



TOURISMUSSTRATEGIE ST.GALLEN-BODENSEE 2027

st.gallen-bodensee.ch


St.GallenBodensee
entdecken erleben wissen

ÜBERSICHT

EINLEITUNG

Die Region St.Gallen – zwischen Wil und unterem Rheintal, mit der Stadt St.Gallen als kulturellem, wirtschaftlichem und politischem Zentrum – ist ein attraktiver Lebens- und Wirtschaftsraum. Der Tourismus spielt, gemessen an den Logiernächten, im Vergleich zu tourismusintensiven Regionen der Schweiz nur eine untergeordnete Rolle, hat aber dennoch eine wichtige Bedeutung als allgemeiner Attraktivitätsfaktor für den Standort und als Wirtschaftsfaktor. Die Erlebnisregion am Bodensee und Alpstein mit zahlreichen Freizeitangeboten ist zudem eine beliebte Ausflugsdestination mit weiterem Potential. Die hohe kulturelle Relevanz des UNESCO-Weltkulturerbes Stiftsbezirk St.Gallen und die volkswirtschaftliche Bedeutung der Olma Messen bedingen eine effiziente touristische Vermarktung.

ABSICHT

Die vorliegende Tourismusstrategie liefert die Grundlage für die touristische Entwicklung in der Destination. Sie ist auf die Standortentwicklungs-Strategie der Stadt St.Gallen und der Region abgestimmt und stellt ein integriertes Element davon dar.

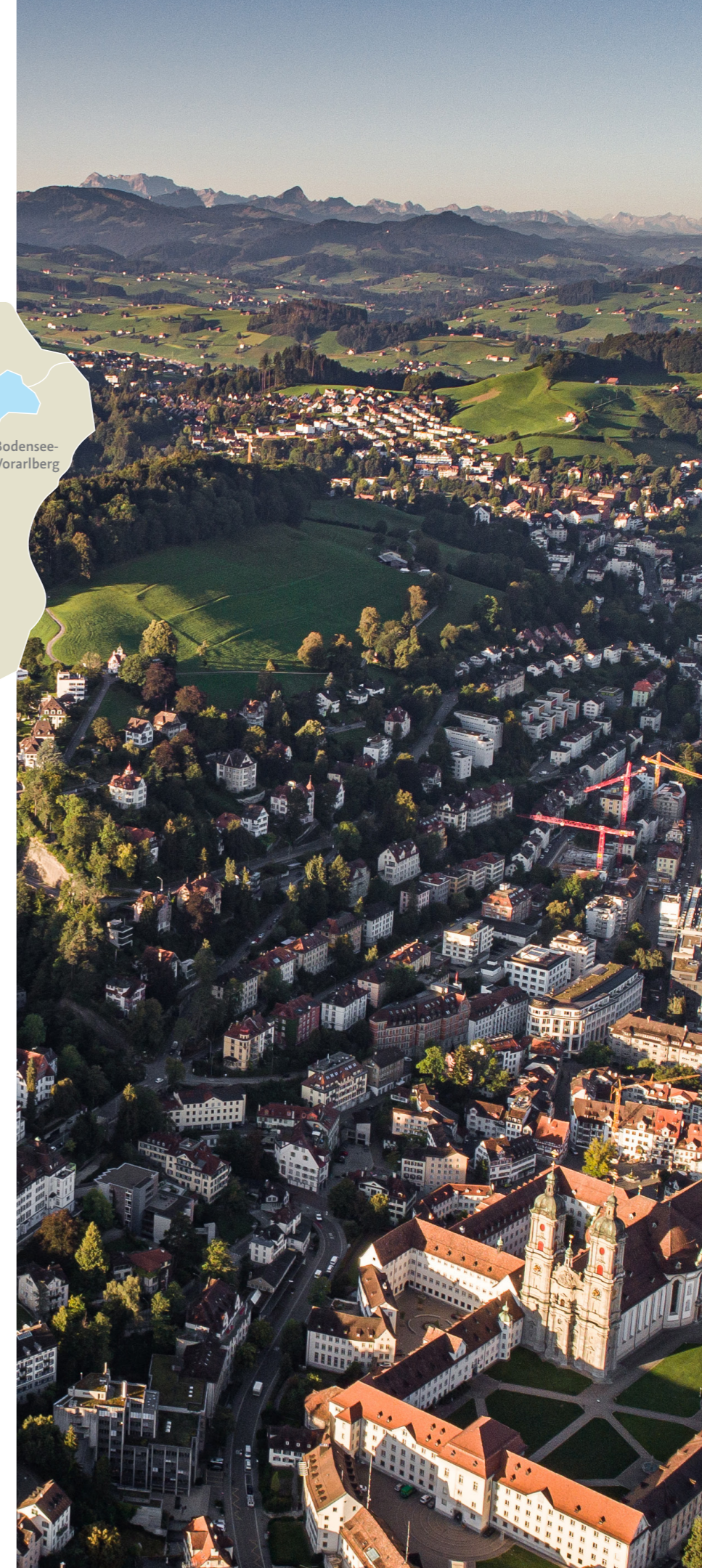
STRATEGIEEBENEN

Die Tourismusstrategie St.Gallen-Bodensee besteht aus den beiden Elementen *Destinationsstrategie* und *Unternehmensstrategie*. Bei der Destinationsstrategie handelt es sich um einen Entwicklungsweg, der durch St.Gallen-Bodensee Tourismus (SGBT) in einem partizipativen Prozess zusammen mit Leistungsträgern, Politik und Verwaltung erarbeitet wurde. Sie dient als Kommunikationsinstrument gegenüber Partnerinnen und Partnern und weiteren Anspruchsgruppen. Die Unternehmensstrategie erläutert den Beitrag des Tourismusvereins SGBT bei der Umsetzung der Destinationsstrategie. Sie ist ein Führungsinstrument für den Vorstand und die Geschäftsführung von SGBT.



INHALTSVERZEICHNIS

Strategie	4/5
Normative Strategie	6/7
Rollen	8
Organigramm	9
Umsetzung	10
Zielvorgaben bis 2027	11
Controlling	12
Erfahren Sie mehr	14



STRATEGIE

VISION

Destination: St.Gallen ist im Inland und international touristisch beehrt als weltoffene Wissens-, Kultur- und Messestadt erster Qualität mit einzigartigen Angeboten im intakten Erlebnisraum Bodensee-Säntis.

Tourismusorganisation: SGBT ist eine in der Tourismuswirtschaft, Politik und Gesellschaft anerkannte Organisation, die effektive und messbare Beiträge zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in unserer Region leistet.

MISSION DER TOURISMUSORGANISATION

SGBT fördert, betreibt und organisiert nachhaltigen Tourismus in der Region St.Gallen Bodensee mit Blick auf die Ostschweiz und zum Nutzen des Lebensraums.

WERTE

Hohe Zusammenbeitskultur, Qualitätsbewusstsein, sorgsamer Umgang mit ideellen und materiellen Werten, Bewusstsein für Tradition und geschichtliches Erbe, Weltoffenheit.






STRATEGISCHE ERFOLGSPOSITIONEN

- UNESCO-Weltkulturerbe mit internationaler Ausstrahlung
- Führende Wirtschaftsuniversität mit internationaler Ausstrahlung
- Schweizerische Bekanntheit als Messestadt mit der Leuchtturmmesse Olma und attraktiven Infrastrukturen
- Grossevents mit nationaler und internationaler Ausstrahlung
- Hervorragende verkehrsmässige Anbindung an Zürich Airport und den Metropolitanraum Zürich
- Im Einzugsgebiet der Metropolitanräume Stuttgart und München und im Dreiländereck Deutschland, Österreich, Schweiz
- Im Herzen des Metropolitanraums Bodensee
- Umgeben von attraktiven und unverbrauchten Freizeitregionen (Bodensee, Alpstein) mit herausragender Verkehrserschliessung
- Bekanntheit als Zentrum einer grenzüberspannenden Textilregion mit jahrhundertealter Tradition




POSITIONIERUNG

Wissen	Universität mit internationaler Ausstrahlung, Stiftsbibliothek mit Wissen aus Jahrhunderten
Kunst und Kunsterlebnis	Museen, lebendige Kunstszene, Konzert und Theater, Festivals
Event- und Messekompetenz	Olma Messe-Infrastruktur, Lage, Tradition
Bodensee / Internationalität	Erlebnis- und Erholungsraum, Wirtschaftsraum
Stiftsbezirk / Altstadt / Textil	Geschichte, Fundament

STRATEGISCHE GESCHÄFTSFELDER UND ÜBERGEORDNETE ZIELE

MICE: Kongresse / Events / Messen		Wachstum
Kultur- und Wissenstourismus		Steigerung von Erlebnis- und Angebotsqualität
Gesundheits- / Bewegungs- / Genusstourismus		Steigerung der Bekanntheit, Stärkung der Positionierung

NORMATIVE STRATEGIE

STRATEGISCHE GESCHÄFTSFELDER	ZIELE FÜR DIE DESTINATION	STRATEGISCHE STOSSRICHTUNGEN VON SGBT	
1 MICE: Kongresse / Events / Messen 	Wachstum	1 Geschäftsfokus	SGBT kümmert sich um die 3 strategischen Geschäftsfelder
		2 Verständnisfokus	SGBT übernimmt Leadership in der Destination, etabliert integrale Gesprächskultur
2 Kultur- und Wissenstourismus 	Gesteigerte Erlebnisqualität	3 Erlebnisfokus	SGBT stärkt die Erlebnisqualität durch Kooperationen (auch über Perimeter hinaus, funktionaler Raum)
		4 Digitalisierungsfokus	SGBT baut die digitale Marketingkompetenz aus
		5 Partnerfokus	SGBT kümmert sich um die Bedürfnisse der lokalen und regionalen Leistungspartnerinnen und -partner
3 Gesundheit / Bewegung / Genuss 	Bessere Bekanntheit, geschärfte Positionierung	6 Organisationsfokus	Weiterentwicklung der Organisation SGBT (effektive und effiziente Tourismusorganisation, moderne Strukturen)

STRATEGISCHE GRUNDSÄTZE

- Wir bekennen uns zu einer qualitätsorientierten touristischen Wachstumsstrategie.
- Der Tourismus in der Destination St.Gallen-Bodensee dient dem Lebensraum und der Bevölkerung und wahrt deren Interessen.
- Wir streben eine nachhaltige Entwicklung an, schonen Ressourcen und tragen Sorge zum Landschaftsbild, zur Natur, zur Kultur und zur hohen Lebensqualität.
- Wir streben ein gutes Tourismusverständnis in der Bevölkerung und in der Politik an, um eine hohe Akzeptanz für unser Tun zu erreichen.
- Wir betrachten die Stadt St.Gallen als touristischen Hub der Destination St.Gallen-Bodensee. Eine touristische Stärkung von St.Gallen bedingt einen Einbezug des Umlandes und führt so zu einer prosperierenden touristischen Entwicklung in der ganzen Region.
- Wir verfolgen die touristische Entwicklung der Destination anhand von strategischen Grössen und steuern sie aktiv.
- Wir stärken die Top-Events, entwickeln sie weiter und bauen das MICE-Angebot (Meetings, Incentives, Conferences, Events) zusammen mit den Leistungsträgern aus.
- Wir intensivieren die Digitalisierung zur Verbesserung der Convenience, zur Pflege unserer Stammgäste (CRM) und zur Optimierung der Prozesse.
- Wir verstärken strategische Kooperationen und erweitern den Erlebnisraum für unsere Gäste.



	DESTINATION	TOURISMUSORGANISATION		
Vision	St.Gallen ist im Inland und international touristisch begehrt als weltoffene Wissens-, Kultur- und Messestadt erster Qualität mit einzigartigen Angeboten im intakten Erlebnisraum Bodensee-Säntis.	SGBT ist eine in der Tourismuswirtschaft, Politik und Gesellschaft anerkannte Organisation, die effektive und messbare Beiträge zur nachhaltigen Tourismusentwicklung in unserer Region leistet.		
Mission	SGBT fördert, betreibt und organisiert nachhaltigen Tourismus in der Region St.Gallen-Bodensee mit Blick auf die Ostschweiz und zum Nutzen des Lebensraums.			
Werte	Hohe Zusammenarbeitskultur, Qualitätsbewusstsein, sorgsamer Umgang mit ideellen und materiellen Werten, Bewusstsein für Tradition und geschichtliches Erbe, Weltoffenheit			
Strategische Erfolgspositionen	Lage im Dreiländereck, UNESCO-Weltkulturerbe, international renommierte Uni, historische Altstadt, Messeinfrastruktur, umgebender Freizeitraum, Verkehrsverbindungen zu grossen Zentren			
Positionierung	Wissen, Kunst- und Kulturerlebnis, Bodensee / Internationalität, Stiftsbezirk / Altstadt / Textil, Event- und Messenkompetenz			
Strategische Geschäftsfelder und übergeordnete Ziele	Business MICE: Kongresse / Events / Messen Ziel: Wachstum	Kultur- und Wissenstourismus Ziel: gesteigerte Erlebnisqualität	Gesundheit / Bewegung / Genuss Ziel: gesteigerte Bekanntheit gestärkte Positionierung	Leisure

ROLLEN

DIE ROLLEN VON ST.GALLEN-BODENSEE TOURISMUS SIND WIE FOLGT FESTGELEGT:

FÜHREN & VERNETZEN	BETREUEN & BETREIBEN	INSPIRIEREN & KOMMUNIZIEREN	BEFÄHIGEN & ENTWICKELN
No 1	No 2	No 3	No 4
Touristische Führung der Destination	Gastgeber	Marketing	Destination Services
SGBT ist Systemführer des Tourismus im Raum St.Gallen-Bodensee und engagiert sich für eine positive Gesamtentwicklung.	SGBT ist zuständig für die Gästebetreuung und übernimmt eine Gastgeberrolle in der Destination St.Gallen-Bodensee.	SGBT ist eine Marketing- und Kommunikationsagentur für die Destination. SGBT wird in der Produkt- und Themenentwicklung selektiv selbst als Leistungserbringer tätig. Dies bei Strategiekongruenz, bei Marktversagen und bei Bedürfnissen von Leistungsträgern.	SGBT ist im Leisure- wie im Business-tourismus «Service- und Supportorganisation» und übernimmt eine Enabler-Rolle für die touristischen Nutzniesser.

1. TOURISTISCHE FÜHRUNG DER DESTINATION

- Markenführung, Destinationsentwicklung
- ICT-Infrastruktur
- HR, Buchhaltung und Controlling
- Business-Intelligence, Monitoring, Reporting und Analysen
- Unternehmenskommunikation
- Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement
- Lobbying, Stakeholdermanagement

2. GASTGEBER

Guest Services St.Gallen, Rorschach

- Beratung und Verkauf
- Produkt Management Stadtführungen, Touren
- Produkteverkauf
- Verkauf Gruppenreisen

3. MARKETING

Marketing & Kommunikation

- Contentmanagement und Kampagnen (digital / analog)

- Printprodukte, Publikationen
- Betrieb und Weiterentwicklung der Website und der Vertriebsplattformen
- Social Media und Influencer Marketing
- Medienarbeit
- Branding, Bildwelten
- Verkauf und Markt Kooperationen
- Produktmanagement
- Gästekarten

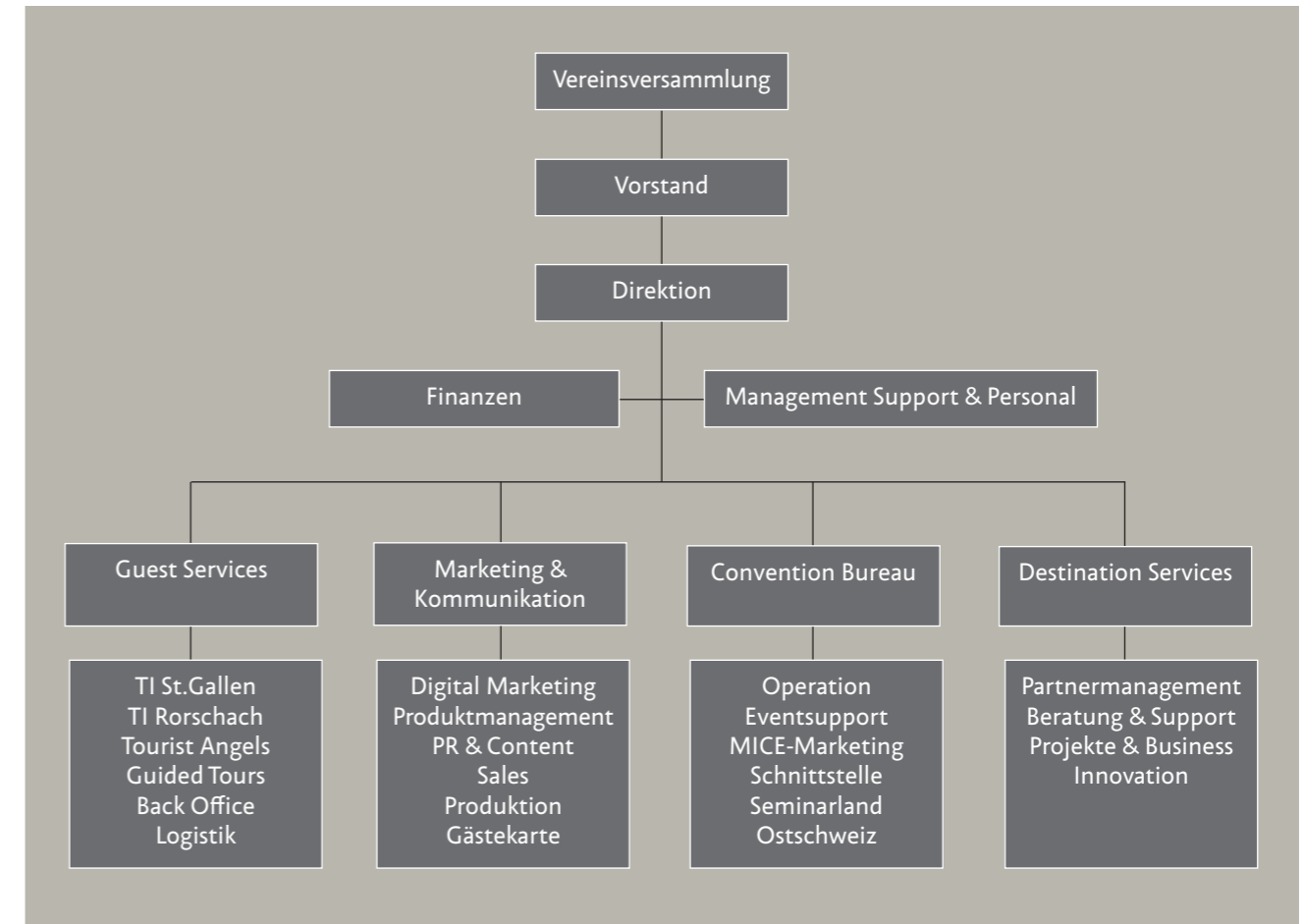
4. DESTINATION SERVICES

- Partnermanagement
- Wissensvermittlung
- Unterstützungsdienstleistungen
- Dialogplattformen
- Business Innovation und Projekte

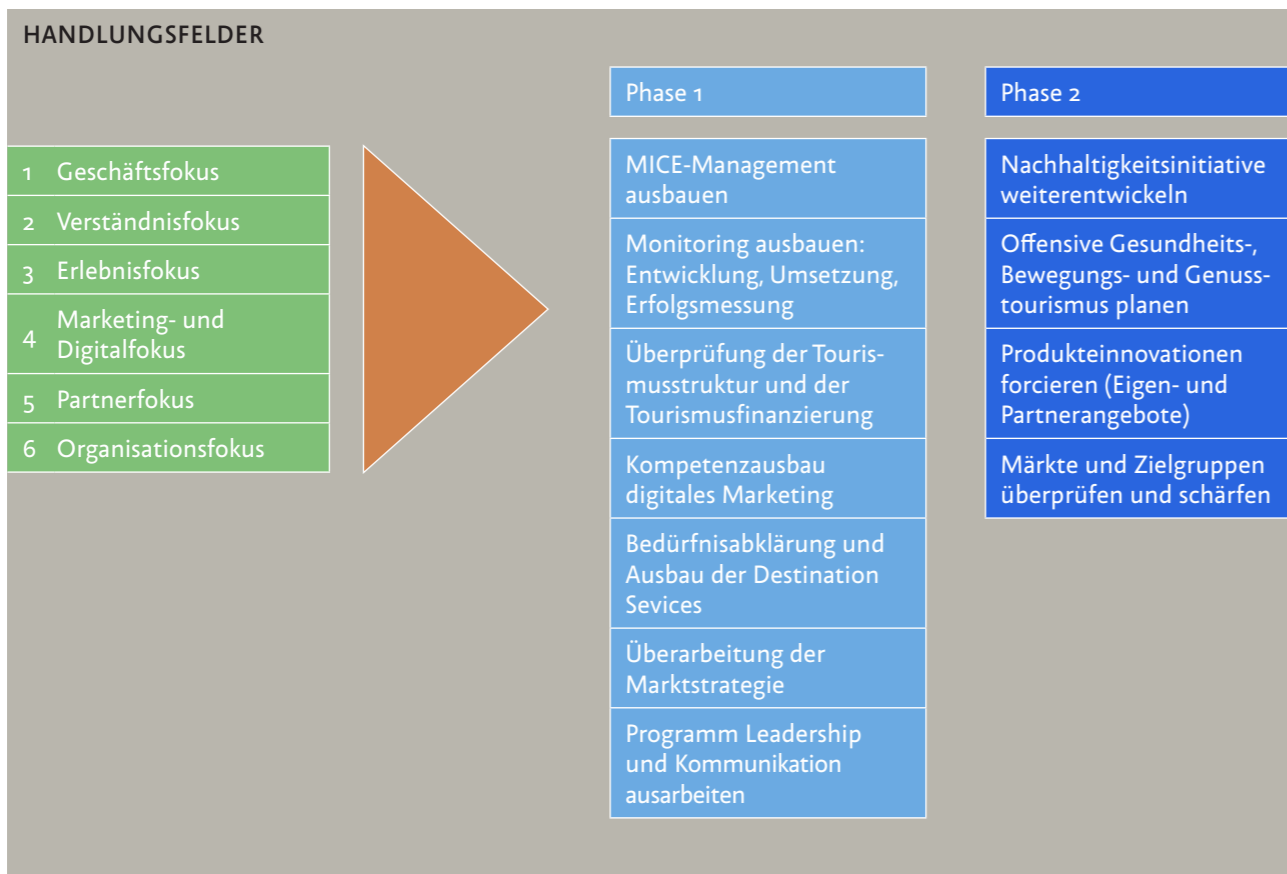
St.Gallen Convention Bureau

- Bearbeitung Anfragen (international / national)
- Unterkunftsorganisation
- Kundenbindung und Akquisition
- Planung Marktbearbeitung
- Ausarbeitung von Rahmenprogrammen
- Statistik, Reporting

ORGANIGRAMM



UMSETZUNG



ZIELVORGABEN BIS 2027

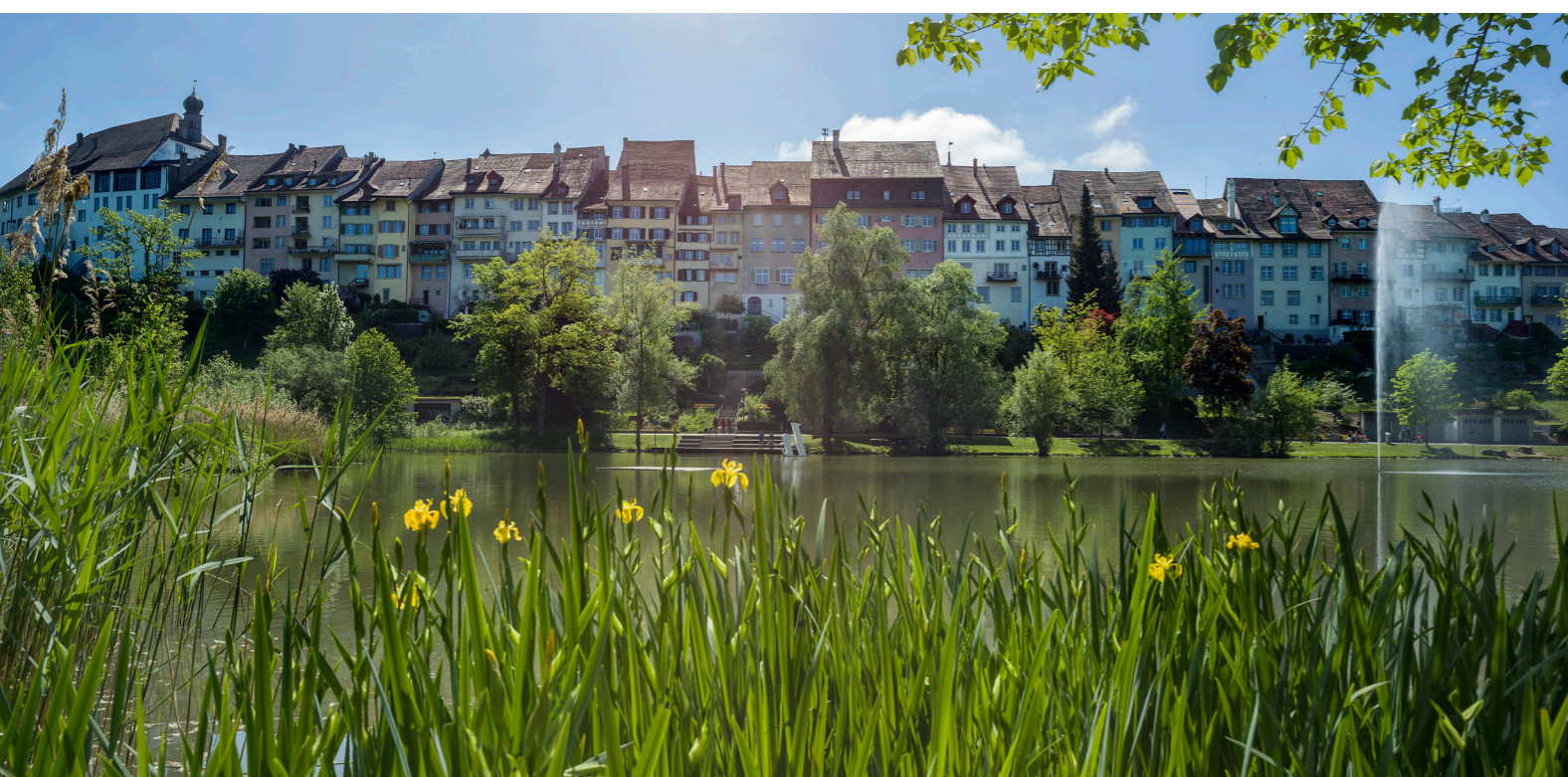
DESTINATION

1. Profilierung und Positionierung geschärft
2. Wachstum MICE erreicht
3. Angebote in «Kultur- und Wissenstourismus» ausgebaut
4. Bekanntheit und Positionierung von «Gesundheit, Bewegung, Genuss» erhöht
5. Marktgerechtes, erlebnisorientiertes Produkteportfolio mit hoher Erlebnisqualität für Gäste
6. Potentiale im Thema Nachhaltigkeit lokalisiert, priorisiert und erschlossen
7. Gestärkte direkte Wertschöpfung aus dem Tourismus nachgewiesen

ST.GALLEN-BODENSEE TOURISMUS

1. Systemführerrolle von SGBT etabliert und bei den relevanten Stakeholdern anerkannt
2. Gastgeberrolle weiterentwickelt
3. Marketing sowie Produkt- und Themenentwicklung in neuer Qualität umgesetzt, Resultate am Markt nachgewiesen
4. Märkte- und Zielgruppenportfolio fokussiert aufgestellt
5. Mehrwerte als Destination Services-Organisation nach innen sind gestärkt, weiterentwickelt und etabliert.

Wir orientieren uns an messbaren Zielvorgaben und entsprechenden Schlüsselkennzahlen (KPIs).





CONTROLLING

Die «Tourismusstrategie St.Gallen-Bodensee 2027» wird jährlich in einem Strategieinterview überprüft und aktualisiert.

Für die Zeit nach 2027 wird rechtzeitig ein neuer Strategieprozess gestartet und mit verschiedenen Stakeholdern abgestimmt.



ERFAHREN SIE MEHR

Sie wollen mehr über die Strategie 2027 und unsere Arbeiten erfahren?

Auf unserer Webseite haben wir einen speziellen Strategie-Corner eingerichtet, wo wir regelmässig über strategische Themen, Ideen und Vorgehensweisen informieren.

Sie haben selbst Anregungen oder kritische Anmerkungen? Wir sind Ihnen dankbar für Ihr wertvolles Feedback.

Sie möchten St.Gallen-Bodensee Tourismus als Mitglied oder Key-Partner unterstützen?

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

St.Gallen-Bodensee Tourismus
Bankgasse 9
9001 St.Gallen

T: +41 71 227 37 37
kommunikation@st.gallen-bodensee.ch



<https://partner.st.gallen-bodensee.ch/strategie-2027.html>