

TED Faktenblatt

GRUNDSÄTZLICHES / ROLLE TOURISMUS-PARTEI.CH

Die Tourismus-Partei.CH tritt als Initiant auf. Der TED ist nicht Partei-Sprachrohr, sondern das Sprachrohr von touristischer Kompetenz, die Tourismus-Partei ist nicht die Absenderin, sondern Vermittlerin. Die Rolle der Tourismus-Partei wird es sein, den Content zu liefern, Rahmenbedingungen zu bieten, was interessierten Personen die Möglichkeit bietet, die Plattform zu nutzen. Die Tourismus-Partei nimmt die Rolle einer TED-Redaktion ein und spielt spannende und wichtige Themen ein. Sucht auch die „best-in-class“ Beispiele.

LOOK & FEEL

Ein eigenes Branding für den TED ist nicht notwendig, der Absender ist die Tourismus-Partei.CH. Viel Qualität, Kompetenz und das erst noch zeitgemäss. Die Beiträge werden gebrandet, damit man auch auf youtube, vimeo, etc. auf einen Blick sieht, wer der Absender ist.

CONTENT IST KING

Die „TED-Speaker“ müssen sog. Kings sein. Erfolgreiche Menschen, die über relevante Themen reden. Die Beiträge werden redaktionell vorbereitet, denn obwohl man heutzutage digital unterwegs ist, heisst dies nicht, dass die Tourismus-Partei „nur“ schnell sein muss.

THEMEN SETTING

Von der Tourismus-Partei initiierte Beiträge sind auf die aus Sicht der T-P.CH touristisch relevanten Themen ausgerichtet. So können die T-P.CH Meinungen und politischen Forderungen sowohl kompetent als auch glaubwürdig verbreitet werden. Stets ist die „Redaktion“ aber auch offen für neue Ideen, für unkonventionelle Ansätze und die Thematisierung von allfälligen neuen Herausforderungen und Erkenntnissen der Tourismusbranche.