

# TOURISMUSENTWICKLUNG IN THUN

## Tourismusstrategie (Bund)

Strategie 1 Rahmenbedingungen verbessern	Strategie 2 Zur nachhaltigen Entwicklung beitragen	Strategie 3 Attraktivität des Angebots und Effizienz des Marktauftritts steigern	Strategie 4 Zu einer Good Governance verhelfen	Strategie 5 Unternehmertum fördern und Digitalisierung unterstützen
<p><b>Aktionsfelder</b></p> <p><b>1</b> Zu einem freundlichen Regulierungsumfeld beitragen – gesetzliche Grundlagen anpassen</p> <p><b>2</b> Datenbasis verbessern und Wissensaufbau unterstützen</p> <p><b>3</b> Wissenstransfer und Vernetzung über Austauschplattformen verstärken</p> <p><b>4</b> Kantonale und nationale Kooperationen zwischen tourismuspolitischen Akteuren sicherstellen</p>	<p><b>Aktionsfelder</b></p> <p><b>5</b> Baukultur, Landschaftsqualität und Biodiversität erhalten und in Wert setzen</p> <p><b>6</b> Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel unterstützen</p> <p><b>7</b> Implementierung von Nachhaltigkeitsoffensiven unterstützen</p>	<p><b>Aktionsfelder</b></p> <p><b>8</b> Zur Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Infrastrukturen beitragen</p> <p><b>9</b> Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit auf Destinations- und Betriebsebene stärken</p> <p><b>10</b> Beitrag zur Verbesserung der Convenience und Erlebnisqualität leisten</p> <p><b>11</b> Koordination destinationsübergreifender Projekte und Angebote optimieren</p>	<p><b>Aktionsfelder</b></p> <p><b>12</b> Destinationen und destinationsübergreifende Strukturen stärken</p> <p><b>13</b> Aufgabenteilung und Prozesse zwischen touristischen Akteuren optimieren</p> <p><b>14</b> Strategiefähigkeit und –orientierung touristischer Akteure verbessern</p>	<p><b>Aktionsfelder</b></p> <p><b>15</b> Kooperationen auf Destinations- und Betriebsebene fördern</p> <p><b>16</b> Unternehmerische Kompetenzen fördern und zur Steigerung der Attraktivität touristischer Berufe beitragen</p> <p><b>17</b> Digitale Transformation auf Destinations- und Betriebsebene unterstützen</p>

[https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/tourismusstrategie\\_des\\_bundes.html](https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/tourismusstrategie_des_bundes.html)

## Tourismusstrategie (Kanton Bern)

Ziel	Ziel	Ziel	Ziel	Ziel
<b>1</b> Rahmenbedingungen verbessern	<b>2</b> Unternehmertum fördern	<b>3</b> Zur nachhaltigen Entwicklung beitragen	<b>4</b> Chancen der Digitalisierung nutzen	<b>5</b> Attraktivität des Angebots und den Marktauftritt stärken
<b>Aktivitäten</b>	<b>Aktivitäten</b>	<b>Aktivitäten</b>	<b>Aktivitäten</b>	<b>Aktivitäten</b>
<b>1.</b> Wissenstransfer und Vernetzung über das Tourismus Forum Schweiz (TFS) verstärken	<b>4.</b> Strukturwandel im Tourismus unterstützen	<b>7.</b> Baukultur, Landschaftsqualität und Biodiversität erhalten und in Wert setzen	<b>10.</b> Digitale Transformation und Wissenstransfer fördern	<b>13.</b> Zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit der touristischen Infrastrukturen beitragen
<b>2.</b> Zu einem tourismusfreundlichen Regulierungsumfeld beitragen	<b>5.</b> Strategiefähigkeit und -orientierung der touristischen Akteure stärken	<b>8.</b> Anpassung an den Klimawandel unterstützen	<b>11.</b> Mehrwerte in der Anwendung von Daten und Statistiken schaffen	<b>14.</b> Convenience und Qualität für die Gäste steigern
<b>3.</b> Internationale Zusammenarbeit systematisieren und projektbezogen vertiefen	<b>6.</b> Potenziale des touristischen Arbeitsmarktes erschliessen	<b>9.</b> Umsetzung «Swisstainable» unterstützen	<b>12.</b> Monitoring strategischer Digitalisierungsthemen sicherstellen	<b>15.</b> Wiederbelebung des Städte- und Geschäftstourismus unterstützen

[https://regiosuisse.ch/sites/default/files/2024-04/NRP-Umsetzungsporgramm%202024-2027\\_Bern.pdf](https://regiosuisse.ch/sites/default/files/2024-04/NRP-Umsetzungsporgramm%202024-2027_Bern.pdf) (ab Seite 25)

## Strategie Stadtentwicklung (Stadt Thun)

4 touristisches Angebot verbessern - durch eine Attraktivitätssteigerung der touristischen Angebote soll die Aufenthaltsdauer der Gäste in Thun verlängert werden.

Die Bausteine für die Umsetzung dieser Teilstrategie sind:

- Rahmenbedingungen schaffen, dass bestehende Hotelbetriebe ausbauen oder neue Hotels angesiedelt werden können
- Stärkung des Kultur- und Kongresszentrums Thun (KK Thun)
- Attraktivierung und Vermarktung der guten Lagen am Wasser (Uferweg, Schadaupark, Lachen, Bonstettenpark)
- Stärkung des Profils als Freizeit- und Sportstadt mit vielseitigen Freizeitangeboten im Bereich Sport und Bewegung

[https://www.thun.ch/docn/3958111/Strategie\\_Stadtentwicklung.pdf](https://www.thun.ch/docn/3958111/Strategie_Stadtentwicklung.pdf) (Seite 9)

## Legislaturziele 2023 – 2026 (Stadt Thun)

### Legislaturziel 2:

Thun als Stadt am Wasser hat seine vielfältigen Kultur-, Sport- und Freizeitangebote gezielt ausgebaut.

### Massnahme 2.1:

Neue und attraktive Angebote mit Bezug zum Wasser finanziell und logistisch unterstützen.

[https://www.thun.ch/docn/4497661/SRB\\_Legislaturziele\\_2023-2026.pdf](https://www.thun.ch/docn/4497661/SRB_Legislaturziele_2023-2026.pdf) (Seite 13)

## Leistungsvereinbarung TTST



### Leistungsvereinbarung für die Jahre 2022 bis 2025

zwischen

**der Stadt Thun**

handelnd durch den Gemeinderat, vertreten durch die Abteilung Stadtmarketing und Kommunikation  
(nachstehend Stadt genannt)

und

**dem Verein Thun-Thunersee Tourismus**

handelnd durch seine statutarischen Organe (nachstehend TTST genannt)

Als Grundlage der Vereinbarung gelten:

- Statuten Thun-Thunersee Tourismus vom 1. Januar 2019
- Beitragsreglement Thun-Thunersee Tourismus vom 1. Januar 2020
- Kurtaxenreglement der Stadt Thun vom 17. März 2005 (KTR; SSG 935.214)
- Kooperationsvertrag Thun-Thunersee Tourismus mit der Tourismusorganisation Interlaken (TOI) vom 18. Oktober 2016

[https://www.thun.ch/docn/3989585/Leistungsvereinbarung\\_2022\\_bis\\_2025.pdf](https://www.thun.ch/docn/3989585/Leistungsvereinbarung_2022_bis_2025.pdf)

## Massnahmenplan (1/2)

1. Strategie im Bereich Tages- und Übernachtungstourismus in Thun: Qualitätsstrategie in einer Nische (Qualität vor Masse, Fokus auf Nachhaltigkeit).
2. Zielmärkte: Fokus 2024 Heimmarkt Schweiz (Deutsch- & Westschweiz), sowie ergänzend auf den angrenzenden Ländern (Nahmärkte wie Deutschland), zusätzlich Nordamerika
3. Tour Operator (TO)-Anfragen: Aktive Bewerbung des Angebots bei TO's in den Zielmärkten, jedoch ohne Preisdumping und vorzugsweise im Bereich Foreign Individual Traveller (FIT) und Meetings Incentives Conventions Exhibitions (MICE), keine Billiggruppen.
4. Ganzjähriges kulturelles Angebot (Schloss Thun als Wahrzeichen der Stadt, Schloss Schadau, Museen, kulturelle Vielfalt).
5. Berge, See und Hotels gemeinsam in Angeboten vermarkten (Bündelung).

## Massnahmenplan (2/2)

6. Image von Thun-Thunersee Tourismus als Ferien-, Sport- und Freizeitdestination mit ausgezeichneter und professioneller MICE Infrastruktur stärken (Nische Qualität).
7. Kommunikationsmassnahmen zur Positionierung der Stadt Thun im Bereich MICE.
8. Die Stadt Thun als die Shoppingstadt im Berner Oberland vermarkten und dabei auf die Vielfalt der Einkaufsmöglichkeiten hinweisen.
9. Eine langfristige Kooperation unter dem Dach der Tourismusorganisation Interlaken soll für die Region Thunersee verfolgt werden.

## «Soll»-Positionierung

- Einzigartige Stadt (Thun) an einem einzigartigen See (Thunersee, einer der saubersten Seen Europas) mit enormer Angebotsvielfalt und einem einzigartigen Alpenpanorama
- Thun-Thunersee ist die Sommerregion im Berner Oberland mit hohen Tagesgästekonventionen und Ausgangspunkt für Ausflüge ins ganze Berner Oberland (Schweiz)
- Viele bedeutende Events an und auf einem stimmungsvollen See, z.B. die Thunerseespiele.
- Kultur/Architektur (Schlösser, Museen, Schleusen, Altstadt, etc.)
- Lebendige Gastro-Szene rund um den Mühleplatz mit Restaurants, Bars und Cafés direkt am Wasser (Vielfalt, «Thuner Riviera») und Shopping
- Thunersee als attraktive MICE Destination (Professionelle Seminar- und Eventlocations, abwechslungsreiche Rahmenprogramme)

## Zielgruppe und -märkte

Für die Region Thun wurden folgende Zielgruppen festgelegt:

- Ferien- und Freizeitgäste aus der Schweiz sowie aller Welt
- Tagesgäste
- Geschäftskunden (MICE) primär KMU aus der Schweiz

Im Kooperationsvertrag von TTST mit der TOI wird die Marktbearbeitung folgendermassen definiert: TTST ist fürs Gäste halten in Thun und der Region Thunersee zuständig, TOI ist fürs Gäste in die Destination holen zuständig.

Die Zielmärkte der Region TTST sind die folgenden:  
Schweiz, Deutschland, Frankreich, Österreich, Benelux, UK.

## Qualitative Ziele

### Bekanntheitsgrad/Image:

- Das städtische Tourismusmarketing will einen qualitativ hochstehenden, sanften und nachhaltigen Individual- und Geschäfts-Tourismus fördern.

### Nachhaltigkeitsziele:

- Konsequente Förderung des öffentlichen Verkehrs (Inkludierung in die Gästekarte).

### Qualitätsziele:

- Verbessern der Dienstleistungsqualität
- Grundlagen für Swisstainable-Label von Schweiz Tourismus erarbeiten
- Aufenthaltsdauer der Gäste steigern

## Quantitative Ziele

### Logiernächte:

- Rekordniveau rund 150'000 Logiernächte von 2023 halten

### Tagestourismus:

- Jährliche Zunahme der Frequenzen von 1 bis 2% erzielen (jährliche Messung anhand der Frequenzen Thunersee Schifffahrt und Richtgrößen in der Stadt Thun, wie Eintritte ins Schloss, Kunstmuseum, Thun-Panorama und Strandbad sowie anhand der Gästezahlen der Stadtführungen, Frequenzen im Welcome Center und den Ticketverkäufen der Seespiele.)

## Quantitative Ziele

### Logiernächte:

- Rekordniveau rund 150'000 Logiernächte von 2023 halten

### Tagestourismus:

- Jährliche Zunahme der Frequenzen von 1 bis 2% erzielen (jährliche Messung anhand der Frequenzen Thunersee Schifffahrt und Richtgrößen in der Stadt Thun, wie Eintritte ins Schloss, Kunstmuseum, Thun-Panorama und Strandbad sowie anhand der Gästezahlen der Stadtführungen, Frequenzen im Welcome Center und den Ticketverkäufen der Seespiele.)

## Strategie Stadtentwicklung (Stadt Thun)

4 touristisches Angebot verbessern - durch eine Attraktivitätssteigerung der touristischen Angebote soll die Aufenthaltsdauer der Gäste in Thun verlängert werden.

Die Bausteine für die Umsetzung dieser Teilstrategie sind:

- Rahmenbedingungen schaffen, dass bestehende Hotelbetriebe ausbauen oder neue Hotels angesiedelt werden können -> Schlossberg 2014, Spedition 2016, Schloss Schadau 2019, LabHotel 2021, Freienhof 2023
- Stärkung des Kultur- und Kongresszentrums Thun (KK Thun) -> Verstärkung MICE / TTST
- Attraktivierung und Vermarktung der guten Lagen am Wasser (Uferweg, Schadaupark, Lachen, Bonstettenpark) -> Aufwertung Schadau, Winteröffnung Strämu, Bonstettenpark, TCS-Camping
- Stärkung des Profils als Freizeit- und Sportstadt mit vielseitigen Freizeitangeboten im Bereich Sport und Bewegung -> Bikepark Thunersee 2020, Ironman 2021, Wasserzauber 2022, Erweiterung Weihnachtsmarkt 2022, Chlouseschwemme 2023, Womens Euro 2025, ESAF 2028

[https://www.thun.ch/docn/3958111/Strategie\\_Stadtentwicklung.pdf](https://www.thun.ch/docn/3958111/Strategie_Stadtentwicklung.pdf) (Seite 9)

# Kommunikation (paid)

**NEWSLETTER**  
wettbewerb@stz.ch

**WEEKENDTIPP**

Die Sublime Thun Island über der Stadt & Dorn sind die Schätze des Naturerbes. Mit einem tollen Blick auf die See.

**FERIENREGION UNTERLAKEN BE TROUVAILLEN AM THUNERSEE**

Ein Prachtanlass, die malerische Altstadt, eine Bootsfahrt auf dem See mit Strandspaziergang Thun und sein Umland bieten unzählige Attraktionen.

**Wochenendtipps**

Wochenendtipps sind ein Muss für alle, die in der Region Urlaub machen wollen. Sie bieten eine Auswahl an Aktivitäten, die Sie und Ihre Familie oder Freunde unterhalten werden. Von Spaziergängen durch die Landschaft bis hin zu kulinarischen Genüssen, es gibt für jeden etwas dabei.

**Wochenendtipps**

Wochenendtipps sind ein Muss für alle, die in der Region Urlaub machen wollen. Sie bieten eine Auswahl an Aktivitäten, die Sie und Ihre Familie oder Freunde unterhalten werden. Von Spaziergängen durch die Landschaft bis hin zu kulinarischen Genüssen, es gibt für jeden etwas dabei.

**WEEKENDTIPP**

Nicht nur im Sommer, sondern auch im Winter, ist Thun ein beliebter Reiseziel. Die Stadt bietet eine Vielzahl an Aktivitäten, die Sie und Ihre Familie oder Freunde unterhalten werden. Von Spaziergängen durch die Landschaft bis hin zu kulinarischen Genüssen, es gibt für jeden etwas dabei.

**Wochenendtipps**

Wochenendtipps sind ein Muss für alle, die in der Region Urlaub machen wollen. Sie bieten eine Auswahl an Aktivitäten, die Sie und Ihre Familie oder Freunde unterhalten werden. Von Spaziergängen durch die Landschaft bis hin zu kulinarischen Genüssen, es gibt für jeden etwas dabei.

**Wochenendtipps**

Wochenendtipps sind ein Muss für alle, die in der Region Urlaub machen wollen. Sie bieten eine Auswahl an Aktivitäten, die Sie und Ihre Familie oder Freunde unterhalten werden. Von Spaziergängen durch die Landschaft bis hin zu kulinarischen Genüssen, es gibt für jeden etwas dabei.

PAID CONTENT FOR SWITZERLAND TOURISM

**TRAVEL**

**How to spend a weekend in Thun, Switzerland's lesser-known lakeside retreat**

From vineyards and views to caves and canoes, this unmythical slice of Switzerland has plenty to offer culture-hungry travellers on a weekend getaway.

**NEWSLETTER**  
wettbewerb@stz.ch

**WEEKENDTIPP**

Die Sublime Thun Island über der Stadt & Dorn sind die Schätze des Naturerbes. Mit einem tollen Blick auf die See.

**GESCHICHTEN AUS DEM ALLTAG EINER STADT**

Ein geführter Rundgang durch Thun gibt Einblicke ins Leben von Zücher. Wie war es damals mit Wasser angefangen? Eine Wäscherin und eine Bademeisterin geben sich als Zeitzeuginnen.

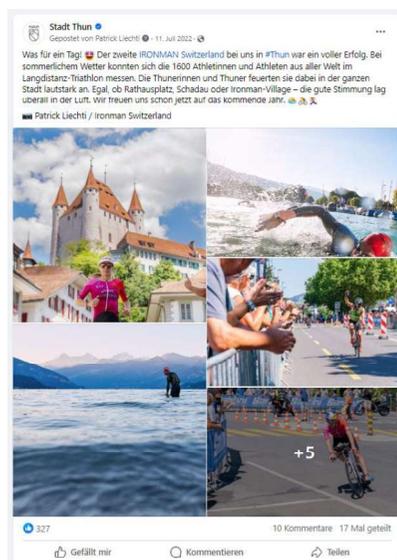
**Wochenendtipps**

Wochenendtipps sind ein Muss für alle, die in der Region Urlaub machen wollen. Sie bieten eine Auswahl an Aktivitäten, die Sie und Ihre Familie oder Freunde unterhalten werden. Von Spaziergängen durch die Landschaft bis hin zu kulinarischen Genüssen, es gibt für jeden etwas dabei.

**Wochenendtipps**

Wochenendtipps sind ein Muss für alle, die in der Region Urlaub machen wollen. Sie bieten eine Auswahl an Aktivitäten, die Sie und Ihre Familie oder Freunde unterhalten werden. Von Spaziergängen durch die Landschaft bis hin zu kulinarischen Genüssen, es gibt für jeden etwas dabei.

## Kommunikation (Social Media)



Via Instagram, Facebook, LinkedIn & Co. erreichen wir monatlich rund 400'000 Menschen – über 20 % nannten 2023 in einer TTST-Gästemfrage Social Media als Entscheidungsgrundlage.