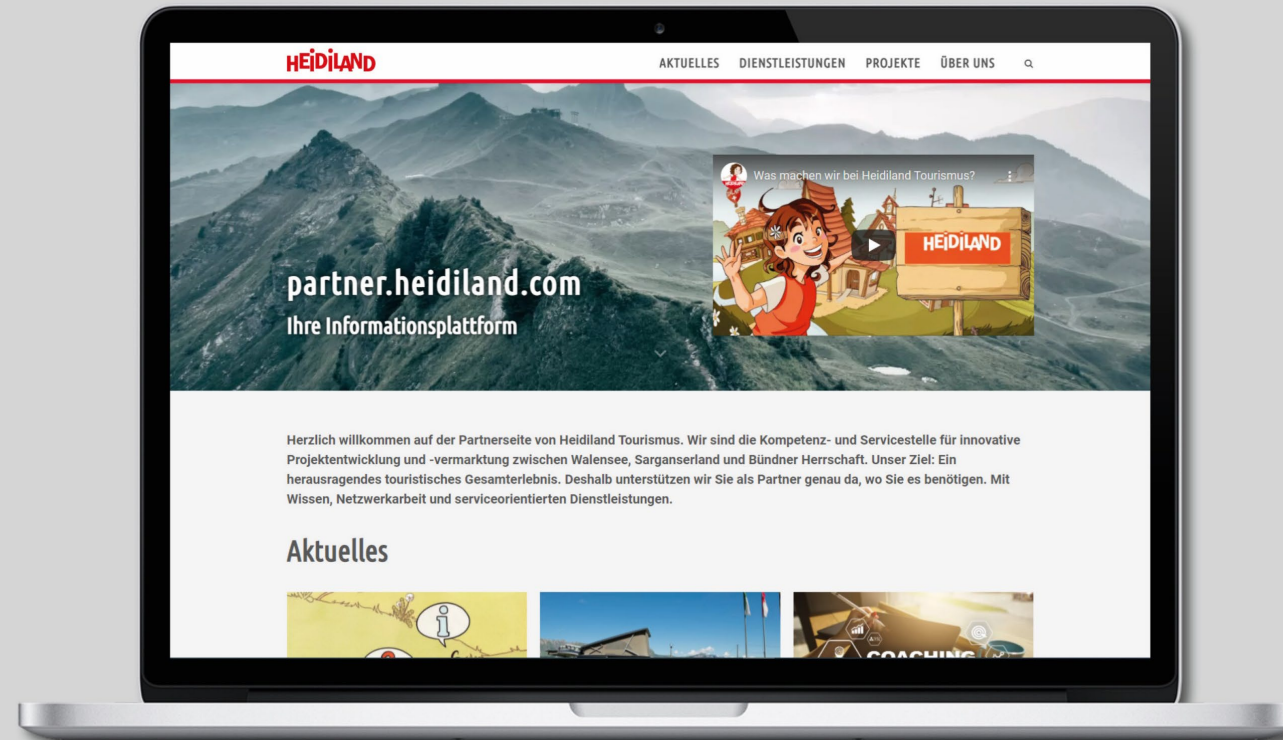


# 2.3 Informationsplattform für unsere Partner

HEIDILAND



german  
brand  
award  
'22  
winner



[Partnerplattform Heidiland Tourismus - partner.heidiland.com – DE](https://partner.heidiland.com)



# 2.3 Jahresbericht Heidiland Tourismus AG

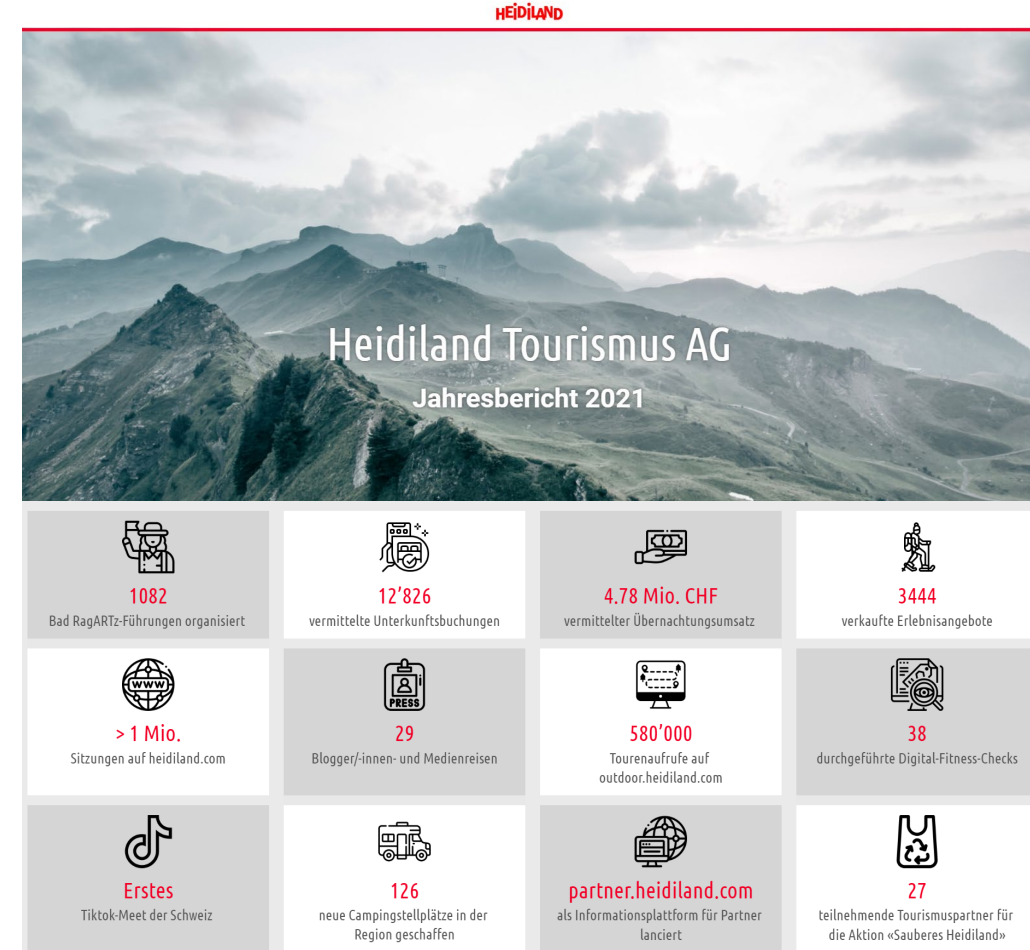
«Tue gutes und sprich darüber». HLT hat sich zum Ziel gesetzt auch 2023 noch einmal den Fokus auf die Kommunikation nach Innen über Tätigkeiten, Massnahmen und Projekte zu informieren. Dazu wird nach 2022 auch 2023 als Hauptmassnahme ein digitaler Jahresbericht zum vergangenen Geschäftsjahr erstellt.



- Integration eines digitalen Reporting-Moduls auf der Partner-Plattform [partner.heidiland.com](https://partner.heidiland.com)
- Regelmässige Kommunikation von Reportings über owned-media



- Erstellung Jahresbericht
- Erstellung von Template-Elemente für individualisierte Reportings



# 2.3 Partner Management – Kommunikation

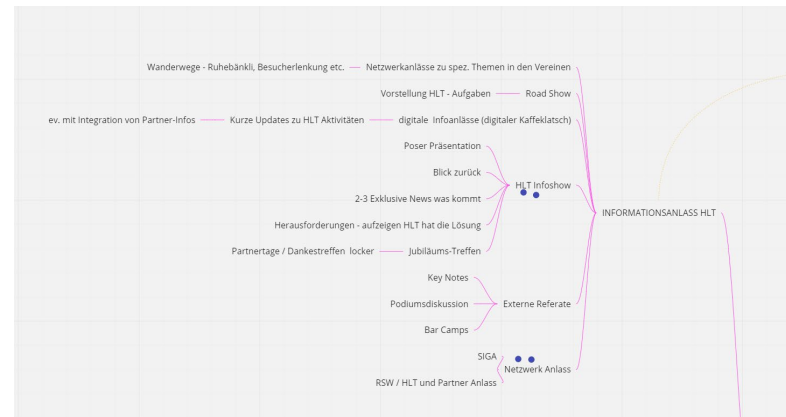
Unsere wichtigsten Zielgruppen im B2B-Bereich sind unsere touristischen Leistungsträger, touristische Organisationen in der Region (u.a. Verkehrsvereine und Tourismuskreise) und öffentliche Institutionen (wie Gemeinden und Ortsgemeinden). Um das Tourismusbewusstsein zu verbessern, die Dienstleistungen unserer Organisation aufzuzeigen und die Zusammenarbeit zu stärken wird hier die Kommunikation intensiviert. Insbesondere wird ein «On-Boarding-Prozess» für Leistungserbringer definiert.



- Zusammenarbeit mit HLT verbessern
- Image-Steigerung bei Stakeholders
- Tourismusverständnis über die HLT stärken
- Direkter Austausch/ Präsenzen an wichtigen Veranstaltungen/Foren
- Onboarding Prozess LT
- Massnahmen aus den Ergebnissen der Partnerumfrage 2022



## On-boarding-Prozess LT



Zur Webansicht >

### HEIDLAND

#### Sich gemeinsam für die Region engagieren

Gruezi Herr Bergamin

Auch in diesem Sommer waren viele Leute in der Region unterwegs. Das freut uns sehr. Gerade weil so viele Gäste die Schönheit unserer einmaligen Landschaft und unsere Natur schätzen, möchten wir einen Beitrag leisten, damit das auch in Zukunft möglich ist. Mit der Mobilbar Generalagentur Buchs-Sargans haben wir einen Partner gefunden, der sich genauso wie wir für die Region einsetzt. Deshalb haben wir gemeinsam die Aktion «Sauberes Heidlands» ins Leben gerufen. Was es damit auf sich hat, erfahren Sie in unserem Beitrag unten.

Herbstliche Grüsse

Heidiland Tourismus  
Orlando Bergamin, Geschäftsführer

#### Aktion «Sauberes Heidiland»

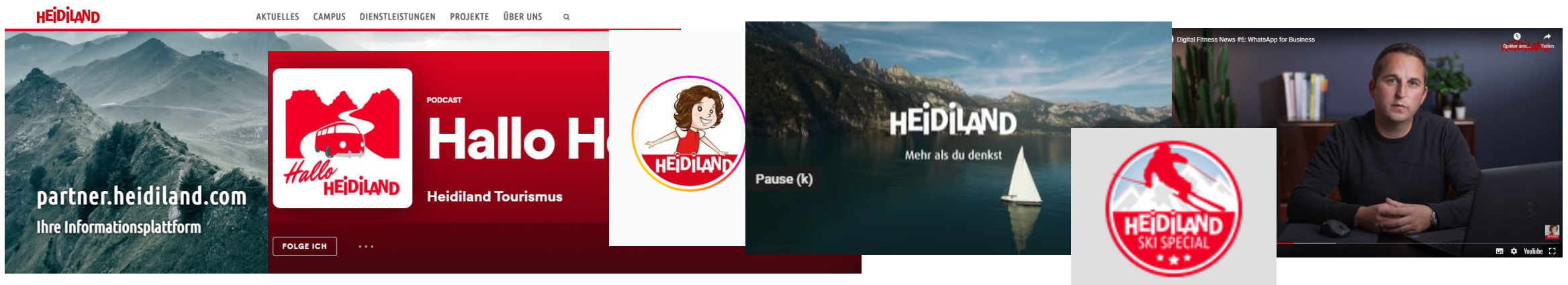
Mit der Mobilbar Generalagentur Buchs-Sargans und Heidiland Tourismus spannen zwei regionale Partner zusammen. Zum Herbstferienstart lancieren sie die Aktion «Sauberes Heidiland». Herzstück der gemeinsamen Kampagne ist ein kostenloser Sammelsock, welcher in der ganzen Region verteilt wird. Er soll Gästen wie Einheimischen dabei helfen, unterwegs ganz einfach eigenen und fremden Abfall zu sammeln und anschliessend fachgerecht zu entsorgen.

## 2.3 Refresh Marke Heidiland

HEIDILAND

Das CD von Heidiland Tourismus stammt aus den Anfängen der Organisation und spiegelt im Wesentlichen auch die damaligen Hauptanwendungen wieder. Mit der Digitalisierung sind eine Vielzahl neuer digitaler Touchpoints dazugekommen, für die es angepasste Formen der Markenkommunikation braucht. Dies betrifft nicht nur die Anwendungsfälle von Heidiland Tourismus selbst, sondern auch für die Partner, welche die Dachmarke mitkommunizieren. Der Refresh beinhaltet deshalb mehrere Stossrichtungen:

- Überarbeitung CD zur besseren Integration auf verschiedenen Kanälen, insbesondere digitale
- Auffrischung Look&Feel für einfachere Partnerintegration (Verkehrsvereine, Leistungsträger)



# Umsetzungsplan 2023

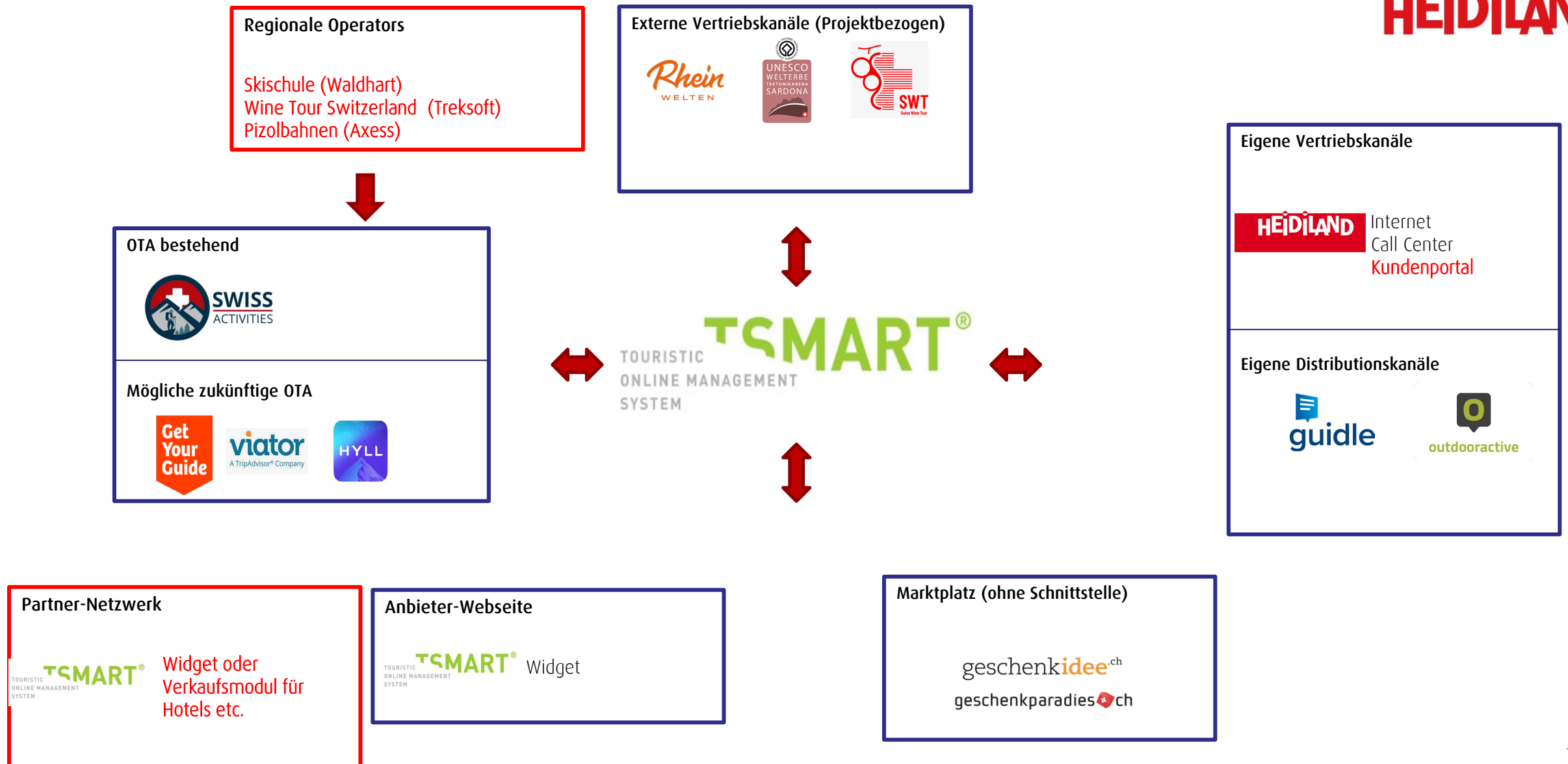
## Kernbereiche

# 3.1 Erlebnis Management



# Vertrieboptimierungen auf Basis T-Smart – Teil Erlebnisse

HEIDI LAND



- Für die übergreifenden Projekte von «Swiss Wine Tour» und «RheinWelten» werden im 2023 önotouristische buchbare Erlebnisse entwickelt.
- Als Ergänzung zu den sehr erfolgreichen Kulinarik-Touren im Sommer wird die Entwicklung von vergleichbaren Angeboten im Winter geprüft.



- Wertschöpfung Steigerung im Themenbereich Wein
- Schaffung neuer önotouristischen Angebote
- Schaffung neuer Wintererlebnisse zum Thema Kulinarik



- Prüfen neuer Erlebnisse im Q4 22 und Q1 23
- Angebotsentwicklung zum Thema Kulinarik im Winter und Önotourismus

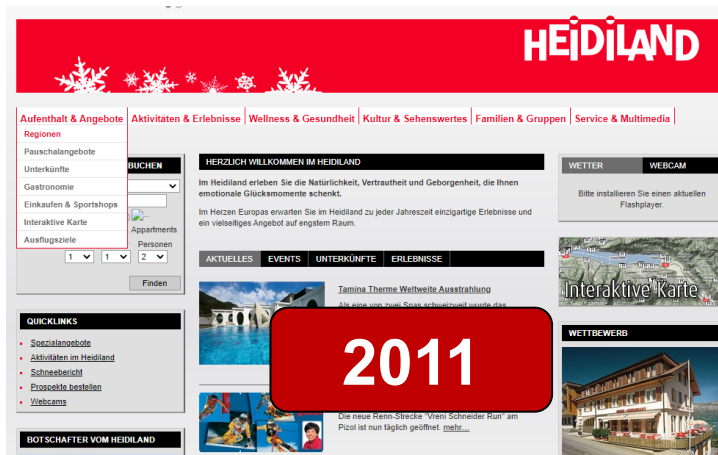


## 3.2 Content Management

# RELAUNCH Webseite heidiland.com / OPEN FRONTEND



Gemeinsam mit fünf weiteren DMO in der Ostschweiz, weiteren Partnern und der TSO AG als technischen Partner wird ab 2023 ein umfangreiches Projekt gestartet für den Relaunch der Destinations-Websites. Das Projekt beinhaltet diverse System- und Prozesseinnovationen und wird vom SECO als Innotour-Projekt unterstützt. Die ersten Websites sollen ab Q4 2024 live geschaltet werden.





# Podcast «Hallo Heidiland» - Umsetzung

# HEIDILAND

PODCAST

## Hallo Heidiland

Heidiland Tourismus

FOLGE ICH

Weiterhören

### #1 mit Martina Gassner, Wirtin auf der Alp Fursch

Zu Gast in der ersten Folge von «Hallo Heidiland» ist Martina Gassner. Sie erzählt von ihrer Aussteigergeschichte und wie sie von der SRF-Digitalredaktion zu einer (ziemlich analogen) Alp-Beiz am Flumserberg auf knapp 1'800 m.ü.M. kam. Im...

11. Okt. · 28 Min. 14 Sek. verbleibend

Alle Folgen ▾ Älteste > Neueste ▾

### #1 mit Martina Gassner, Wirtin auf der Alp Fursch

Zu Gast in der ersten Folge von «Hallo Heidiland» ist Martina Gassner. Sie erzählt von ihrer Aussteigergeschichte und wie sie von der SRF-Digitalredaktion zu einer (ziemlich analogen) Alp-Beiz...

11. Okt. · 28 Min. 14 Sek. verbleibend

### #2 mit Stefan Roos, Sänger aus Bad Ragaz

Zu Gast in der zweiten Folge von «Hallo Heidiland» ist Stefan Roos. Der Sänger und Komponist aus Bad Ragaz spricht mit Moderator Manuel Rothmund über seinen ungewöhnlichen Job, seine Reiselu...

14. Nov. · 32 Min. 4 Sek.

Informationen

Mit unserem Podcast-Bus sind wir unterwegs in der Ferienregion Heidiland und sprechen mit Menschen, die auf unterschiedliche Weise mit «Heidiland» verbunden sind. Menschen...

... Mehr anzeigen

Reise Persönliche Geschichten

MODERIERT VON  
MANUEL ROTHMUND

Jeden Monat  
eine neue Folge



## DER HEIDILAND PODCAST

Spannende Persönlichkeiten  
aus der Region erzählen  
ihre Geschichte

WWW.HEIDILAND.COM/PODCAST





# Kampagne «Mehr als du denkst»

HEIDILAND



## Fast Facts

- Knapp 1 Million Video-Views über alle Kanäle in 6 Wochen Laufzeit
- 21'000 Landingpage-Aufrufe

# Webseite, Newsletter, Social Media, Tourenportal

# HEIDLAND

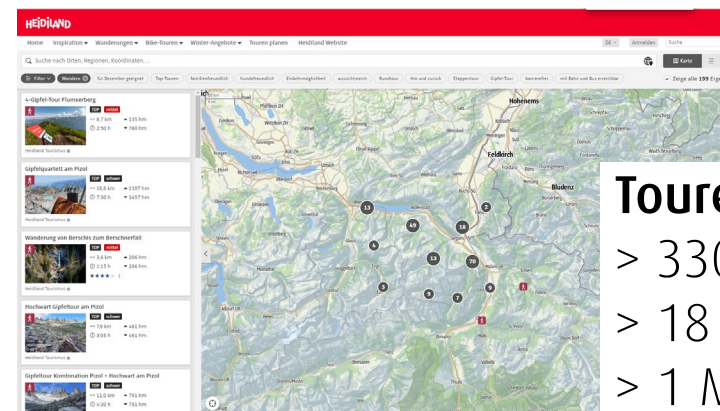
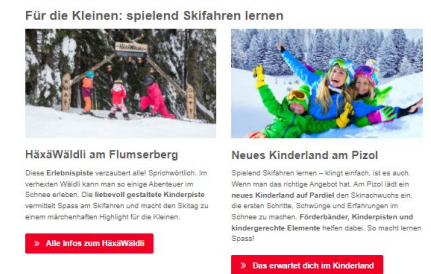
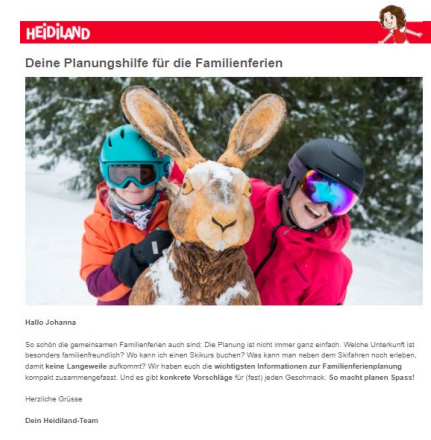


## heidiland.com

- > 2.6 Mio. Seitenaufrufe
- > 560.000 User\*innen
- > Integrierter Event-Kalender

## Gäste-Newsletter

- > Rund 17'000 Abonnent\*innen
- > Versand 1-2 im Monat
- > Hohe Öffnungsrate über 30%



## Tourenportal

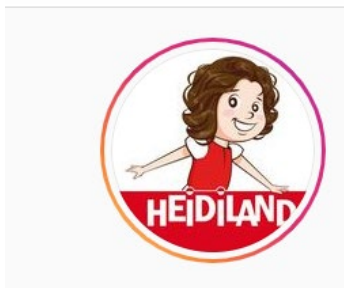
- > 330 Touren
- > 18 Mio. Einblendungen
- > 1 Mio. Seitenaufrufe
- > 360'000 Interaktionen

## Social Media

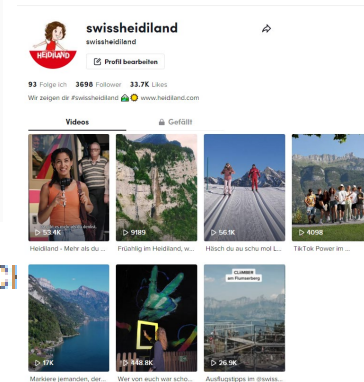
- > Facebook
- > Instagram
- > Youtube
- > Tiktok



Instagram



TikTok



## 3.3 Marketing Service



- Die Digitalisierung der touristischen Leistungsträger ist ein Prozess, der nie abgeschlossen ist. Wir werden unsere Partnerbetriebe weiter unterstützen.
- Der Digital Fitness Check ist dabei das zentrale Element, um einerseits die Partner sehr individuell zu unterstützen und andererseits überbetriebliche Handlungsfelder zu eruieren.



## 3.4 Gäste Service

# Vertrieboptimierung

Vertrieboptimierung für Unterkünfte  
T-Smart Booking Engine  
Inkasso Abwicklung Parahotellerie  
Neue Zahlungsfunktionen

Online Buchungsmodul für Gruppenanfragen

Jetzt buchen

bitte wählen Sie einen Zeitraum

2 Erwachsene

**Superzimmer ohne Buchbarhaken**  
Unterkunftstyp  
Kapazität  
Doppelzimmer

Belegungskalender

Oktober 2022 >

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	
10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20
17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27
24	25	26	27	28	29	30	28	29	30				
31													

Yellow House\*\*\*\*, (Oberter... » 2-Zimmerwohnung mit Sauna

21.09.2022

heute

Ansicht: Jahresübersicht

Januar							Februar							März						
MI	DO	FR	SA	SO	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO		
29	30	31	1	2	31	1	2	3	4	5	6	27	28	29	30	31	1	2		
5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13	7	8	9	10	11	12	13		
12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20	14	15	16	17	18	19	20		
19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	21	22	23	24	25	26	27		
24	25	26	27	28	28	29	30	31				28	29	30	31	1	2	3		
31	1	2	3	4	5	6														

Mai							Juni							Juli						
MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
28	29	30	31	1	2	3	30	31	1	2	3	4	5	27	28	29	30	1	2	3
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30	1	2	3	25	26	27	28	29	30	31
30	31	1	2	3	4	5														



TRIMAS PLUS

Startseite | Gruppen - Cockpit

Vorgang suchen

ANFRAGETYP: 1 von 1 Ergebnissen  
9.10.2020 - 11.10.2020  
SAD5J  
Testanfrage 1 von Beat Blumenthal

RÜCKMELDEFRIST

abgelaufen (1)

WIEDERVORLAGE

ANREISE

Oktober 2020 (1)

STATUS

offen (1)

SACHBEARBEITER

Beat Blumenthal (1)

ERSTELLER

Beat Blumenthal (1)

OPTIONSDATUM LT

abgelaufen (1)

**09.10.2020 - 11.10.2020**  
**SAD5J**  
**Testanfrage 1 von Beat Blumenthal**

Beat Blumenthal  
Hornal 9, 5006 Batzens  
079 678 04 57  
bbloom@blumenthal.ch  
Kundenreferenzwert  
überfällig

Allgemein | Aktionen | Details | Unterkunft | Bausteine | Dokumente

Halb-/Vollpension | Bausteine - Rahmenprogramm

Anfragehistorie

Datum	Bezeichnung	Status
07.10.20	Angebot an Kunden gesendet	Heidiland Tourismus Prodestination Portal
07.10.20 16:29	Angebot erhalten	Heidiland Tourismus Prodestination Portal
07.10.20	vom Leistungsträger abgelehnt	Heidiland Tourismus Prodestination Portal
07.10.20 16:02	Angebot angefragt	Beat Blumenthal
06.10.20 16:26	Erfasst vom Mitarbeiter	Beat Blumenthal

Zusammenfassung

Anfragenummer: SAD5J | Adresse: | Abreise: 09.10.2020 | 11.10.2020

Anfragename: Testanfrage 1 von Beat Blumenthal

Gastname, Adresse, etc. | Suchen



# Digital Signage (unbemannte Infopoints)

HEIDILAND



**Ziel:** Digitales Informationssystem (via Screen) über die ganze Ferienregion Heidiland (wichtige touristische Hotspots), zentral gesteuert übers Web mittels Software (Viewneo). Wo sinnvoll ergänzend mit Printunterlagen. Ablösung der klassischen Scoutstellen.

## Umgesetzte Standorte

- Infostellen Bad Ragaz & Flumserberg
- Skischule Flumserberg
- Raststätte Marché Heidiland
- Hotel Post Sargans
- Bahnhof Bad Ragaz

## Standorte in Diskussion

- Lösung TK Walensee (Post ev. Bhf Walenstadt, Seejet, Raststätte Walensee)
- Infopoint Maienfeld (Heididorf) / BüHe allgemein
- Taminaschlucht (Altes Bad Pfäfers)
- Valens (Klinik) und Vättis (Dorfladen)
- ...



viewneo®





Wir wünschen allen Partnern ein erfolgreiches Tourismusjahr.

