

IM FOKUS

tourismus

Kanton Schwyz



«Der Kanton Schwyz ist für mich einer der biodiversitätsreichsten und vielseitigsten Kantone. Auf kleinstem Gebiet können unzählige kleine Paradiese wie die Hochmoore, die vielfältigen Naturschutzgebiete oder das wundervolle Bergsturzgebiet besucht werden.»

Anna Baumann, Direktorin Natur- und Tierpark Goldau

Insel Ufinau, Foto: Cornelia Suter



VORWORT

JEDE KRISE IST AUCH EINE CHANCE

Die Covid-19-Pandemie stellt uns vor noch nie da gewesene Aufgaben. Zudem zeigt sie uns deutlich, wo wir gut aufgestellt sind und was wir noch besser machen können.

Was machen wir bereits richtig? Unsere Vision ist es, die Ausflugsdestination Nummer eins zu sein für die Menschen, die in den Grossräumen Luzern, Zug und Zürich wohnen. Deshalb legen wir seit Jahren viel Gewicht auf den Freizeittourismus, was sich bewährt hat.

In guten wie in schwierigen Zeiten bewegen sich Personen jeden Alters gern draussen.

Was sind unsere Trümpfe? Die Natur. In guten wie in schwierigen Zeiten bewegen sich Personen jeden Alters gern draussen. Die Entwicklung von nachhaltigen Outdoor-Angeboten ist eine Chance für uns. Aus der Natur stammen zudem viele unserer regionalen Produkte. Schweizerinnen und Schweizer legen diese immer häufiger in den Einkaufskorb. Unser Ziel ist daher klar: Künftig sollen Gäste noch mehr «ächt SCHWYZ» mit allen Sinnen erfahren.

Wo müssen wir noch aufholen? Seit rund zwei Jahren gibt Schwyz Tourismus der Branche immer wieder Impulse im digitalen Bereich. Einige Fortschritte sind sichtbar, doch sie sind noch zu klein und die Zurückhaltung in der Tourismus- und Gastrobranche noch zu gross. Wir müssen die Chancen der Online-Welt besser nutzen, um noch mehr Gäste zu lokalen «ächt» SCHWYZerischen Erlebnissen zu inspirieren.

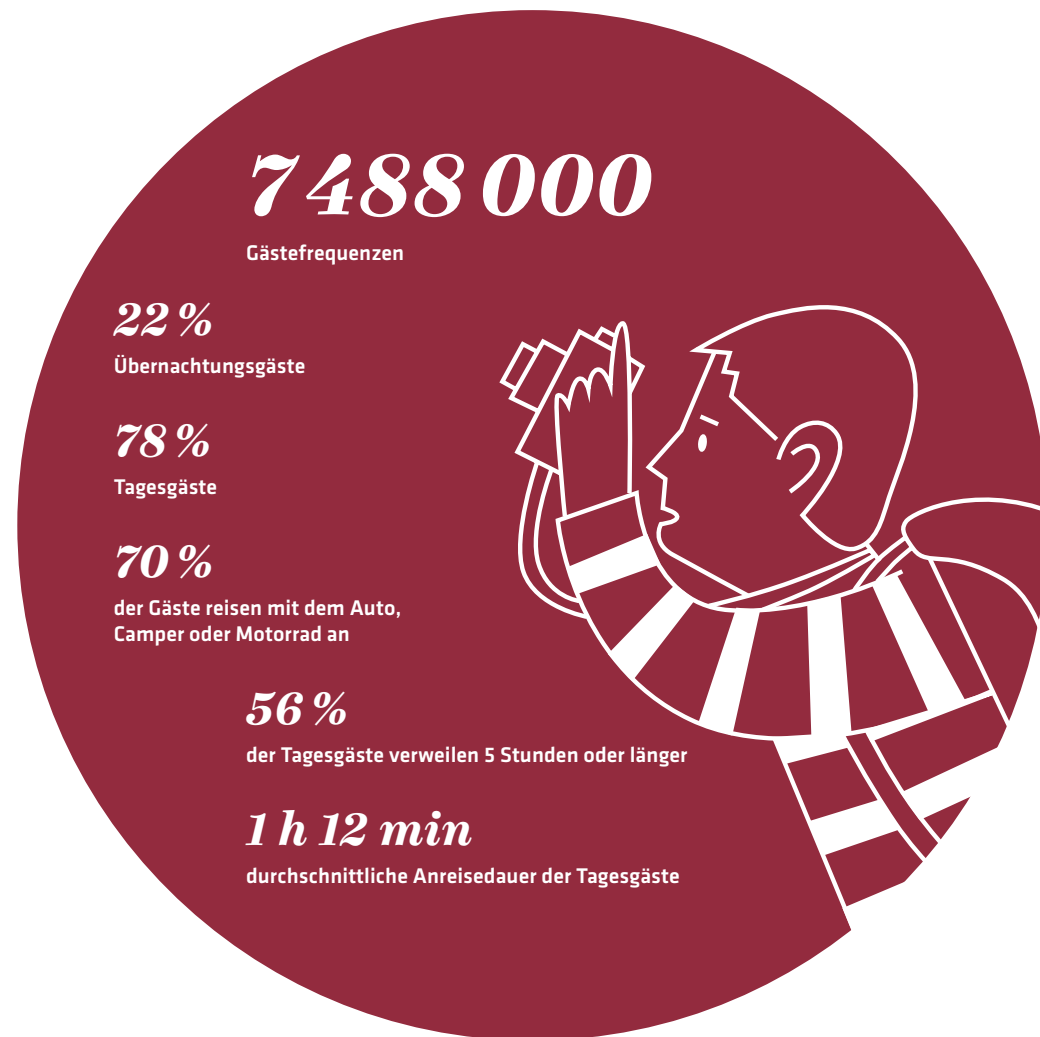
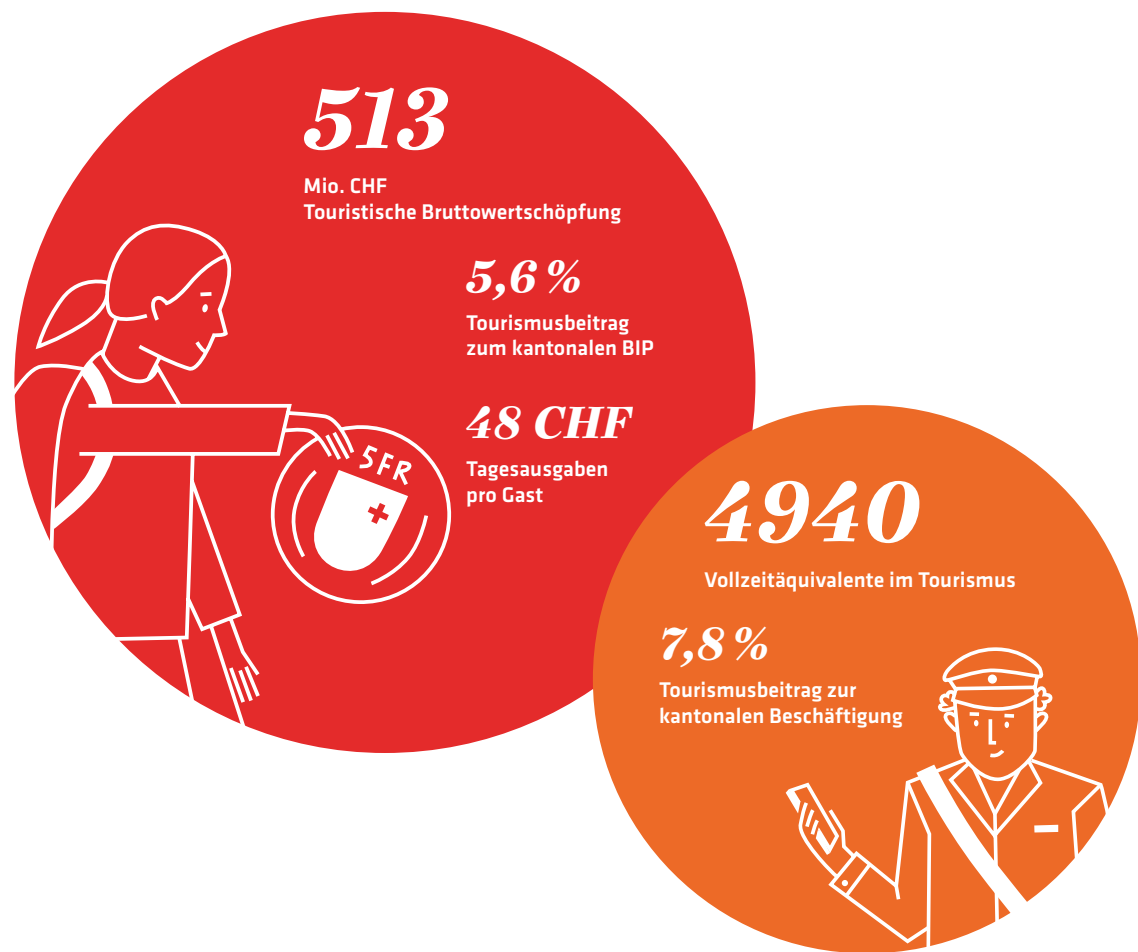
Nähe und Nachhaltigkeit werden das Reiseverhalten künftig stärker prägen. Wir haben die Natur, die regionalen Produkte, die guten ÖV-Anbindungen und die Nähe zu wichtigen Zentren – also die besten Voraussetzungen. Ich bin zuversichtlich, dass wir als Tourismusbranche diese Chance bestmöglich nutzen werden.

Arno Solèr, Verwaltungsratspräsident Schwyz Tourismus AG

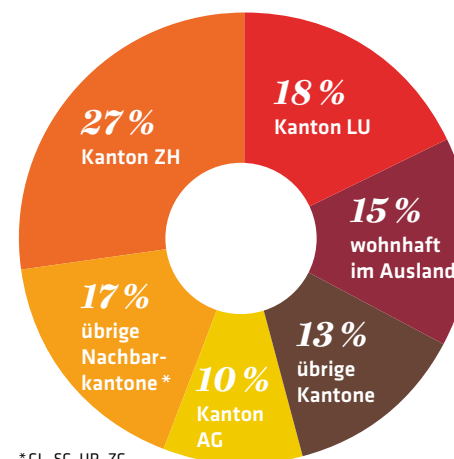
WERTSCHÖPFUNG

BEDEUTUNG TOURISMUS IM KANTON SCHWYZ

Der Tourismus ist im Kanton Schwyz ein wichtiger Wirtschaftszweig. Das zeigt die 2019 in Auftrag gegebene Wertschöpfungsstudie.*

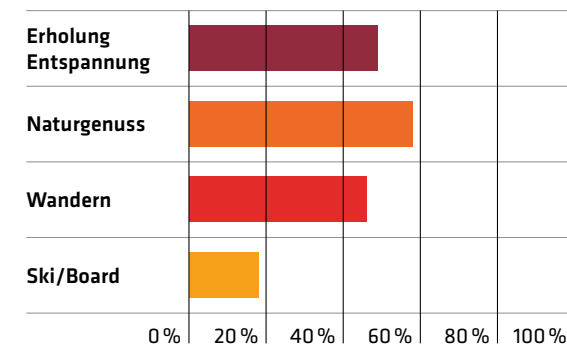


HERKUNFT DER TAGESGÄSTE



*GL, SG, UR, ZG

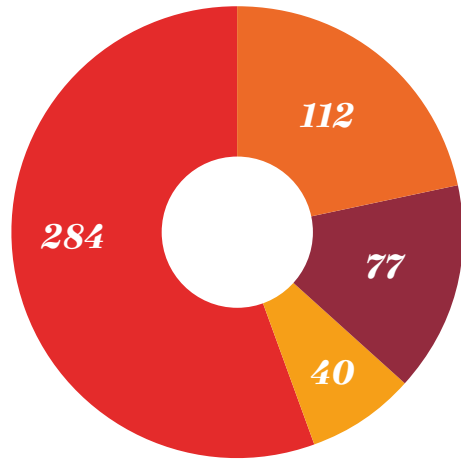
ANREISEGRUND DER TAGESGÄSTE



* Studie von Rütter Socero im Auftrag von Schwyz Tourismus, Referenzjahr 2019
 Datengrundlagen:
 - Befragung von total 4674 Gästen und Einheimischen an mehr als 35 Standorten sowie an 11 Events von Juli 2019 bis März 2020
 - Unternehmensbefragung mit 522 teilnehmenden Schwyzer Unternehmen
 Statistische Datengrundlagen (STATENT, HESTA)

DIREKTE UND INDIREKTE TOURISTISCHE BRUTTOWERTSCHÖPFUNG IN MIO. CHF

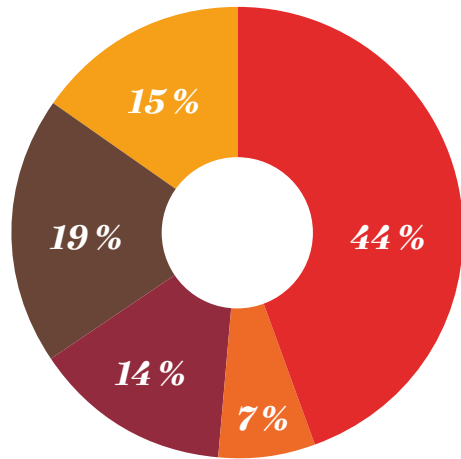
Bruttowertschöpfung Kanton SZ 513 Mio. CHF



- Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee
- Erlebnisregion Mythen
- Rigi - Berg und See (Kanton SZ, ohne LU)
- Stoos-Muotatal

DIREKTE UND INDIREKTE TOURISTISCHE BESCHÄFTIGUNG NACH BRANCHEN

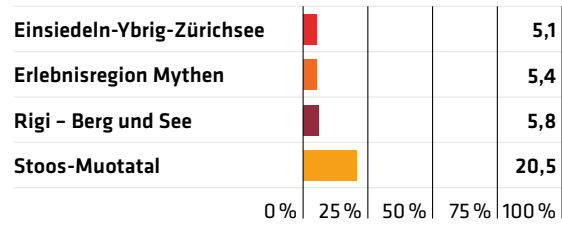
4940 Vollzeitäquivalente Kanton SZ



- Touristische Leistungsträger
- Bauwirtschaft
- Detailhandel
- Übrige Dienstleistungen**
- Andere und nicht zuteilbar

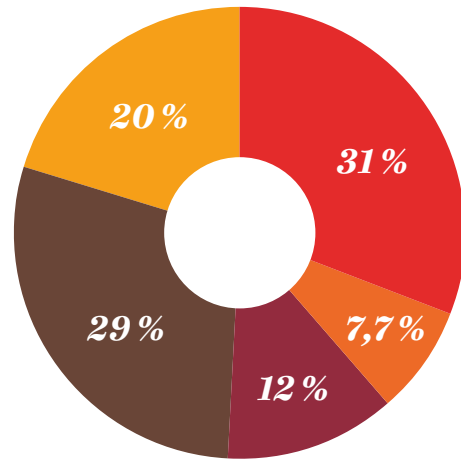
jeweils nur Personenverkehr
 ** ohne touristische Leistungsträger; unter anderem: Grosshandel, Architektur, Versicherer und Finanzdienstleister, Gesundheit

ANTEIL DER BRUTTOWERTSCHÖPFUNG AM REGIONALEN BIP



DIREKTE UND INDIREKTE TOURISTISCHE BRUTTOWERTSCHÖPFUNG NACH BRANCHEN

Bruttowertschöpfung Kanton SZ 513 Mio. CHF



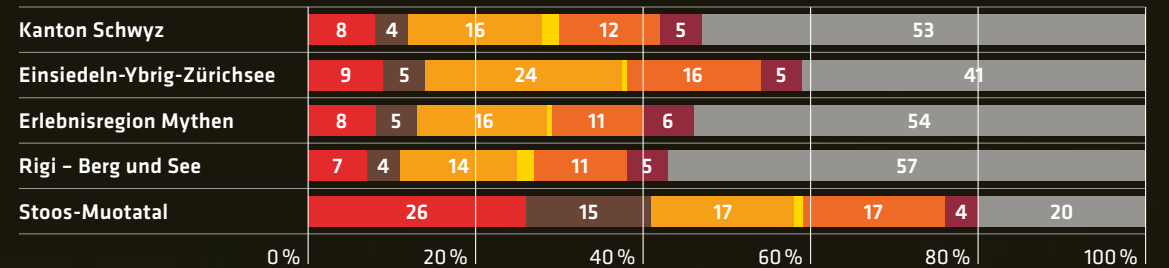
- Touristische Leistungsträger
- Bauwirtschaft
- Detailhandel
- Übrige Dienstleistungen**
- Andere und nicht zuteilbar

jeweils nur Personenverkehr
 ** ohne touristische Leistungsträger; unter anderem: Grosshandel, Architektur, Versicherer und Finanzdienstleister, Gesundheit

Rigi Kulm, Foto: Rigi Bahnen



ANTEIL DER VERSCHIEDENEN WIRTSCHAFTSZWEIGE AN DER BESCHÄFTIGUNG



- Touristische Leistungsträger
- Bauwirtschaft
- Land- und Forstwirtschaft
- Detailhandel
- Industrie und Gewerbe
- Übrige Dienstleistungen (ohne touristische Leistungsträger)
- Energie, Wasser, Bergbau

CHARAKTERISIERUNG REGIONEN

Die statistischen Daten und die Ergebnisse der Gästebefragung sind auch separat für die vier Tourismusregionen ausgewertet worden.

EINSIEDELN-YBRIG-ZÜRICHSEE

Ausgelöste Beschäftigung pro Jahr:	2705 VZÄ *
Bruttowertschöpfung pro Jahr:	284 Mio. CHF
Gästefrequenzen pro Jahr:	mehr als 2,9 Mio.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung erreicht in dieser Region die höchsten absoluten Werte. Dies ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen: sehr gute Erreichbarkeit, grösste geografische Fläche, höchste Bevölkerungszahl und besonders hohe Bedeutung der Zentrumsfunktion (Einkaufstourismus, zum Beispiel Seedamm-Center). Die Region verzeichnet zirka 2,2 Mio. (76 Prozent) Tagesgäste und 710 000 Logiernächte, davon wiederum 210 000 Hotel-Logiernächte und 345 000 Logiernächte bei Verwandten und Bekannten. Dieser hohe Wert ist auf die grösste Bevölkerungszahl zurückzuführen. Die durchschnittlichen Tagesausgaben pro Gast betragen 48 CHF.

ERLEBNISREGION MYTHEN

Ausgelöste Beschäftigung pro Jahr:	1070 VZÄ *
Bruttowertschöpfung pro Jahr:	112 Mio. CHF
Gästefrequenzen pro Jahr:	mehr als 1,6 Mio.

Der Tagesgästeanteil beträgt 80 Prozent, was etwa dem kantonalen Mittel entspricht. In der Region sind knapp 330 000 Logiernächte in allen Kategorien zu verzeichnen. Die durchschnittlichen Tagesausgaben pro Gast und Tag betragen 37 CHF – der tiefste Wert aller Regionen. In dieser Region fällt eine hohe touristische Nachfrage aufgrund der Zentrumsfunktion an. Ein erheblicher Teil davon ist auf den Einkaufstourismus zurückzuführen.

RIGI - BERG UND SEE **

Ausgelöste Beschäftigung pro Jahr:	710 VZÄ *
Bruttowertschöpfung pro Jahr:	77 Mio. CHF
Gästefrequenzen pro Jahr:	fast 2,3 Mio.

Die Region zeichnet sich durch einen sehr hohen Tagesgästeanteil aus (87 Prozent). Bei rund 300 000 Logiernächten in allen Kategorien ist der Anteil an Hotel-Logiernächten mit rund 60 000 (20 Prozent) vergleichsweise gering. Auf der Rigi sowie in der Schifffahrt entstehen Abflüsse zu Lasten des Kantons Schwyz, die auf ausserkantonale Arbeitsstätten touristischer Leistungsträger zurückzuführen sind. Die durchschnittlichen Tagesausgaben pro Gast und Tag betragen 45 CHF. Dies entspricht ungefähr dem kantonalen Durchschnitt. Die Hotelgäste geben im Durchschnitt 166 CHF aus, was einem vergleichsweise hohen Wert entspricht.

STOOS-MUOTATAL

Ausgelöste Beschäftigung pro Jahr:	455 VZÄ *
Bruttowertschöpfung pro Jahr:	40 Mio. CHF
Gästefrequenzen pro Jahr:	890 000

Die Region verzeichnet zwei Spitzenwerte. Der Tourismusanteil an der regionalen Beschäftigung beträgt 25,6 Prozent, der Anteil an der regionalen Bruttowertschöpfung 20,5 Prozent. Damit weist die Region eine Struktur auf, die stark durch den Tourismus geprägt ist. Auch hinsichtlich anderer Indikatoren ist Stoos-Muotatal mit (vor-)alpinen Regionen wie zum Beispiel im Berner Oberland vergleichbar. Untersucht werden dazu die Tourismusintensität (Gästefrequenzen im Verhältnis zur Einwohnerzahl) sowie die Bedeutung der touristischen Leistungsträger (insbesondere Beherbergung und Bergbahnen). Mit 63 Prozent ist der Tagesgästeanteil tief.

«Die Bedeutung des Tourismus hat sich während der Covid-Pandemie sehr gut erkennen lassen.»



Prof. Urs Wagenseil, Co-Leiter des Kompetenzzentrums Tourismus der Hochschule Luzern

WIE WICHTIG IST DER TOURISMUS FÜR DEN KANTON SCHWYZ?

Der Tourismus hat eine grosse volkswirtschaftliche Bedeutung, er bietet immerhin fast 8 Prozent aller Arbeitsplätze im Kanton. Vom Sommer 2019 bis Frühling 2020 betrug die Wertschöpfung im Tourismus 513 Millionen Franken – das entspricht 5,6 Prozent der gesamten kantonalen Wirtschaftsleistung und ist somit vergleichbar mit dem Kanton Bern. Der Tourismus ist eine Querschnittsbranche, das heisst, die touristische Bruttowertschöpfung entsteht zu 31 Prozent bei den touristischen Leistungsträgern und zu 69 Prozent in anderen Branchen wie im Detailhandel (12 Prozent) oder in der Bauwirtschaft (7,7 Prozent). So lösen zum Beispiel die Bauinvestitionen der touristischen Leistungsträger im Baugewerbe wirtschaftliche Impulse aus.

WAS ZEIGTE DIE COVID-19-KRISE?

Die Bedeutung des Tourismus hat sich während der Covid-Pandemie sehr gut erkennen lassen. Allerdings bekamen nicht alle Regionen die Krise gleichermassen zu spüren. Da 85 Prozent der Tagesgäste ohnehin aus der Schweiz kommen, waren die Auswirkungen für die Erlebnisregion Mythen und Stoos-Muotatal nicht so gravierend wie für die Regionen Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee und Rigi, welche normalerweise einen höheren Anteil an Geschäfts- und internationalen Gästen verzeichnen. Wer ohnehin schon einen hohen Anteil an Schweizer Gästen hat, konnte während dieser Zeit sogar profitieren.

WIE SEHEN DIE TYPISCHEN AUSLÄNDISCHEN GÄSTE AUS?

Den grössten Anteil ausländischer Tagesgäste im Kanton Schwyz stellt Deutsch-

land mit 4,9 Prozent. Ausländische Tagesgäste, gerade asiatische, übernachten in der Regel in einem anderen Kanton, allen voran in Luzern und Zürich, und unternehmen einen Ausflug in den Kanton Schwyz oder besuchen dessen Sehenswürdigkeiten.

WAS GEBEN GÄSTE AUS?

Tagesgäste geben im Schnitt 40 Franken aus, Übernachtungsgäste 76 Franken pro Tag. Das klingt auf den ersten Blick nach wenig, ergibt aber angesichts der gesamten Besucherzahlen von fast 7,5 Millionen Gästen eine schöne Summe.

WIE SEHEN SIE DIE ZUKÜNFTIGE ENTWICKLUNG DES KANTONS?

Die intakte Natur zieht die Leute an. Es wird künftig von Bedeutung sein, die Harmonie zwischen Ursprünglichkeit und angemessener Nutzung zu finden. Nur so gelingt es, gleichzeitig zur Natur Sorge zu tragen, die lokalen Gesellschaftswerte zu stärken und die Wirtschaftlichkeit zu sichern. Die Bedeutung der Nachhaltigkeit wird zunehmen, und es gilt diese zukünftig zu beweisen. Schöne Naturbilder allein reichen dazu nicht.

«Als passionierte Mountainbikerin bin ich dankbar für das weitverzweigte Wegnetz, um meinen Gästen aus der ganzen Schweiz sowie den ortsansässigen Bikern ein einmaliges Naturerlebnis bieten zu können.»

Sarah Heilig, Swiss Cycling Mountainbike Guide und Mitglied des Veloclubs Pfäffikon SZ

STANDORTATTRAKTIVITÄT

TOURISMUS IST AUCH NAHERHOLUNG

Das touristische Angebot im Kanton Schwyz wird nicht nur von Gästen genutzt. Es dient der Wohnbevölkerung als Naherholung. Diese wiederum ist ein bedeutender Faktor der Standortattraktivität.



70 %

der befragten Bevölkerung nutzen das Freizeit- und Tourismusangebot häufig.



72 %

der befragten Bevölkerung denken, dass ihre Lebensqualität durch das Freizeit- und Tourismusangebot positiv beeinflusst wird.



88 %

der befragten Bevölkerung sind der Meinung, dass der Tourismus mehr Positives als Negatives bringt.

NOCH UNGENUTZTE CHANCEN

Die ÖV-Anbindung der Freizeitangebote verbessern.

Das Veloweg-Angebot vergrössern und vermehrt an die Bedürfnisse von Familien und Senioren anpassen.

Die familienfreundlichen und kulturellen Angebote ausbauen.



74 %

der befragten Bevölkerung sind nicht der Ansicht, dass der Tourismus die Landschaft zerstört.



77 %

der befragten Bevölkerung wünschen sich mehr umweltorientierte Tourismusprogramme.

Studie der Hochschule Luzern und der Rütter Sococo AG im Auftrag von Schwyz Tourismus, basierend auf einer umfangreichen Befragung von Gästen und Einheimischen (Sommer 2019 und Winter 2019/2020) sowie einer Unternehmensbefragung (Frühling 2020).



92 %

der befragten Bevölkerung und Gäste finden, dass der Kanton einmalige Landschaften bietet.



93 %

der befragten Bevölkerung und Gäste bewerten die Standortattraktivität des Kantons Schwyz als «eher attraktiv» bis «sehr attraktiv».



90 %

der befragten Bevölkerung sagen, dass das Sommer-sportangebot im Kanton ihren Bedürfnissen entspricht. Beim Wintersport sind es sogar 92%.

NOCH UNGENUTZTE CHANCEN

Die Zusammenarbeit in der Tourismusbranche noch besser leben.

Den Austausch mit touristischen Stakeholdern, Gemeinden und Bezirken steigern.

Die touristischen Vorzüge des Kantons Schwyz besser kommunizieren.

Angebote speziell für Einheimische einführen, zum Beispiel eine Jahreskarte für alle Bergbahnen.



87 %

der befragten Bevölkerung beurteilen das touristische Ganzjahresangebot als attraktiv.



78 %

der befragten Bevölkerung und Gäste halten das Preis-Leistungs-Verhältnis im Tourismus für gut.



87 %

der befragten Gäste schätzen die Schwyzer Gastfreundschaft positiv ein.

NOCH UNGENUTZTE CHANCEN

Die Hotelinfrastruktur auf einen zeitgemässen Stand bringen.

Das kulinarische Angebot verbreitern.

«Der Schwyzer Tourismus ist für die Schwyzer Kantonbank wichtig.»



Susanne Thellung, Vorsitzende der Geschäftsleitung, Schwyzer Kantonbank

NEBEN DER ZENTRALEN LAGE WIRD GERN DIE NAHERHOLUNG ALS WICHTIGER STANDORTFAKTOR FÜR UNTERNEHMEN BEZEICHNET. WARUM?

Für Unternehmen sind positive Lebensbedingungen für ihre Mitarbeitenden wichtig. Wir wissen, dass sich qualifizierte Fach- und Führungskräfte nur dann als Mitarbeitende gewinnen lassen, wenn sie – und vor allem ihre Familien – die Region für lebens- und liebenswert halten. Der Kanton Schwyz verfügt über zahlreiche dieser weichen Standortfaktoren wie schöne Landschaften und Möglichkeiten der Naherholung.

DER SCHWYZER TOURISMUS IST HAUPTVERANTWORTLICH FÜR DIE NAHERHOLUNG. WIE BEURTEILEN SIE DAS NAHERHOLUNGSANGEBOT IM KANTON?

Im Kanton Schwyz gibt es zahlreiche lohnende Ausflugsziele wie den Natur- und Tierpark Goldau, die Rigi, das Kloster Einsiedeln, die steilste Standseilbahn der Welt auf den Stoos, den Swiss Holiday Park, das Wanderparadies Hoch-Ybrig oder das Alpmare in Pfäffikon.

WIE SCHÄTZEN SIE DIE UNTERNEHMERISCHE INNOVATIONSFREUDIGKEIT IM KANTON SCHWYZ EIN?

Die unternehmerische Innovationsfreudigkeit ist im Kanton Schwyz hoch. Jedes erfolgreiche Unternehmen muss sich regelmässig mit Neuerungen befassen, wenn es auch in Zukunft weiterhin erfolgreich bleiben und überleben will.

WIE LÄSST SICH IHRE ANTWORT AUF DEN SCHWYZER TOURISMUS ÜBERTRAGEN?

Auch im Tourismus ist Innovationsfreudigkeit wichtig, um sich als Tourismus-

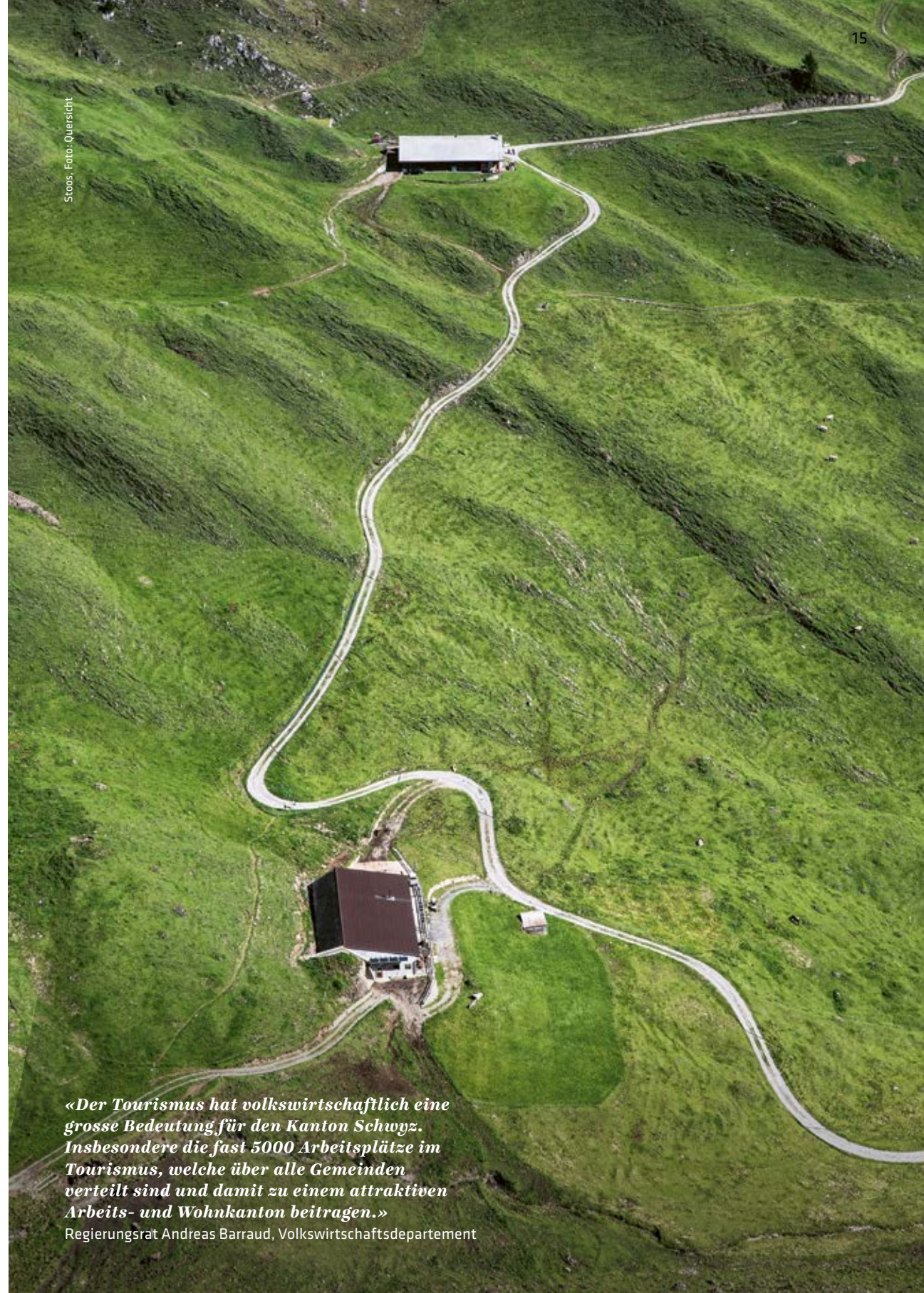
standort von den Mitbewerbern abheben zu können. Mir kommt zum Beispiel spontan die Plattform Nomady mit Sitz in Einsiedeln in den Sinn. Auf Nomady teilen Gastgeber ihre schönsten Naturplätze und Hütten mit Campern. Nomady stellt diese Verbindung her und fördert einen nachhaltigen und lokalen Tourismus. Nomady wurde von Oliver Huber, einem ehemaligen SZKB-Mitarbeitenden, gegründet, und Nomady wurde auch von der Innovationsstiftung der Schwyzer Kantonbank finanziert.

STICHWORT NACHHALTIGKEIT. WELCHE BEDEUTUNG WIRD DIESE IN ZUKUNFT FÜR DEN TOURISMUS IM KANTON HABEN?

Die Nachhaltigkeit hat eine wichtige Bedeutung. Es gilt dabei den Auswirkungen des Klimawandels zu begegnen, die Schönheiten unserer Landschaft zu bewahren, sie aber weiterhin auch einer touristischen Nutzung zugänglich zu machen, um dadurch Wertschöpfung zu erzielen, Arbeitsplätze zu erhalten oder sogar ausbauen zu können.

WAS SCHÄTZEN SIE PERSÖNLICH AM SCHWYZER TOURISMUS?

Der Schwyzer Tourismus ist für die Schwyzer Kantonbank wichtig. Sie unterstützt den Tourismus im Kanton Schwyz mit dem Wanderplausch und der «ächt SCHWYZ»-Aktion. Mein Lieblingsort ist der Urmiberg sozusagen als Hausberg. Weiter schätze ich die Haggenegg als Ausgangspunkt für ausgedehnte Wanderungen.



«Der Tourismus hat volkswirtschaftlich eine grosse Bedeutung für den Kanton Schwyz. Insbesondere die fast 5000 Arbeitsplätze im Tourismus, welche über alle Gemeinden verteilt sind und damit zu einem attraktiven Arbeits- und Wohnkanton beitragen.»

Regierungsrat Andreas Barraud, Volkswirtschaftsdepartement

STARKE PARTNERSCHAFTEN

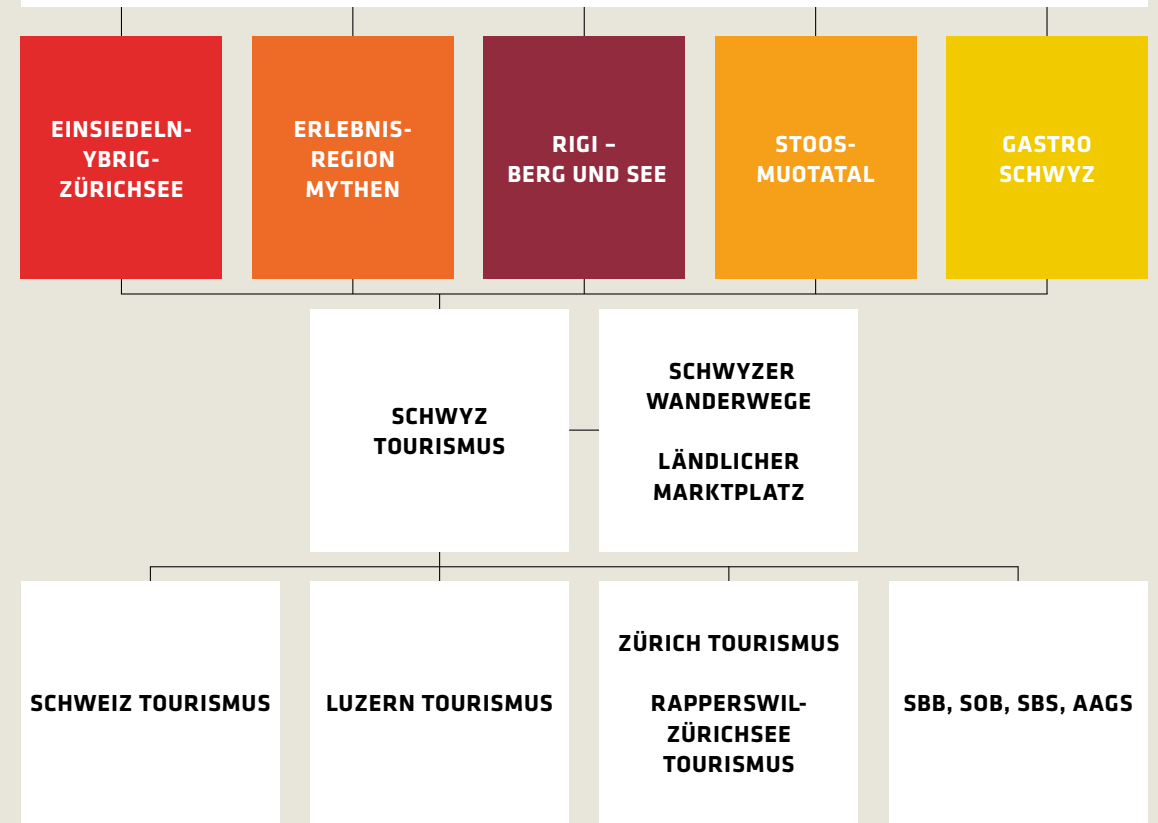
TOURISTISCHES NETZWERK


Die Ressourcen sollen zielgerichtet eingesetzt werden. Deshalb ist eine Struktur wichtig, in der jeder seine Rolle kennt. Zusammenarbeit ist und bleibt ein Schwerpunkt.

ROLLE UND AUFGABEN



EISPRINZESSINNEN, WANDERVÖGEL, WOLKENJÄGER, HUNDESCHLITTENFÜHRER, SONNEN-AUFGANGSANBETER, FREIZEITKAPITÄNE, ABFAHRTSSPEZIALISTEN, WOLFSTÄNZER, LILIENFETISCHISTEN, HÖHLENERFORSCHER, ZEITREISENDE, ENTSPANNER, SEEJUNGFRAUEN, GIPFELSTÜRMER, PEDALRITTER, SCHANZENZAUBERER, GENUSSMENSCHEN, NERVENKITZLER



An aerial photograph of a golf course. The image shows several green fairways and putting greens, some with sand traps. A central clubhouse with a blue roof is visible. The course is surrounded by lush green trees and fields. The lighting suggests a bright, sunny day.

«Unsere wunderschönen Landschaften mit echten Naturperlen sowie die Vielzahl spannender Kultur-, Sport- und Tourismusangebote während aller Jahreszeiten sind international bekannt, für Gäste äusserst attraktiv und für uns als Einwohnerinnen und Einwohner die Grundlage unserer sehr hohen Lebensqualität.»

Othmar Reichmuth, Ständerat

WER MACHT WAS?

DIE ROLLE VON SCHWYZ TOURISMUS

Als touristisches Kompetenzzentrum treibt die Schwyz Tourismus AG die Weiterentwicklung des Tourismus im Kanton an. Sie hat die Leadership im Gesamtsystem inne, kümmert sich um die systeminternen Synergien, die Vernetzung nach aussen und um Projekte.

1

Systemführung

- das kantonale Tourismussystem leiten
- sich mit touristischen Regionen und Stakeholdern austauschen

2

Netzwerk und Koordination

- die Branche zusammenführen und vernetzen
- die Branche gegen aussen und insbesondere gegenüber Politik und Behörden vertreten
- das Image der Branche gegen innen pflegen
- die Zusammenarbeit mit überregionalen Tourismusorganisationen pflegen

3

Systemprojekte und Projektmanagement

- überregionale und interkantonale Tourismusprojekte leiten und begleiten
- tourismuspolitische Agenda entwickeln und bewirtschaften
- Projekte der «Neuen Regionalpolitik» (NRP) generieren und umsetzen

4

Services für Regionen

- gemeinsame Messe- und Marketingauftritte koordinieren
- gemeinsame touristische Imprime entwickeln und herausgeben
- Medien betreuen
- digitalen Content bereitstellen
- Statistiken, Monitoring, Reporting bearbeiten

AKTIONÄRE

- Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee AG
- Brunnen Schwyz Marketing AG
- RigiPlus AG
- Stoos-Muotatal Tourismus GmbH
- Gastro Schwyz

VERWALTUNGSRAT

- Arno Solèr, Verwaltungsratspräsident
- Giacomo Garaventa, Brunnen Schwyz Marketing AG
- Dominik Hug, Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee AG
- Kuno Kennel, RigiPlus AG
- Silvan Kälin, Stoos-Muotatal Tourismus GmbH
- Paul Schnüriger, politischer Vertreter
- Marco Heinzer, Gastro Schwyz
- Nicole Diermeier, Projekte/Tourismus
- Kristian Paasila, Projekte/Digitalisierung

GESCHÄFTSFÜHRER



Vendelin Coray
vendelin.coray@schwyz-tourismus.ch



«Wir Benediktiner sehen die Natur als Schöpfung Gottes, die wir bewahren, aber auch nutzen. Das Wirken Gottes und jenes der Menschen – Natur und Kultur – machen unseren Kanton aus. Beides wollen wir pflegen.»

Abt Dr. Urban Federer OSB, Kloster Einsiedeln

WER MACHT WAS? REGIONEN UND GASTRO

Jede der vier Tourismusregionen ist eine einzigartige Erlebniswelt und positioniert sich über eigene Themen und Produkte. Die Gastronomie ist eine wichtige Grundlage in allen Erlebnisräumen.

BRUNNEN SCHWYZ MARKETING AG

Dank der zentralen Lage im Talkessel von Schwyz übernimmt die Brunnen Schwyz Marketing AG eine koordinierende Funktion innerhalb des inneren Kantonssteils. Sie positioniert die Erlebnisregion Mythen in den Themen Natur & Outdoor, Genuss & Kulinarik sowie Wiege der Schweiz und zelebriert die geschichtsträchtige Vergangenheit im sagenumwobenen Natursetting aus Bergen und Seen.

Kraft tanken im Hochmoor Rothenthurm, familienfreundliche Ausflüge auf Sattel-Hochstuckli, Ruhe tanken in den Moorwäldern der Ibergeregge, Geschichte erleben in den Museen von Schwyz oder das Panorama auf einer Schifffahrt auf dem Urnersee geniessen – das sind nur einige Beispiele.

AUFGABEN

Als regionale Marketingorganisation übernimmt die Brunnen Schwyz Marketing AG im Auftrag ihrer Partner und Aktionäre Positionierung, Marktbearbeitung, Interessensvertretung sowie Gästebetreuung und fördert mit Events und Projekten das Ortsmarketing. Mittels konsequentem Innovationsmanagement und Entwicklung marktfähiger Produkte begünstigt sie die Standort- und Wirtschaftsentwicklung und trägt zu einer hohen Lebensqualität in einer einzigartigen Landschaft mit einer geschichtsträchtigen Vergangenheit bei.

VISION

Mit unserem Handeln schaffen wir Mehrwert für unsere Gäste, Partner, Orte, Einwohnerinnen und Einwohner und steigern nachhaltig die Wertschöpfung in der Region.

ZIELE BIS 2025

- Haus des Gastes Schiffstation SGV etablieren
- Standortmarketing ausbauen und festigen
- Erlebnisraum «Wiege der Schweiz» etablieren
- Nachhaltiges Eventmanagement ausbauen und festigen



Stefan Ryser, Geschäftsführer
stefan.ryser@brunnen-schwyz.ch

EINSIEDELN-YBRIG- ZÜRICHSEE AG

Bei der Ganzjahresdestination Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee (EYZ) steht das Gästelerlebnis genauso im Vordergrund wie die Lebensqualität der Bevölkerung. Mit dem Kloster Einsiedeln, den verschiedenen Seen, dem Hoch-Ybrig, dem Alpamare, dem Hafen Lachen, der Insel Ufnau, dem Vögele Kultur Zentrum und weiteren Freizeit- und Tourismus-Angeboten hat sie vor den Toren Zürichs viel zu bieten.

Seit ihrer Gründung im 2018 hat sich die EYZ AG gut etabliert und steht im engen Austausch mit den Bezirken, Gemeinden sowie lokalen und regionalen Verkehrs- und Tourismusvereinen. Das politische Networking und die Wirtschaftspartner bilden das wesentliche Fundament bei der Realisation von Projekten und Produkten.

AUFGABEN

Die EYZ AG versteht sich als Projekt-, Netzwerk- und Dienstleistungsorganisation. Mit den Leistungsträgern und Partnern entwickelt sie den Erlebnisraum und bewirbt die Angebote über diverse Kommunikationskanäle. Partnerschaften und Kooperationen tragen zur Wertschöpfung der Region bei und ermöglichen die Erzielung des grösstmöglichen Effekts mit den vorhandenen Ressourcen.

VISION

Wir begeistern und inspirieren durch innovative Angebote, genussvolle Lebensqualität und gewinnbringende Vernetzungen mit Partnern im Bereich Tourismus und Freizeit.

ZIELE BIS 2025

- Masterpläne Ybrig sowie March Höfe umsetzen
- Erlebnisweg Obersee etablieren
- Seedamm City aufarbeiten
- NRP-Projekt Kloster Einsiedeln weiterverfolgen
- Umsetzung Alpine Innovation Hub Einsiedeln planen
- Entwicklungskonzept Sihlsee fördern
- Strategische Entwicklung der Kooperation von EYZ und RZST vorantreiben



Simon Elsener, Geschäftsführer
simon.elsener@eyz.swiss

RIGIPLUS AG

Die Rigi steht für einen sanften Erholungs- und Erlebnis-tourismus in intakter Naturlandschaft mit einmaliger Panoramasicht. Sie begeistert Gross und Klein mit ihrer einzigartigen Bahn- und Tourismusgeschichte.

Die Rigi verfügt Winter wie Sommer über ein grosses gepflegtes Wanderwegnetz für alle Ansprüche. Rund um den Berg bieten die Tal- und Seegemeinden mit ihren Restaurants, Hotels und Erlebnisangeboten eine ideale Ergänzung zum Ausflug auf die Rigi und für eine Auszeit in der Region.

AUFGABEN

Die RigiPlus AG ist im August 2012 als Entwicklungs- und Vermarktungsorganisation für die Region Rigi von den sieben grössten Dienstleistern am Berg gegründet worden mit den folgenden Zielen: Inszenierung des Berges als Ganzes zur Sicherstellung der Wettbewerbsfähigkeit, anbieterübergreifende Angebotsbündelung und integrale Vermarktung sowie Etablierung einer geschlossenen Dienstleistungskette über die zwei Kantons- und neun Gemeindegrenzen hinweg. Die Aufgaben der RigiPlus AG sind somit vielfältig.

VISION

Gemeinsinn führt zu Gemeinwohl. Das gemeinsame Wirken erhöht die Wertschöpfung für alle an und auf der Rigi. Zudem leisten wir mit unserer Arbeit einen wertvollen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Rigi.

ZIELE BIS 2025

- Entwicklungsplan zur nachhaltigen, touristischen Entwicklung umsetzen
- Digitale Fitness, Online-Buchbarkeit verbessern
- Touristische Angebotsentwicklung Berg und Tal vorantreiben
- Netzwerk «Rigi» ausbauen und stärken
- Wertschöpfung in der Region steigern



Jeanine Züst, Geschäftsführerin
jeanine.zuest@rigi.ch

STOOS-MUOTATAL TOURISMUS GMBH

Mit der Region Stoos-Muotatal verbindet man Natur-schätze, Brauchtum und Innovation. Ob Ruhesuchen-de oder Aktivurlauber, alle finden das passende Erleb-nis. Mit Hölloch und Stoosbahn ist die Region nicht nur wunderschön, sondern auch «weltrekordisiert».

Mittlerweile findet man bereits zwei Weltrekorde in der Region. Zum einen die bereits bekannte «steilste Standseilbahn der Welt» auf den Stoos und zum anderen erst kürzlich bestätigt das Höl-loch im Muotatal. So tief und gleichzeitig so lang und breit ist kein anderes Höhlensystem der Welt.

AUFGABEN

Die Gemeinden Morschach-Stoos, Muotathal und Illgau haben die Stoos-Muotatal Tourismus GmbH (SMT) im Jahr 2015 gegründet. Die Tourismus-strukturen wurden zusammengeführt und bereinigt sowie gemeinsame Imprime und ein gemein-samer Webauftritt realisiert. Als «Eigentümer» der GmbH fördern die Gemeinden den Tourismus in der Region gemeinsam. Zu den Kernaufgaben der SMT GmbH zählen die Gästeinformation, die Anbieterberatung, die Produkte- und Projektent-wicklung, definierte Marketing/Vertriebsarbeiten und die Koordination von definierter touristischer Infrastruktur. Verschiedene innovative Projekte finden bei der SMT GmbH Platz. Die Ziele, Wert-schöpfung in der Region zu generieren, den Tou-rismus nachhaltig zu fördern und den Gästen ein unvergessliches Erlebnis zu bieten, sind dabei stets im Einklang.

VISION

Die nachhaltige Förderung des Tourismus und der Freizeitangebote in der Region Stoos-Muotatal ist im Interesse der Gäste und der Bevölkerung.

ZIELE BIS 2025

- SMT noch besser in der Region verankern
- Das weit fortgeschrittene Projekt «Wettererlebnis» vorantreiben



Sandro Widmer, Geschäftsführer
sandro.widmer@stoos-muotatal.ch

GASTRO SCHWYZ

Die Gastro- und Hotelbetriebe von Gastro Schwyz bie-ten Gaumenfreuden und Verwöhnkomfort für jeden Geschmack. Sie lassen Gäste die kulinarische Vielfalt entdecken und geben ihnen Zeit, die Schwyzer Beson-derheiten kennenzulernen.

Die Mitglieder von Gastro Schwyz legen Wert auf die Qualität der kulinarischen Erlebnisse und der Übernachtungsmöglichkeiten im Wissen, dass Ge-nuss und Wohlgefühl zum Gesamteindruck des Gasts beitragen.

AUFGABEN

Der Berufsverband Gastro Schwyz vereint rund 500 Mitgliederbetriebe und ist der grösste Arbeit-geberverband im Kanton Schwyz. Er engagiert sich im Aus- und Weiterbildungsbereich, stellt ei-nen Ansprechpartner in allen Fragen im Zusam-menhang mit der Führung eines Hotel- oder Gast-ronomiebetriebes dar und betreibt eine aktive In-teressenvertretung und Öffentlichkeitsarbeit. Gastro Schwyz ist sehr nahe am Geschehen, holt direkt bei den Kunden Inputs ab und bringt sie in die Prozesse ein.

VISION

Wir wollen eine starke Einheit bilden und gemein-sam weiterkommen für den Schwyzer Tourismus. Der Gast soll sich wohlfühlen im Kanton Schwyz.

ZIELE BIS 2025

- Kulinarisches Erbe aufarbeiten
- Zusammenarbeit zwischen Gastronomie, Landwirt-schaft, Produzenten und Tourismus fördern
- In gastronomischer und touristischer Sicht «Top of Schwyzerland» sein



Marco Heinzer, Präsident
marco.heinzer@gastroshwyz.ch



«Schwyz ist eine Region voller Geschichte, die an vielen Orten erlebbar und lebendig geblieben ist. Wer sich darauf einlässt, erhält faszinierende Einblicke in eine jahrhunderte-alte Vergangenheit – und entdeckt ihre Spuren bis in die Gegenwart.»

Annina Michel, Leiterin Bundesbriefmuseum



50 JAHRE SCHWYZ TOURISMUS

IM WANDEL DER ZEIT

Seit der Gründung des Fremdenverkehrsverbands blieb die Kernaufgabe unverändert: den Tourismus und die Zusammenarbeit fördern. Organisation der Tourismusstruktur, Rollen und Aufgaben der Akteure passten sich hingegen den Bedürfnissen der jeweiligen Zeit an.

1969 Das Schwyzer Stimmvolk verwirft das Gesetz über die Förderung des Fremdenverkehrs und somit die gesetzliche Verankerung der Kurtaxe.

1970 Der Souverän nimmt die Abstimmungs-vorlage über die Erhebung einer Kurtaxe an.

1971 Gründung Fremdenverkehrsverband des Kantons Schwyz

1971 Der Fremdenverkehrsverband soll die Interessen des Fremdenverkehrs besser vertreten, den Fremdenverkehr im Kanton Schwyz fördern und eine Zusammenarbeit mit überregionalen Tourismusorganisationen anstreben.

1976 Erster Farbprospekt zum Kanton erscheint.

1981 Hanny Lüönd ist die erste Frau im Vorstand.

1982 Die Abstimmung über das neue Gesetz zur Förderung des Fremdenverkehrs scheitert. Es ging dabei um die Beschaffung und Bereitstellung finanzieller Mittel für die Verbesserung und den Ausbau der touristischen Infrastruktur und für die Fremdenverkehrswerbung.

1988 Nach einer 15-jährigen Leidensgeschichte werden die ersten «Willkommen in der Zentralschweiz»-Tafeln aufgestellt.

1991 Umbenennung in Tourismusverband des Kantons Schwyz

1996 Die Parlamentarische Gruppe Tourismus wird als Tourismus-Lobby gegründet.

2000 Das Gesetz zur Tourismusförderung im Kanton Schwyz scheitert an der Urne. Es hätte dem Tourismusverband ermöglicht, eine Marketingorganisation aufzubauen.

2001 In der Folge des negativen Abstimmungsausgangs wird die neu gegründete Marketing- und Verkaufsorganisation Tourschwyz.ch AG nach rund einem Jahr wieder liquidiert.

2002 Der Tourismusverband eröffnet erstmals eine Informations- und Koordinationsstelle in Goldau für touristische Auskünfte.

2006 Die Geschäftsstelle zieht um nach Schwyz.

2010 Der Tourismusverband erhält vom Volkswirtschaftsdepartement den Auftrag zur Bildung einer kantonalen Destinationsmanagement-Organisation (DMO).

PRÄSIDENTEN

1971 bis 1980	Robert Achermann, Brunnen
1980 bis 1986	Jean-Bernard Annen, Schwyz
1986 bis 1995	Klemenz Amstutz, Merlischachen
1995 bis 1998	Franz von Reding, Brunnen
1998 bis 2000	Ruedi Steiner, Oberberg
2000 bis 2004	Kuno Kennel, Arth
2004 bis 2011	Andreas Meyerhans, Wollerau
2011 bis 2012	Bruno Melnik, Brunnen
2012 bis 2013	Andreas Meyerhans, Wollerau
2013 bis 2020	Franz-Xaver Strüby, Schwyz
2021	Arno Solèr, Altendorf

GESCHÄFTSFÜHRUNG

1971 bis 1980	Bernhard Reutener, Brunnen
1980 bis 1995	Markus Schuler, Schwyz
1995 bis 2002	Monica Müller, Goldau (Sekretariat)
2002 bis 2014	Monica Müller, Goldau
2015	Vendelin Coray, Schwyz

2012 Start der Destinationsmanagement-Organisation

2014 Die Parlamentarische Gruppe Tourismus wird wiederbelebt als Politische Gruppe Tourismus, da neu neben dem Kantonsrat auch die Gemeinde- und Bezirksebene vertreten sind.

2016 Touristische Leistungsträger unterzeichnen eine Charta und geben den Startschuss für die Umsetzung des Touristischen Masterplans Kanton Schwyz 2016 bis 2020, ein Projekt der Regionalentwicklung des Kantons Schwyz.

2017 Umwandlung in die Schwyz Tourismus AG

2017 Der touristische Kanton wird in vier Regionen aufgeteilt und Gastro Schwyz in die strategische Entwicklung des Tourismus eingebunden.

2018 Luzern-Vierwaldstättersee wird zur digitalen Erlebnisregion und geht mit einem Gästeportal online, das den Gast von der Inspiration bis zur Buchung begleitet.

2020 Mit 300 Stellenprozent arbeitet die Geschäftsstelle im Takt des Touristischen Masterplans Kanton Schwyz 2020 bis 2023.

WEITERENTWICKLUNG

BLICK IN DIE ZUKUNFT

Die strategische Weiterentwicklung des Tourismus im Kanton ist eine der Hauptaufgaben von Schwyz Tourismus. Für den Zeitraum 2020 bis 2023 stehen folgende Ziele im Vordergrund.

<p>1</p> <p>DIGITALISIERUNG</p>	<p>BUCHBARKEIT/ VERTRIEB</p> <p>Verbesserung der Online-Buchungs- und Einkaufsplattformen unterstützen.</p>	<p>INTERAKTION MIT GÄSTEN</p> <p>Mit den Gästen über die sozialen Medien und weitere Plattformen interagieren und die Reichweite verstärken.</p>	<p>3</p> <p>NACHHALTIGKEIT</p>	<p>SWISSTAINABLE</p> <p>Zur Teilnahme bei der Kampagne von Schweiz Tourismus ermuntern.</p>	<p>MOBILITÄT</p> <p>Die Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Verkehr verstärken.</p>
<p>2</p> <p>PRODUKT- ENTWICKLUNG</p>	<p>WEITERENTWICKLUNG ÄCHT SCHWYZ</p> <p>Kulinarisches Erbe aufarbeiten. Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Produzenten, Gastronomie und Tourismus fördern.</p>	<p>WIEGE DER SCHWEIZ</p> <p>Den Erlebnisraum aufbauen. Plattform und Raum bieten, um sich aktiv mit der Identität sowie den gesellschaftlichen und kulturellen Werten der Schweiz auseinanderzusetzen.</p>	<p>4</p> <p>RAUM- ENTWICKLUNG</p>	<p>LEBENSÄRÄUME</p> <p>Naherholung und Lebensraum besser als Tourismusbereich im Bewusstsein verankern.</p>	<p>TOURISTISCHE RÄUME</p> <p>Definieren, in welchen Räumen touristische Entwicklung stattfindet und gefördert wird und in welchen Räumen nicht.</p>
	<p>OUTDOOR SCHWYZ</p> <p>Sommer- und Winterangebote aufarbeiten und bündeln. Der Fokus liegt dabei auf Wandern, Biken und Schneesport.</p>	<p>DAS GRÖSSTE KLASSEN- ZIMMER DER SCHWEIZ</p> <p>Ausserschulisches Lernen im Kanton attraktiv machen. Angebote bündeln und national bekannt machen.</p>		<p>BESUCHERLENKUNG</p> <p>Analoge und digitale Massnahmen zur Lenkung der Gäste auf- und ausbauen.</p>	<p>GRENZEN ÖFFNEN</p> <p>Über den Tellerrand hinaus schauen beziehungsweise «Gärtchendenken» verlassen.</p>

SCHWYZER NATURHIGHLIGHTS



1



4



6



2



5



7



3

1 *Bergsturzgebiet Goldau*

Orchideen in verschiedensten Farben und Formen blühen im Frühsommer zwischen den Geröllbrocken, die der Bergsturz von 1806 zurückgelassen hat.

2 *Rigi Scheidegg*

Das Panorama mit den vielen Bergzacken und Seen nimmt den Blick gefangen. Es lohnt sich, ihn zu lösen und auf den Kontrast zwischen Moorebenen, Trockenwiesen und steile Felsen zu lenken.

3 *Moorwälder Ibergereg*

Offene Moorflächen durchbrechen die Moorwälder, sodass eine mosaikartige Moorwaldlandschaft entsteht. Diese bietet seltenen Pflanzen und Tieren einen Lebensraum.

4 *Hochmoor Rothenthurm*

Pfeifengras, Sonnentau – bereits die Namen laden zum Träumen ein. Wer respektvoll durch das grösste Hochmoor der Schweiz wandert, entdeckt viele Raritäten aus der Tier- und Pflanzenwelt.

5 *Urwaldreservat Bödmeren*

Im Muotatal hat einer der ertümlichsten Wälder der Alpen überdauert. Kaum vom Menschen beeinflusst, wächst er auf einer Karstlandschaft.

6 *Mythen*

Im ältesten Jagdbanngebiet der Schweiz grüsst am Morgen das Murmeltier und die Gämsen lassen sich fotografieren. Die beiden Mythen erheben sich als schroffe Klippen aus der sanften Landschaft.

7 *Wägital*

Nur eine halbe Stunde vom Zürichsee entfernt überrascht das Wägital mit einer hochalpinen Landschaft. Ein kleiner Stausee schmiegt sich an den Fuss der Berge, die in steilen Zipfeln gipfeln.

8 *Hölloch*

Die grösste Höhle Europas wurde von unterirdischem Wasser im Lauf von rund 1 Million Jahre geschaffen. Sie liegt im Muotatal und verbirgt eine stille Welt voller faszinierender Felsformationen.



8