



Seminar- und Kongressstrategie in der Ostschweiz: Wie weiter?

Von MICE-tip - 15.09.2020

Bei der Kongressakquise setzt St.Gallen auf eine Clusterstrategie, beim Seminargeschäft auf Kooperation.



Thomas Kirchhofer, St. Galler Tourismusdirektor

Am 4. St.Galler Hotellerie-Tag im Hotel Bad Horn am Bodensee ist die neue Seminar- und Kongressstrategie der Ostschweiz präsentiert worden. Dabei stand ein wichtiges Thema im Zentrum: Wie soll es weitergehen mit der Seminar- und Kongressarbeit in der Ostschweiz? Bei der Kongressakquise setzt St.Gallen auf eine Clusterstrategie, beim Seminargeschäft auf Kooperation.

Ein wichtigstes Geschäftsfeld

Michael Vogt, Direktor des Hotels Einstein sowie Präsident des Vereins Hotellerie St.Gallen-Bodensee eröffnete den offiziellen Teil des vierten Hotellerie-Tages und übergab das Wort an den St.Galler Tourismusdirektor Thomas Kirchhofer. «Der Geschäftstourismus stellt bei St.Gallen-Bodensee Tourismus neben dem Kultur- und Eventtourismus sowie Tagesausflugstourismus das wichtigste von drei strategischen Geschäftsfeldern dar. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, den Top sieben der Schweizer Kongressstandorte anzugehören», stellte Thomas Kirchhofer dar. «St.Gallen reiht sich hinter den grösseren Schweizer Städten wie Zürich, Basel, Bern, Luzern, Lausanne und Genf ein und steht in direkter Konkurrenz mit den Kongressstandorten Lugano, Interlaken, Davos und Montreux-Vevey», so Kirchhofer. «Die Akquisition und das Operating von Kongressen und Seminaren gestalten

sich grundlegend unterschiedlich. Aus diesem Grund verfolgt St.Gallen-Bodensee Tourismus eine sogenannte Dual-Strategie.»

Gestärkt und fokussiert in die Zukunft

Die Seminar- und Kongressstrategie wurde in Zusammenarbeit mit der Zürcher Agentur Schmid Pelli & Partner entwickelt. Tiziano Pelli sprach vor den knapp 60 anwesenden Teilnehmenden über die Entwicklungen im Tourismus und die Herausforderungen sowie Erkenntnisse der neuen Strategie. Für die «Greater St.Gallen Area» wird eine eigenständige und selbstbewusste Kongressstrategie entwickelt. Im Kern liegt die konsequente Fokussierung auf der Akquisition von Verbandskongressen sowie der Akquisition und dem Aufbau von Kongressen und Schlüssevents, welche exakt entlang der Themenführerschaften in der regionalen Wirtschaft angesiedelt sind. Diese Strategie beinhaltet die Akquisition und den Aufbau wertschöpfungsintensiver Kongresse entlang der Wirtschafts- oder Fach-Cluster sowie regional verankerten Themenführerschaften. Damit wird zum Ziel gesetzt, dass diese Veranstaltungen permanent oder für längere Zeit in der «Greater St.Gallen Area» bleiben und die Region in ihrer Cluster-Strategie stärken.

Themencluster bilden

Quellen und Fundus für authentische Themenführerschaften sind die Universität St.Gallen, die OST – Ostschweizer Fachhochschule und weitere Bildungsinstitute, das Kantonsspital St. Gallen, die EMPA, das Bundesverwaltungsgericht, bestehende Events wie zum Beispiel die Publikumsmesse OLMA, der CSIO, das Open Air St. Gallen aber natürlich auch Unternehmen der Region.

Seminare gemeinsam vermarkten

Für die Seminarstrategie wird derzeit intensiv eine Ostschweizer Kooperation geprüft. Gemeinsam in die Zukunft: Das Convention Bureau von St. Gallen-Bodensee Tourismus und die Seminarvermarkterin «Seminarland.ch» von Thurgau Tourismus wollen inskünftig die Vermarktung der Ostschweiz als Seminarland gemeinsam vorantreiben. In den aktuellen Zeiten ist es existentiell wichtig, dass die Branche zusammenhält, an einem Strang zieht, neue Kooperationen und Formate andenkt und den Austausch untereinander verstärkt.

Das Convention Bureau von St. Gallen-Bodensee Tourismus sowie das Seminarland.ch bearbeiten in einem normalen Jahr rund 330 Anfragen und generieren damit 1.4 Millionen Schweizer Franken Umsatz. Das Seminarmarketing der Tourismusorganisationen ist für viele Betriebe wichtig und unterstützend. Für grössere Seminaranbieter stellt es eine attraktive Zusatzplattform dar. *(MICE-tip)*