

Medienmitteilung

30. Oktober 2025, 11:00 Uhr

Neue Bedürfnisse von Gästen aus aller Welt

St.Gallen-Bodensee Tourismus stellt sich mit Fünf-Punkte-Plan neu auf

Der Tourismus befindet sich im Umbruch. Neue Gästebedürfnisse, dynamische Märkte, vielfältige Kommunikations- und Distributionskanäle verlangen von regionalen Tourismusorganisationen eine Neuausrichtung. St.Gallen-Bodensee Tourismus (SGBT) nutzt das Momentum, um sich konsequent an die veränderten Rahmenbedingungen anzupassen – mit klaren Prioritäten und einem Fünf-Punkte-Plan für die kommenden Monate.

Das Rollenverständnis einer Destinationsmanagement Organisation (DMO) entwickelt sich weg von der reinen Vermarktung hin zur Impulsgeberin und Koordinatorin im Auftrag der Branche. Marketing und Gästeinformation bleiben wichtig, treten jedoch hinter die Rolle als Netzwerk- und Innovationspartnerin zurück. «Durch die angekündigte Anpassung der Partnerschaft mit der Casino St.Gallen AG entsteht zusätzlicher Handlungsdruck, den wir konsequent für die Neuausrichtung nutzen», sagt Präsident RafaelENZler. Mit der angepassten Organisation ist St.Gallen-Bodensee Tourismus gut gerüstet, die Entwicklungen in der Tourismusbranche mitzugestalten.

Der Fünf-Punkte-Plan im Überblick

Die bestehende Strategie 2027 bildet weiterhin die Grundlage. Sie wird feinjustiert und mit den Schwerpunkten aus dem neu erarbeiteten Fünf-Punkte-Plan ergänzt:

1. Guest Services konsolidieren: Die klassischen Tourismusbüros werden in dezentrale und digitale Lösungen überführt. Gleichzeitig wird der persönliche Kontakt in Spitzenzeiten gezielt gestärkt, wie dies erfolgreich an der UEFA Women's EURO 2025 umgesetzt wurde.
2. Destination Services ausbauen: Kooperationen und Mandate werden auf rentable Angebote, die Hotelübernachtungen generieren, ausgerichtet. Starke Partner wie die Olma Messen St.Gallen AG, das UNESCO Weltkulturerbe Stiftsbezirk St.Gallen, die Leading Events of St.Gallen, die Universität St.Gallen, Kulturinstitutionen oder die Standortförderung spielen dabei weiterhin eine zentrale Rolle. Die beliebten Stadtführungen werden weiterentwickelt.
3. B2B-Plattform «Leisure» aufbauen: Klassische Imagekampagnen und Endkunden-Marketing treten in den Hintergrund. Stattdessen entsteht für touristische Dienstleister aus dem Freizeit-Bereich eine Plattform, die auf verkaufsfördernde und messbare Kampagnen setzt. Das Modell hat sich im Business mit dem St.Gallen Convention Bureau bereits etabliert. Die Aktivitäten im Bereich Geschäftstourismus (MICE) bleiben bestehen.
4. Enabler-Rolle stärken: SGBT übernimmt verstärkt die Rolle als Impulsgeberin und Koordinatorin, etwa bei der Finanzierung neuer Projekte und Produkte. Erste Initiativen sind für die Kulturstadt St.Gallen, im Rheintal und in der Region Rorschach-Bodensee-Heiden-Walzenhausen geplant.

5. Effizienz in der Verwaltung steigern: Durch straffere Strukturen und bereichsübergreifende Einsätze werden Personalkosten gesenkt. Davon betroffen sind zwei Vollzeitstellen und Anpassungen bei mehreren Teilzeitpensen in den Bereichen Gästeinformation und Marketing. Total sind es 2,4 Stellen oder ca. 10% des gesamten Personalbestandes.

«Wir richten unsere Ressourcen klar auf Aufgaben und Massnahmen mit nachweisbarer Wirkung für die ganze Region aus», betont Direktor Thomas Kirchhofer. So wird die Organisation kontinuierlich effizienter und ergebnisorientierter.

Geplanter Wechsel in der Direktion

Unabhängig von der Neuausrichtung hat Direktor Thomas Kirchhofer frühzeitig angekündigt, sich ab Mitte 2026 neu zu orientieren. «Nach 25 Jahren in Tourismusorganisationen möchte ich beruflich nochmals neue Impulse setzen», erklärt er. Mit seiner vorausschauenden Ankündigung schafft er Zeit für eine sorgfältige Umsetzung des Fünf-Punkte-Plans und eine geordnete Übergabe. Präsident RafaelENZler würdigt Kirchhofers Leistung: «Wir bedauern seinen Entscheid und schätzen uns glücklich, dass er in den kommenden Monaten für die anstehenden Herausforderungen zur Verfügung steht. Thomas Kirchhofer wird mit dem Team noch viel bewegen können.» Die Ausschreibung der Direktion erfolgt in den kommenden Monaten.

Über St.Gallen-Bodensee Tourismus: Die Region St.Gallen-Bodensee zwischen Wil und dem unteren Rheintal, mit der Stadt St.Gallen als kulturellem, wirtschaftlichem und politischem Zentrum – ist ein attraktiver Lebens- und Wirtschaftsraum. St.Gallen-Bodensee Tourismus engagiert sich für Projekte und Massnahmen, die geeignet sind, den Bekanntheitsgrad und die Ausstrahlung der Destination zu steigern, und versteht sich in der Rolle der touristischen Führung der Destination. Die Destination generiert jährlich über 500'000 Logiernächte mit über 600 Anbietenden von Ferienwohnungen und Airbnb sowie fast 70 Beherbergungsbetrieben.

Bilder:

Passendes Bildmaterial sowie ein Bild von RafaelENZler und Thomas Kirchhofer finden Sie [hier](#).

Für weitere Informationen und Bildmaterial (Medien):

St.Gallen-Bodensee Tourismus

RafaelENZler

Präsident

Tel. +41 (0) 79 261 30 87

rafael.enzler@gutundgut.ch

Erreichbar: 30. Oktober, 11 – 16 Uhr

St.Gallen-Bodensee Tourismus

Thomas Kirchhofer

Direktor

Tel. +41 (0) 79 333 80 50

thomas.kirchhofer@st.gallen-bodensee.ch

Erreichbar: 30. Oktober, 11 – 16 Uhr