

## FACTSHEET

# RESPONSIBLE HOTELS OF SWITZERLAND

### DIE MARKETINGKOOPERATION ALS VEREIN

Responsible Hotels of Switzerland vereint die Leadbetriebe der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit in einer Marketingkooperation. Die Gruppe zelebriert den entbehrungsfreien Lifestyle of Responsibility & Sustainability und will Gästen mit hohem Anspruch an verantwortungsvolles Reisen eine Lösung geben.

Konsequent positioniert sich die Marketingkooperation als Markt- und Opinionleader. Mitglieder sind eigenständige, charakterlich starke Betriebe an schönen Orten, mit guter Qualität und hohem Streben nach Nachhaltigkeit. Die Gruppe richtet sich an Ferien- wie auch an Stadthotels und fokussiert auf den Freizeitmarkt.

### ZIELE & NUTZEN

Die partizipierenden Hotels erhalten einen ökonomischen Nutzen durch gesteigerte Nachfrage, Wahrnehmungsvorteile im direkten Wettbewerbsumfeld und Favorisierung im Kampf um die besten Talente.

Das erreichen wir durch:

- Zielmärkte: Bearbeitung unserer Zielsegmente in der Deutschschweiz, Romandie, italienisch sprachigen Schweiz und den Provinzen und Bundesländern der Nachbarländer.
- Sprachregionen CH: Ein Kernnutzen liegt in der effektiven Erschliessung der Schweizer Sprachregionen.
- PR & Opinion Leadership: Repetitive Bearbeitung der digitalen und klassischen Publikums- und Fachmedien mit Storytelling basierter PR.
- Digital Marketing: Präsenz durch eine ansprechende Webseite, die konsequent zu den Hotels verlinkt (keine eigene Booking Engine), durch Search Engine Optimierung, fokussiertes Search

- Engine Marketing, Content Kooperationen mit Firmen und Organisationen mit hoher Wertsetzung auf Nachhaltigkeit und storytelling basierendem Newsletter Marketing.
- Kooperationen: Unternehmen und Organisationen mit hoher Wertsetzung auf nachhaltige Aspekte werden gezielt für Kooperationen gewonnen.
- Corporate Sales: Firmen mit hoher Affinität und Commitment zur Nachhaltigkeit werden gezielt akquiriert.
- Wissensdiffusion: Das Netzwerk und der Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedsbetrieben wird aktiv gefördert. Ein Fachtag wird jährlich durchgeführt.
- Cross-Marketing: Die teilnehmenden Betriebe bekennen sich zu Cross-Marketing Massnahmen und kommunizieren die Gruppierung Responsible Hotels of Switzerland aktiv und prominent in ihren Kommunikationskanälen.

### MITGLIEDERBEITRÄGE (PRO JAHR)

- Boutique Betriebe (bis 15 Zimmer): CHF 2'500 (exkl. MwSt.)
- Kleine Betriebe (bis 30 Zimmer): CHF 4'000 (exkl. MwSt.)
- Mittlere Betriebe (bis 50 Zimmer) CHF 5'500 (exkl. MwSt.)
- Grosse Betriebe (>50 Zimmer) CHF 7'000 (exkl. MwSt.)
- Gruppen >= 3 Hotelbetriebe 20% Rabatt

### VERPFLICHTUNGEN

Ein Hotelpartner verpflichtet sich zu mindestens zwei Jahren Mitgliedschaft. Anschliessend kann die Mitgliedschaft jährlich gekündet werden. Eine einmalige Set-up Gebühr von CHF 2'500 ist zusätzlich zum Mitgliederbeitrag zu entrichten.

### GESCHÄFTSFÜHRERIN

Chantal Cartier, cartier@responsiblehotels.ch, +41 (0)43 810 06 06

## DIE AUFNAHMEKRITERIEN

Der Vorstand ist zugleich die Aufnahmejury.

### 1. LAGE & BETRIEB

Individueller, charakteristischer Betrieb an schöner Stadt- oder Ferienlage. Das Hotel bietet den Gästen ein echtes Gefühl des Ortes, indem es die umgebende Landschaft und das kulturelle Erbe zelebriert.

Messbasis: Jurybeurteilung

### 2. GÄSTEERLEBNIS & QUALITÄT:

Betrieb mit hoher Qualität und sehr guter Gästezufriedenheit. Inspirierende Erlebnisse werden den Gästen geboten – von Aktivitäten, die es ihnen ermöglichen, mit Einheimischen in Kontakt zu treten, bis hin zu Begegnungen mit Wildtieren unter Anleitung erfahrener Naturforscher.

Messbasis: mind. 4.5 Punkte Trust-you Score oder mind. 8.7 Punkte (Prädikat „fabelhaft“) booking.com und Jurybeurteilung

### 3. PHILOSOPHIE:

Das Hotel verfügt und lebt eine betriebspezifische ökologische und soziale Nachhaltigkeitsphilosophie und kommuniziert offensiv sein Commitment zur Nachhaltigkeit. Der Betrieb muss in einem spezifischen Anwendungsbereich der ökologischen oder sozialen Nachhaltigkeit nachweisliche Exzellenz und Vorreiterrolle praktizieren, bsp. CO<sub>2</sub>-Reduktion, Gastronomie (bsp. Regionalität, Bio) oder Plastikreduktion. Das Hotel lebt den Schutz des kulturellen Erbes und hat ein Commitment zum lokalen Engagement.

Messbasis: Jurybeurteilung

### 4. LEISTUNGS AUSWEIS ECOLOGY:

Erwiesenermassen überdurchschnittlich ökologisch produzierender Betrieb. Dazu hat der Gast die Möglichkeit seinen ökologischen Fussabdruck mit der Teilnahme beim MyClimate Programm «cause we care» oder mit anderen nachhaltigen und ausserbetrieblichen Projekten zu reduzieren.

Messbasis:

1. Akkreditierung durch Swisstainable III (oder äquivalentes Label) - oder
2. Für Betriebe, welche der Mitgliedergruppe «Boutique Hotels» oder «Kleine Hotels» angehören wird eine Akkreditierung durch Swisstainable II (oder äquivalentes Label) vorausgesetzt.

### 5. LEISTUNGS AUSWEIS SOCIAL:

Erwiesenermassen überdurchschnittlich lokal engagiert. Der Betrieb nimmt nachweislich eine soziale Vorreiterrolle im Community Engagement ein. Der Betrieb bildet Mitarbeitende aus, fördert den Nachwuchs und ist offen gegenüber in entsprechenden gruppenweiten Aktivitäten zu partizipieren.

Messbasis: Jurybeurteilung

### 6. SELEKTIV:

Eine Hotelgruppe soll nicht mehr als 15% des gesamten Kooperationsportfolio ausmachen. Dies zur Verhinderung einer zu dominanten Wahrnehmungsprägung. Ausgeschlossen von der Mitgliedschaft sind Hotels der Systemhotellerie sowie reine Business- und Kongresshotels.