

OSTSCHWEIZ

Neue Seminar- und Kongressstrategie

Die Ostschweiz bündelt die Kräfte: Die Organisation «Seminarland.ch», die von Thurgau Tourismus ins Leben gerufen wurde, kümmert sich künftig alleine um die Vermarktung der Ostschweiz als Seminarland. Das Convention Bureau von St. Gallen-Bodensee Tourismus fokussiert derweil auf die Kongressakquise. Diese Dual-Strategie erfordert organisatorische und personelle Anpassungen.

THERES LAGLER

Es ist noch gar nicht lange her, da buhlten die Verkaufsorganisation Seminarland.ch und das St. Gallen-Bodensee Convention Bureau ums Seminargeschäft in der Ostschweiz. Rolf Müller, Direktor von Thurgau Tourismus, und Thomas Kirchhofer, Direktor von St. Gallen-Bodensee Tourismus, signalisierten im Mai 2019 an einem Roundtable-Gespräch der EventEmotion zwar durchaus Gesprächsbereitschaft. Doch eine gemeinsame Lösung schien noch in weiter Ferne. Unterdessen hat jedoch ein Strategiebericht zum MICE-Geschäft in der Ostschweiz, den die Zürcher Agentur Schmid Pelli & Partner im Auftrag von St. Gallen-Bodensee Tourismus erarbeitete, Bewegung in die Angelegenheit gebracht. Zudem dürfte die Corona-Pandemie im laufenden Jahr dazu beigetragen haben, dass die involvierten Partner Doppelspurigkeiten möglichst rasch abbauen wollten.

Startschuss bereits am 1.1.2021

Die neue Vermarktungsorganisation «Seminarland Ostschweiz» wird schon ab Januar operativ tätig. «Ich glaube, es ist genau der richtige Zeitpunkt dafür», betont Rolf Müller, Direktor von Thurgau Tourismus. «Das Seminargeschäft ist aufgrund der Corona-Krise fast inexistent. Deshalb ist es ein wichtiges Zeichen, dass wir nun mit einer Anlaufstelle in die Zukunft gehen.» Zu diesem Zweck wird das bisherige Seminarland.ch aus Thurgau Tourismus herausgelöst. Die beteiligten Destinationen Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Toggenburg gründen gemeinsam mit St. Gallen-Bodensee Tourismus für das «Seminarland Ostschweiz» eine neue GmbH. Die Geschäftsstelle bleibt weiterhin in Romanshorn angesiedelt. Bettina Güntensperger, die bisherige Co-Leiterin des St. Gallen-Bodensee Convention Bureau, leitet künftig gemeinsam mit Annette Good, welche die Produktlinie Seminarland aufgebaut hat, die neue Vermarktungsorganisation «Seminarland Ostschweiz» (siehe Box). Für Thomas Kirchhofer, Direktor von St. Gallen-Bodensee Tourismus, sind diese organisatorischen und personellen Veränderungen sehr wichtig, um das gegenseitige Vertrauen noch weiter zu fördern und das Seminargeschäft gemeinsam voranzutreiben.



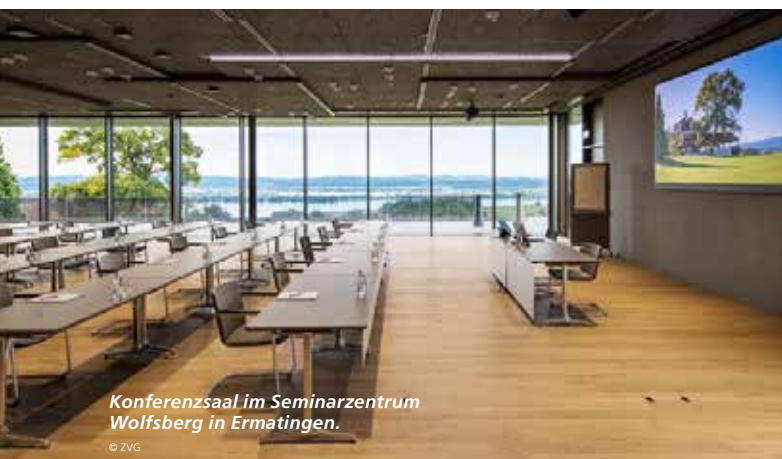
«Es ist ein wichtiges Signal, dass wir mit einer Anlaufstelle in die Zukunft gehen.»

ROLF MÜLLER, DIREKTOR
THURGAU TOURISMUS



Festsaal im Schloss Freudenfels
in Eschenz.

© ZVG



Konferenzsaal im Seminarzentrum
Wolfsberg in Ermatingen.

© ZVG



Doppelzimmer im Hotel Hirschen
in Wildhaus.

© JERONIMO VILAPLANA

Mehr Visibilität am Markt

«Wir wollen rasch am Markt wahrgenommen werden», betont denn auch Rolf Müller. Er verspricht sich vom Zusammenschluss mehr Reichweite. Während das bisherige «Seminarland.ch» 23 Hotels im Portfolio hatte, werden es bei «Seminarland Ostschweiz» 30 bis 35 Seminarhotels sein. Ein willkommener Nebeneffekt bei den Leistungsträgern ist zudem, dass grosse Seminarbetriebe, die bisher beim Seminarland und bei St. Gallen-Bodensee Convention vertreten waren, keine Doppelmitgliedschaften mehr benötigen. Um den Kunden ein komplettes Angebot mit Rahmenprogrammen zu präsentieren, dürfte bei «Seminarland Ostschweiz» auch die Zahl der Event-Locations steigen. Rolf Müller rechnet damit, dass es dereinst 60 bis 80 sein werden. Einer, der den Zusammenschluss mitangestossen hat, ist Tiziano Pelli, der im Auftrag von St. Gallen-Bodensee Tourismus einen Strategiebericht zum MICE-Geschäft in der Ostschweiz verfasste. «Es bestehen viele Synergien: Künftig wird nur noch eine Webseite, eine Broschüre und eine Datenbank benötigt, um das Seminargeschäft in der Ostschweiz zu bewerben.» Doch Pelli schätzt die Erfolgsaussichten nicht nur deshalb gut ein. Schon bisher habe das Seminarland proaktiv verkauft, die Beziehungen zu HR-Assistenten gepflegt, Sales-Calls und Site Inspections gemacht. Eine derart proaktive Rolle sei in der Tourismuslandschaft selten zu sehen. Zudem habe der Seminarstandort vom Säntis bis an den Bodensee unglaublich viel zu bieten – für Meetings ebenso wie für Teamevents in kleinen Gruppen draussen in der Natur.



© PATRICK SPYCHER

Co-Leitung für Seminarland Ostschweiz

Ab dem 1. Januar 2021 führen Annette Good und Bettina Güntensperger gemeinsam die neue Marketingorganisation «Seminarland Ostschweiz» in Romanshorn. Annette Good ist ausgebildete Tourismusfachfrau. Nach mehreren Aufenthalten und Tätigkeiten für verschiedene Hotelketten in Südkorea, London und Zürich sammelte die gebürtige Thurgauerin bei Swiss Sales erste Erfahrungen im Hotelverkauf. Die Geburt ihrer Tochter brachte sie zurück an den Bodensee. Nach vier Jahren als Verkaufsleiterin im Säntispark Abtwil baute Annette Good bei Thurgau Tourismus die Produktlinie Seminarland auf. Bettina Güntensperger ist ebenfalls ausgebildete Tourismusfachfrau HF sowie Marketingplanerin. Sie war elf Jahre Leiterin der Ferienmesse St. Gallen bei den Olma Messen. 2016 stieg Bettina Güntensperger als Sales-Mitarbeiterin im Convention Bureau von St. Gallen-Bodensee Tourismus ein. 2017 übernahm sie mit Marion Azzato – später mit Anja Salomon – die Co-Leitung. Bettina Güntensperger ist Job-Sharing gewöhnt und kann sich nun auf einen kürzeren Arbeitsweg freuen, da sie mit ihrer Familie in Romanshorn lebt.

www.seminarland.ch



Seminarraum im Gasthaus Krone
in Speicher.

© DAMIAN IMHOF

Kongresse als Stadt-Thema

Im Gegensatz dazu finden Kongresse meist im städtischen Raum statt. Zudem gestalten sich die Akquisition und die Abwicklung von Kongressen und Seminaren grundlegend anders. Deshalb fiel im Rahmen der Dual-Strategie auch der Entscheidung, dass sich das St. Gallen-Bodensee Convention Bureau voll und ganz auf das Kongressgeschäft fokussiert. Die Abgrenzung zum Seminarland Ostschweiz liegt gemäss Thomas Kirchhofer, Direktor von St. Gallen-Bodensee Tourismus, bei 300 Teilnehmer-Tagen. Alles, was darüber liegt, wird künftig zwingend über St. Gallen-Bodensee Convention abgewickelt, ein zweitägiges Seminar mit 100 Teilnehmern hingegen klar dem Seminarland zugeordnet. Die bisherige Co-Leiterin von St. Gallen-Bodensee Convention, Anja Salomon, übernimmt nach dem Weggang von Bettina Güntensperger die Gesamtleitung (siehe Box). Auf sie wartet ein intensiver Prozess, denn die Umsetzung der neu angedachten Kongress-Strategie für die «Greater St. Gallen Area» bringt ein hohes Mass an Komplexität mit sich und ist nicht von einem Tag auf den anderen zu realisieren.

Cluster-Strategie im Fokus

Kern der neuen Strategie ist die Akquisition und der Aufbau von Kongressen und Schlüssel-Events, welche klar den Themenführerschaften der regionalen Wirtschaft zuzuordnen sind. Eine solche Cluster-Strategie ist nicht neu: So setzt das Kongressbüro von Zürich Tourismus schon länger auf die Vernetzung der wichtigen Wirtschaftskluster, um namhafte Kongresse für die jeweiligen Branchen an Land zu ziehen. Das muss in St. Gallen erst noch aufgebaut werden. Die erfolgsversprechenden Wirtschaftskluster sind bereits definiert: Präzisionsindustrie, Gesundheit, Wirtschaft und Wissenschaft sowie Digitale Intelligenz (ICT). In zweiter Priorität kommen Landwirtschaft und Ernährung (Olma) sowie

«Wir wollen zu den Top 7 der Schweizer Kongressstandorte gehören.»

THOMAS KIRCHHOFER, DIREKTOR
ST.GALLEN-BODENSEE TOURISMUS



Rechtswissenschaften dazu. «Wir müssen nun näher zur Wirtschaft und Standortförderung rücken, Kontakte zu CEO's und Meinungsführern knüpfen, um dann eine Netzwerk-Intelligenz aufzubauen», führt Thomas Kirchhofer aus. St.Gallen-Bodensee Convention könne Support und Kommunikation für die Cluster anbieten. Das Ziel sei klar, in diesen Fachbereichen wertschöpfungsintensive Kongresse nach St. Gallen zu holen und langfristig zu halten.

In die Top 7 der Schweiz

Der Geschäftstourismus ist für St.Gallen-Bodensee Tourismus ein strategisch wichtiges Geschäftsfeld. Deshalb verfolgt Thomas Kirchhofer ambitionierte Ziele für den Kongressstandort St.Gallen. «Wir wollen zu den Top 7 der Schweizer Kongressstandorte gehören», so Kirchhofer. St.Gallen reihe sich hinter den grösseren Schweizer Städten wie Zürich, Basel, Bern, Luzern, Lausanne und Genf ein und stehe damit in direkter Konkurrenz zu den Kongressstandorten Lugano, Interlaken, Davos und Montreux. Für den Grossraum St.Gallen spricht gemäss Kirchhofer die stimmige Kongressinfrastruktur, die Flexibilität sowie das attraktive Preisniveau. Zudem wartet St.Gallen schon bald mit neuen Angeboten auf, die den Kongressstandort weiter stärken: So soll bereits im Januar 2021 im Geschäftshaus «Vier Winkel» auf dem ehemaligen Spinnereiareal ein Betrieb der französischen Hotelkette B&B Hotels eröffnen. Die HRS Real Estate AG renoviert im Auftrag der Pensionskasse St.Gallen die Villa Wiesenthal in Bahnhofsnähe und erstellt direkt dahinter ein neues Hotel mit 100 Zimmern, das 2022 in Betrieb gehen soll. 2023 folgt dann die Einweihung der neuen Eventhalle 1 der Olma Messen St.Gallen.

www.st.gallen-bodensee.ch

www.thurgau-bodensee.ch



Die Fachfrau für Kongresse

Ab dem 1. Januar 2021 obliegt die Leitung des St.Gallen-Bodensee Convention Bureau Anja Salomon (früher Sachse). Im vergangenen Jahr teilte sich die 33-Jährige die Leitung noch mit Bettina Güntensperger. Anja Salomon ist seit 2017 für das Convention Bureau tätig. Sie wirkte unter anderem als Projektleiterin Operating Seminar & Sales und Projektleiterin Operating Kongress & Sales. Zudem ist Anja Salomon gut verankert im micelab: Bodensee, das die Tagungs- und Kongressregion Bodensee grenzüberschreitend voranbringen will. Vor ihrem Engagement in der Schweiz arbeitete die gebürtige Deutsche als Eventmanagerin bei der Event Park GmbH in Leipzig, als Reiseleiterin bei TUI Cruises und als stellvertretende Abteilungsleiterin des Bereichs Eventmarketing und Off-Air-Production beim Funkhaus in Halle.

www.st.gallen-convention.ch



Direkt am See: Das Haus Würth in Rorschach.

© DANIEL M. FREI