

SONDERAUSGABE ZUM KONGRESSPLATZ OSTSCHWEIZ

**MICE-Strategie:**

Wie sich die Ostschweiz einen Spitzenplatz sichern kann

ab Seite 4**In dieser Ausgabe:**

Isabel Schorer, Peter Kuratli,
Peter Zadavec, Markus Walt,
Marco Carrozzo, Jan Brosinsky,
Michael Vogt, Andrea Götte

Publishing Partner:

E
EINSTEIN ST. GALLEN
HOTEL CONGRESS SPA

Radisson **BLU**
HOTEL, ST. GALLEN

St.GallenBodensee
entdecken **erleben** wissen
www.st.gallen-bodensee.ch

Fünf Ecken für einen runden Anlass.



**Das Pentorama
ist ein faszinierender
Raum für 25 bis 2500 Personen.
Durch seine aussergewöhnliche Architektur eignet
es sich für die verschiedensten Veranstaltungen –
Konzerte genauso wie Vorträge oder Seminare.
Der fünfeckige Bau mit dem 853 Quadratmeter grossen,
unterteilbaren Saal und den beiden Galerien verleiht
auch Ihrer Veranstaltung einen besonderen Rahmen.**



**Erkundigen Sie sich unverbindlich
bei der Stadtkanzlei Amriswil:
Telefon: +41 (0)71 414 12 32
Mail: pentorama@amriswil.ch
www.pentorama.ch**



pentorama
amriswil



Den Standort mutig weiter entwickeln

Wenn es um die Position einer Stadt oder einer Regierung als Konferenz-, Seminar- und Tagungsstandort geht, ist oft die Rede von der Anzahl durchgeführter Events und der Übernachtungsziffer. Natürlich sind diese Werte wichtige Indikatoren bei der Beurteilung des Erfolgs. Sie greifen allerdings recht kurz. Denn kurzfristige Ausschläge nach oben oder unten können auch dem Zufall oder kurzfristigen Entwicklungen geschuldet sein. Auf lange Sicht ist beim Vornehmen einer Beurteilung viel entscheidender, wie sich das Image eines Standorts grundsätzlich präsentiert. Stimmt dieses, kann auch ein temporärer Rückschlag verdaut werden; stimmt es nicht, sollte eine einzelne Erfolgsmeldung nicht überbewertet werden.

Wie steht es diesbezüglich um die Ostschweiz? Hier muss man nüchtern feststellen: Wir sind als geografische Randregion innerhalb der Schweiz für viele die grosse Unbekannte, die sich den Entscheidungsträgern nicht unmittelbar aufdrängt, wenn es um die Frage nach einem Durchführungsort geht. Die Automatismen spielen also nicht zu unseren Gunsten; «aus Prinzip» kommen Zürcher, Berner oder Basler nicht zu uns. Anders sieht es wieder aus, wenn man über die Landesgrenzen hinaus blickt und das Dreiländereck betrachtet: Hier sind wir gewissermassen plötzlich das Zentrum und können Schweizer Qualitäten in die Waagschale werfen. Auf der anderen Seite sprechen hier wieder Themen wie die Frankenstärke gegen uns. Und das vergleichsweise nach wie vor überschaubare Hotelangebot schränkt die Möglichkeiten bei der Jagd nach Kongressen ebenfalls ein.

Wenn objektive Kriterien wie Distanz, Währung und Hotellerie nicht zwingend für eine Region sprechen, müssen die weichen Faktoren umso stärker betont werden. Hier ist die Ostschweiz gut beraten, sich als Ganzes zu verkaufen, weil die Qualitäten verschiedener Regionen über Kantonsgrenzen hinaus ein attraktives Gesamtpaket ergeben. Der See, die Hauptstadt, der Alpstein: Vergleichbares auf so kleiner Fläche hat keine andere Region zu bieten. Parallel dazu müssen wir uns aber weiter anstrengen, die objektiven Schwächen zu beseitigen. Mit der geplanten Olma-Erweiterung über der Autobahn haben die Verantwortlichen eine Idee präsentiert, die genau zeigt, was es braucht: visionäres Denken ohne Schere im Kopf und ohne Angst vor den Reaktionen der zahlreichen Bedenkensträger. Auf diesem Pfad sollte es weitergehen.

Marcel Baumgartner
Chefredaktor

Sonderausgabe zum Kongressplatz Ostschweiz

Impressum

Magazin LEADER, MetroComm AG, Bahnhofstrasse 8, 9001 St.Gallen, Telefon 071 272 80 50, Fax 071 272 80 51, leader@metrocomm.ch, www.leaderonline.ch | **Verleger:** Natal Schnetzer | **Redaktion:** Marcel Baumgartner (Leitung), baumgartner@leaderonline.ch | **Fotografie:** Stéphanie Engeler, zVg. | **Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | **Anzeigenleitung:** Martin Schwizer, mschwizer@metrocomm.ch | **Marketingservice/Aboverwaltung:** Vreni Zäch, info@metrocomm.ch | **Abopreis:** Fr. 60.– für 18 Ausgaben | **Erscheinung:** Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar/Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November/Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben | **Gestaltung:** Tammy Rühli, truehli@metrocomm.ch | **Satz:** Manuela Lupi, mlupi@metrocomm.ch | **Druck:** Ostschweiz Druck AG, 9300 Wittenbach LEADER ist ein beim Institut für geistiges Eigentum eingetragenes Markenzeichen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. ISSN 1660-2757



«Wir sind gut aufgestellt und agieren gemeinsam»

Unter der Leitung der Standortförderung Stadt St.Gallen werden Massnahmen erarbeitet, um St.Gallen als Kongressort attraktiver zu gestalten. Innerhalb der nächsten fünf Jahre sollen 500 000 Franken in die Bestandspflege und Neuansiedlung von Kongressen investiert werden. Im Gespräch mit Isabel Schorer, Leiterin Standortförderung Stadt St.Gallen.

Isabel Schorer, St.Gallen will mit einer neuen Strategie seine Positionierung als Kongressstadt verstärken. Was konkret soll in Angriff genommen werden?

Eine wesentliche, bereits etablierte Massnahme stellt die kundenorientierte Kongressbetreuung dar: Der Kongresskunde, also der Kongressveranstalter, wird heute aus einer Hand und in enger Abstimmung der verschiedenen Akteure betreut. Diese Professionalisierung und Vereinfachung aus Sicht der Kundschaft ist unabdingbar, um im Kongressmarkt konkurrenzfähig zu sein. Bereits heute ist die abgestimmte und kundenorientierte Zusammenarbeit auch für den Kunden spürbar. Ich bin überzeugt, dass dies eine wesentliche Massnahme ist, um als Kongressstandort bestehen zu können. Wir sind bestrebt, gemeinsam den Kongresskuchen am Standort zu vergrössern, was eine höhere Wertschöpfung bedeutet und am Ende allen Beteiligten einen wirtschaftlichen Vorteil bringt.

«Heute sind die Hotels in einem grossen Perimeter verstreut, häufig sind es solche mit einer geringen Bettenzahl.»

Auch wurde eine «Förderstrategie» für Kongresse definiert.

Deren Ziel ist es, regional verankerte und nachhaltig wertschöpfende Kongresse in St.Gallen zu fördern und zu halten. Im Herbst 2015 hat das Stadtparlament den Antrag für finanzielle Mittel zur Umsetzung dieser Förderstrategie allerdings zurückgewiesen. Deshalb ist heute nur eine eingeschränkte Umsetzung der Förderstrategie möglich. Seitens Kongressakteure erhoffen wir uns aber, dass die Gelder ab 2017 für die Förderung dieses Wirtschaftszweigs bereitgestellt werden können. Denn damit können Entwicklungen im Kongressmarkt, wie beispielsweise die Ausrichtung von Fördergeldern an

Vergleichsstandorten sowie der hohe Schweizer Franken, abgefedert werden. Eine dritte Massnahme ist der «Gratis-öV» für Kongressteilnehmer. Das alles sind klassische Standortförderungsaktivitäten zur Stärkung der Konkurrenzfähigkeit.

Hier hinkt St.Gallen anderen Standorten noch hinterher.

Ja, viele andere Standorte bieten ihren Kongresstouristen respektive Teilnehmern eine Gratis-öV-Nutzung an. Das heisst aber nicht, dass der öV wirklich gratis wäre, sondern dass er nicht direkt vom Fahrgast, sondern beispielsweise über die Gasttaxe finanziert wird. Die Ausformulierung und Einführung dieser Massnahme ist unter der Leitung von St.Gallen-Bodensee Tourismus (SGBT) in Arbeit und wir hoffen, dass bis 2017 eine passende Lösung vorliegt.

Ein letzter Massnahmenbereich wurde zudem bei der Hotellerie definiert. Was konkret ist hier das Ziel?

Immer wieder beanstanden Kundinnen und Kunden die Hotelsituation in St.Gallen. Es ist weniger die Anzahl Hotelbetten als die Struktur der Hotellerie: Heute sind die Hotels in einem grossen Perimeter verstreut, häufig sind es solche mit einer geringen Bettenzahl. Der heutige Kongressveranstalter wünscht sich aber grössere Hotelkomplexe in naher Distanz zur Kongressinfrastruktur. Die Herausforderung für St.Gallen besteht darin, dass zwar Hotelinvestoren und -betreiber interessiert sind, aber die geeigneten Standorte zuerst bereitgestellt werden müssen. Deshalb bereitet die Stadt St.Gallen mögliche Areale auf, damit auch gezielt in Hotelbauten investiert werden kann. Ich bin überzeugt, dass mit der Eröffnung von ein bis zwei grösseren preiswerten Businesshotels die Attraktivität des Kongressstandorts St.Gallen deutlich gesteigert werden kann.

Während die einen argumentieren, dass ein besseres Angebot im Hotelbereich auch zu mehr Kongressen führen würde, entgegnet die ande-



Isabel Schorer, Leiterin Standortförderung Stadt St. Gallen: «Ich spüre, dass wir auf einem guten Weg sind.»

ren, dass zuerst Eventzusagen gemacht werden müssten, bevor man das Bettenangebot ausbaut. Die typische «Huhn oder Ei»-Problematik?

2014 haben rund 35 Kongresse mit 27 000 Teilnehmertagen in St. Gallen stattgefunden. 70 bis 80 Prozent dieser Kongresse finden ihren Ursprung bei Institutionen mit Standort in der Region, also der Universität und der Fachhochschule St. Gallen, der Empa und dem Kantonsspital. Die Treiber, die Kongressveranstalter, sind weitestgehend bereits hier. Ich bin der Meinung, dass ein stimmigeres Hotelangebot, verbunden mit weiteren Verbesserungen im Angebot für Kongressanbieter, zu einer Steigerung der Logiernächte und somit zu einer Steigerung der Wertschöpfung und besseren Wahrnehmung vom Standort St. Gallen führen wird. Diese Annahme beruht aber darauf, dass keine weiteren Faktoren wie Währungsproblematik oder Wirtschaftsentwicklung negative Effekte auf den allgemeinen Kongressmarkt in der Schweiz haben.

Gleich mehrere Schweizer Städte wollen sich in diesem Bereich entwickeln. Könnte dies nicht zu einem Überangebot, zu einem Overkill, führen?

Der Kongressmarkt ist generell durch einen zunehmenden Standortwettbewerb geprägt. Es wurden europa- und schweizweit Mittel in den Ausbau und die qualitative Verbesserung der Kongressinfrastrukturen investiert. Dieser Ausbau des Angebots bei gleichzeitig rückläufiger Nachfrage verstärkt

die Konkurrenzsituation. Wenn man aber genauer hinschaut, wird ersichtlich, dass die verschiedenen Städte verschiedene Zielgruppen und Zielmärkte ansprechen – und da sehe ich eine Stärke von St. Gallen: Unsere Stadt hat regional verankerte Kongressveranstalter wie die Universität, das Kantonsspital oder die Empa, welche gerne ihre internationalen Kongresse vor der Haustüre durchführen. Auch die Rückmeldungen von externen Kongressveranstaltern zum Standort sind grundsätzlich sehr positiv. Können wir also Verbesserungen durch die eingangs genannten Massnahmen erreichen, sind wir gut aufgestellt, um im Bereich der Kongresse mit bis zu 1500 Teilnehmern konkurrenzfähig zu agieren. Aber diese Positionierung braucht gemeinsame Anstrengungen und ein gemeinsames Verständnis für diesen Wirtschaftszweig – und da spüre ich, dass wir auf einem guten Weg sind.

Was ist es denn, was St. Gallen schon jetzt zu einem attraktiven Platz macht?

St. Gallen ist die schönste Stadt der Schweiz! Ernsthaft, was Kongressgäste an der Stadt St. Gallen sehr schätzen, sind folgende Merkmale: die kurzen Wege innerhalb der Stadt. Vom Kongress sind die Restaurants und kulturellen Sehenswürdigkeiten in Gehdistanz und die Altstadt lädt zum Flanieren ein. Auch die abwechslungsreichen Rahmenprogramme und die Gastronomie werden immer wieder gelobt. Ebenfalls ein allgemeiner Standortvorteil sind die nun noch besser gewordene Verkehrsanbindung und die geografische Lage im internationalen Bodensee-raum. Auch die Kongressinfrastruktur, beispielsweise mit den Olma-Messen und dem Einstein Congress, wird immer wieder lobend erwähnt.

Das Fundament ist demnach vorhanden. Nun soll der «Überbau» attraktiver gestaltet werden. Was macht diese Ausgestaltung so schwierig? Ziehen nicht alle Beteiligten am gleichen Strick?

Wir sind gut aufgestellt und agieren gemeinsam. Selbstverständlich gibt es eine gewisse Konkurrenzsituation auf dem Platz St. Gallen, weil die Infrastruktur im Besitz von unterschiedlichen Institutionen beziehungsweise Unternehmen ist. Aber heute kann ich mit gutem Gewissen sagen, dass alle am gleichen Strick ziehen. Bisher haben wir uns stark auf die professionellere und kundenorientiertere Bearbeitung von Anfragen fokussiert. Aktuell sind alle Akteurinnen und Akteure unter Leitung des Kantons St. Gallen gemeinsam daran, auch Verbesserungen bei der Kongressakquisition zu erzielen. Auch da müssen wir uns als Standort stetig verbessern, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engeler

«Bedeutsam ist eine Fokussierung auf Kernthemen»

Ziel einer übergeordneten Strategie für den Kongressplatz St.Gallen müsse sein, dass der Kongressgast seinen Aufenthalt als Gesamterlebnis wahrnimmt. Dazu seien gebündelte Angebotspakete notwendig, ist Peter Kuratli, Leiter des St.Galler Amtes für Wirtschaft und Arbeit, überzeugt.

Peter Kuratli, das Ziel ist klar: Die Ostschweiz, insbesondere die Stadt St.Gallen, möchte künftig bei Kongressveranstaltungen noch attraktiver werden und sich zu einer Topregion der Schweiz entwickeln. Wenn wir den Istzustand betrachten: Was prädestiniert den Standort dazu?

Erstens verfügt die Ostschweiz mit dem Kantonsspital, der Universität St.Gallen, der Empa und den Fachhochschulen über Institutionen mit interessanten Themenführerschaften, die für internationale Kongresse geeignet sind. Zweitens ist eine vielseitige Kongressinfrastruktur vorhanden wie die Olma-Messen, das Kongresszentrum Einstein, das WBZ Holzweid mit Seminarhotel, das Resort Bad Ragaz, das Haus Würth Rorschach oder der Stadtsaal Wil... Und nicht zuletzt bietet sich die Ostschweiz für attraktive Rahmenprogramme vor, während und nach den Kongressen geradezu an. Zudem ist auch die Lage im Vierländereck attraktiv.

«Die gute Zusammenarbeit zwischen Kantonen, Destinationen und Kongressen ist entscheidend.»

Um sich von anderen Destinationen abheben zu können, dürften aber noch einige zusätzliche Angebote nötig sein. Wo sehen Sie den dringendsten Handlungsbedarf?

Verbessert werden muss einerseits das Beherbergungsangebot: Nicht alle Betriebe sind optimal auf die Beherbergung von Kongressteilnehmenden abgestimmt. Zudem würden zwei bis drei zusätzliche typische Kongresshotels die Kongressregion stärken und auch die Kapazität für grössere Kongresse schaffen. Wichtig ist auch, dass die verschiedenen Leistungsträger gut miteinander vernetzt und aufeinander abgestimmt sind. Ziel ist nämlich, dass der Kongressgast seinen Aufenthalt als Gesamterlebnis wahrnimmt. Dazu sind gebündelte Angebotspakete notwendig. Bedeutsam ist auch eine klare Fokussierung auf Kernthemen. Dabei ist es sinnvoll, wenn eine Abstimmung mit der Positionie-

rung des Wirtschaftsraums stattfindet. Einfacher wäre es natürlich, wenn die Ostschweizer Destinationen nicht so kleinräumig strukturiert wären.

Nun sind in diesem Prozess die unterschiedlichsten Player involviert. Skizzieren alle dasselbe Wunschbild oder bestehen unterschiedliche Ansichten, was die künftige Gestaltung des Kongressplatzes anbelangt?

Eine klare Stärkung als Kongressregion ist unbestritten und wird von allen getragen. Dies ist auch aus wirtschaftlicher Sicht für unsere Region von grosser Bedeutung. Ich bin sicher, dass dies mit vereinten Kräften machbar ist. Die Region als Ganzes kann dazu geeignete Rahmenbedingungen schaffen. Dabei ist das gute Zusammenarbeiten zwischen Kantonen, Destinationen und Kongressstandorten ein entscheidender Faktor. Es gilt, die Rahmenbedingungen für die Kongressregion gemeinsam festzulegen und eine wirkungsvolle Koordination zu finden. Dazu gehören beispielsweise Leistungs- und Finanzierungsvereinbarungen. Selbstverständlich gibt es auf der Ebene der Leistungsträger auch Konkurrenzsituationen. Dies muss aber nicht zwingend schlecht sein, denn eine gesunde Konkurrenz kann den Standort als Ganzes, welcher selber unter grossem Konkurrenzdruck steht, auch weiter bringen. Ich würde hier von einer Mischung von Koordination und Konkurrenz sprechen, die es braucht, um im Kongressgeschäft erfolgreich zu sein.

Welche Rolle kann bzw. muss der Kanton St.Gallen in diesem ganzen Spektrum einnehmen?

Der Kanton kann der Branche keine Strategie vorgeben und das Angebot nicht selber erneuern. Die eigentliche Arbeit muss von der Branche geleistet werden. Der Kanton und die Kongressstandorte – insbesondere die Stadt St.Gallen – können aber mittels Leistungsvereinbarung mit der Tourismusorganisation eine strukturelle und inhaltliche Lenkungsfunktion einnehmen. Wo erwünscht und sinnvoll, kann der Kanton für den Ausbau und die Erneuerung der Kongressinfrastruktur oder zur Ansiedlung neuer Beherbergungsbetriebe auch Arealentwicklungsprozesse anstossen.



Peter Kuratli, Leiter Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St. Gallen:
«Die Ostschweiz ist dank dem attraktiven Preisniveau schweizweit wohl im Vorteil.»

Nun ist die Ostschweiz nicht die einzige Region, die eine MICE-Strategie umsetzen möchte. Andere Regionen der Schweiz arbeiten ebenso daran bzw. sind schon einige Schritte weiter. Besteht nicht die Gefahr, dass schweizweit ein Überangebot geschaffen wird?

Der Kampf um Marktanteile im MICE-Bereich wird in Zukunft weiter zunehmen. In der Schweiz besteht tatsächlich ein Überangebot. Ein Teil dieses Angebots ist aber nicht mehr zeitgemäss und kann den heutigen Ansprüchen nicht mehr entsprechen. Gerade unsere Region mit der Stadt St. Gallen ist aber ein traditioneller Kongressstandort, der sich auch in Zukunft behaupten kann, wenn er die notwendige Weiterentwicklung in Bezug auf Infrastruktur und Positionierung mittels guten Gesamtangeboten schafft. In einer solchen Marktsituation ist es unabdingbar, das

Leistungsangebot voll auf die Kundenwünsche auszurichten. Reibungsverluste und Unbequemlichkeiten aufgrund eines fragmentierten Angebots sind zu vermeiden. Wichtig ist auch, dass wir im richtigen Markt agieren und uns nichts vormachen: Wir sind zumindest mit der heutigen (Beherbergungs-)Infrastruktur kaum ein Standort für die ganz grossen Veranstaltungen. Wir spielen nicht in einer Liga mit Zürich, Genf, München oder Wien. Für die Ostschweiz ist das Kongress- und Seminargeschäft aber ein ganz wichtiges «Zusatzgeschäft»: In den Städten bringen Geschäftsreisende die Hauptauslastung. In den Ferienregionen sind dies Feriengäste und Kurzaufenthalter.

Die Infrastruktur haben wir bereits angesprochen. Aber kann die Schweiz als Hochpreisland grundsätzlich überhaupt mit dem Ausland mithalten?

Die Schweiz hat weiterhin Chancen, sich im internationalen Tourismus und auch im MICE-Bereich zu halten. Als Hochlohnland kann sie sich jedoch in diesem Geschäft nicht über den Preis positionieren. Vielmehr muss sich die Schweiz durch massgeschneiderte Pakete in Verbindung mit ihren im internationalen Vergleich grossen Standortvorteilen wie Schönheit, Sicherheit, politische Stabilität und Vielfältigkeit auf engstem Raum bewähren. In Bezug auf den Preis kann aber gesagt werden, dass hier die Ostschweiz im schweizweiten Vergleich wohl eher im Vorteil ist, denn das hiesige Preisniveau ist unter demjenigen von grösseren Kongressstandorten wie Zürich oder Genf.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Anzeige



Alpenstrasse 46
CH-9479 Oberschan
Tel. +41 (0)81 784 02 02
Fax +41 (0)81 784 02 00
www.hotelalvier.ch
mail@hotelalvier.ch

Seminarhotel, wo Seminare zum Erfolg führen

- Wunderbare Aus- und Weitsicht auf 1000 Meter über Meer
- Idealer Ort und ideale Räume für kreatives, konzentriertes Arbeiten und Lernen
- Gemütliches Beisammensein bei feinem Speis und Trank
- Gute Möglichkeiten für Outdoor-Aktivitäten
- Ihr Wohlbefinden ist unser Herzensanliegen
- Wir sind mit Freude und Kompetenz für Sie da



Hotel Alvier - Seminar- und Ferienhotel mit Panoramarestaurant - Wo Seminare zum Erfolg führen

Wir lieben sie, die kreativen Ideen.

Die ausgefallenen Einfälle. Die abgefahrenen Geistesblitze. Nur zufrieden geben wir uns damit noch nicht. Sondern erst dann, wenn diese auch 100 % zur Marke, zum Kunden, zur Strategie passen. Wenn die Story stimmt. Und wir sie präzise und mit Blick auf jedes Detail für unsere Kunden umsetzen können. Denn dann sind es Ansätze, die für Bewegung sorgen. Für Momente, die begeistern.



**Frisch zubereitet.
Wer, wie, was, wieso,
weshalb, warum.
Hier erfahren Sie's.
News, Fakten,
Hintergründe.**

**Frisch auf den Tisch.
www.marbet-schweiz.ch**

**Momente,
die begeistern.**

Von den Löchern im Käse und dem Kreuz mit den Fränkli

Den Schweizern sagt man ja eine gewisse «Gemütlichkeit» voraus – von wegen. Wenn man sich die marbet Schweiz im Moment ansieht, ist von Gemütlichkeit keine Spur. Das Team rund um Alexander Berger ist mit voller Power in das neue Jahr gestartet – die Hemdsärmel wurden hochgekrempt und das Motto lautet: mit Vollgas nach vorne. Als erklärtes Ziel hat sich das Team gesetzt, zu den führenden Event Agenturen in der Schweiz zu gehören.

Doch wer sind die Köpfe bei marbet Schweiz? Seit Anfang des Jahres 2015 führt Alexander Berger den Standort in der Schweiz an und sagt folgendes über seine Leute: «Das Team der marbet Schweiz vereint die Präzision der Schweizer, den Ehrgeiz der Deutschen und die Herzlichkeit der Österreicher – die Schweiz ist Basis unseres Wirkens, aber die Welt mit all seinen Orten, die es noch zu entdecken gibt ist unsere Leidenschaft! Vom Querdenker, zum Vordenker, vom Phantast zum «Räpplifuxer» – die marbet Schweiz hat viele Köpfe und doch arbeiten sie präzise wie ein Schweizer Uhrwerk – Zahn in Zahn, gemeinsam für den Erfolg des Kunden!».

Und diese Kunden wollen überrascht werden – mit kreativen, ehrgeizigen Vorschlägen, mit neuen Blickrichtungen und eindrücklichen Erlebnissen. Dabei gilt es nicht immer alles noch einmal zu übertrumpfen, sondern vielleicht auch das Glück im Bodenständigen, im Regionalen zu finden – zurück zur Basis, und doch «over the top».

Über Hotelzimmer, Flugbuchungen und Transfers sprechen wir erst gar nicht. Das ist doch die Basis von allem. Wir sprechen über diese speziellen Momente die den Unterschied machen. Über Orte, die wirklich noch «Insider» sind, über Showacts die einen den Atem nehmen und über diese kleinen «i-Tüpfelchen» die manchmal ganz banal sein können. Worüber wir ganz sicher sprechen: dass wir mehr geben, als Sie erwarten, wir zu unserem Wort stehen und lokale und internationale Gepflogenheiten ernst nehmen.

Neue Büroräumlichkeiten in Zürich

Seit gut drei Jahren ist die marbet Schweiz nun im Würth Haus Rorschach und in Zürich Urdorf vertreten. Von beiden Standorten aus werden die Ostschweiz sowie der wichtige Zürcher und Westschweizer Markt abgedeckt. Im März steht noch der Umzug vom Büro Urdorf nach Zürich-Alstetten an. Ab 1. März kann die marbet Kunden & Lieferanten im neuen Büro in der Badnerstrasse begrüßen.



Lena Striegel und Alexander Berger

LiveCom Preis 2015

marbet Schweiz ist stolz auf alle seine Mitarbeiter. Zum Beispiel wurde Lena Striegel der LiveComPreis 2015 vom FAMAB, dem Verband direkte Wirtschaftskommunikation und der TU Chemnitz verliehen.

Lena Striegel, Junior Projektleiterin bei der marbet Schweiz hat mit Ihrer Bachelorarbeit ein Optimierungsversuch der Pitchquote aus Agentursicht gestartet.

Lena Striegel, 27-Jahre hat im September 2014 ihr BWL Studium an der dualen Hochschule Ravensburg abgeschlossen. Die marbet war im Studium ihr Praxispartner. Somit ist sie bereits seit Juni 2011 ein engagiertes Teammitglied und stets hochmotiviert für die Kunden das Beste heraus zu holen.

Entwickelt hat sie ein Instrument welches auf theoretischen Grundlagen basiert und zeitgleich in der Praxis angewandt werden kann. Ein Scoring Modell mit insgesamt elf Kriterien die in Zusammenarbeit mit Branchenexperten und Kunden der marbet erörtert und gewichtet wurden. Das Instrument findet seit September 2015 Anwendung bei der marbet Schweiz. Sie und Prof. Stefan Luppold schreiben derzeit gemeinsam als Autoren ein Essential welches voraussichtlich im Sommer 2016 veröffentlicht wird.

«Hier liegt unsere grosse Chance»

Auch der Kanton Appenzell Ausserrhoden mischt im MICE-Bereich kräftig mit. Der Mix aus frischer Luft, einzigartigen Aussichten, gelebtem Brauchtum und kulinarischen Höhepunkten: Das ist das Erfolgsrezept dieser Region. Peter Zadavec, Leiter MICE Business bei Appenzellerland Seminare & Events, ist überzeugt: «Ein Seminar zwischen See und Bergen ist eine gute Wahl, um Gedanken fliessen zu lassen und neue Perspektiven zu gewinnen. Ein weiteres Argument ist das sehr gute Preis-Leistungs-Verhältnis.»



Peter Zadavec, Leiter MICE Business bei Appenzellerland Seminare & Events: «Der Austausch unter uns Sales Managern ist aber enorm wichtig.»

Die Hotels und Eventanbieter im Appenzellerland sind klein und fein. Dies hat zur Folge, dass nur wenige eine eigene Sales-Abteilung haben. Aus diesem Grund hat sich Appenzellerland Tourismus AR entschieden, zusammen mit Partnerbetrieben das Geschäftsfeld «Appenzellerland – Seminare & Events» aktiv zu bearbeiten. Als MICE-Verantwortlicher darf hierbei Peter Zadavec mit über 15 Betrieben im Portfolio das Appenzellerland tagtäglich bei Kunden präsentieren. «So ist für mich jede Buchung ein Highlight. Es entstehen oft eine langjährige Geschäftsbeziehung und eine nachhaltige Verbundenheit mit dem Appenzellerland», erklärt er. Zu erwähnen sei auch, dass die Angebotsseite im Kanton Appenzell Ausserrhoden einen Schritt nach vorne gemacht habe: Das neue Hotel auf der Schwägälp mit 68 Zimmern ist das jüngste Highlight in dieser Sparte.

Wo man an Grenzen stösst

Dennoch ist es nach wie vor Knochenarbeit, Erfolge verbuchen zu können. Um neue Kongresse in die Region holen zu können, müssen zahlreiche Hürden gemeistert werden. Zadavec erklärt: «Wir müssen den Kunden immer wieder darauf aufmerksam machen, dass das Appenzellerland zentral gelegen ist. Die Verkehrsanbindung mit dem öffentlichen Verkehr sowie mit dem Auto ist bestens.»

«Für grosse, mehrtägige Seminare haben wir manchmal zu wenig Betten. Gerade bei kurzfristigen Anfragen, was tendenziell zunimmt, stossen wir an Grenzen»

Und wie sieht es hinsichtlich der Infrastruktur im Hotelbereich aus? «Für grosse, mehrtägige Seminare haben wir manchmal zu wenig Betten. Gerade bei kurzfristigen Anfragen, was tendenziell zunimmt, stossen wir an Grenzen», gibt der MICE-Verantwortliche zu. Bei Tagungen oder Teamevents sei man hingegen flexibler. «Aus diesem Grund bearbeiten wir hauptsächlich KMU aus dem Raum Ostschweiz/Winterthur. Ein

grosser und wichtiger Kundenstamm befindet sich also vor unserer eigenen Haustüre.» Für die Region als Ganzes sei in der MICE-Welt der Mix entscheidend: grosse Kongresse, kleine Tagungen und Seminare, Teamevents, Rahmenprogramme. «Das Angebot in der Ostschweiz ist vielfältig und zieht verschiedene Zielgruppen an. Das ist eine grosse Chance.»

Präsenz ist entscheidend

Der Zukunft sieht Peter Zadavec optimistisch entgegen. Auf der Angebotsseite ist der Kanton Appenzell Ausserrhoden gut aufgestellt. Gleichzeitig sei es jedoch wichtig, das Portfolio stetig zu entwickeln, zu überwachen, sinnvoll auszubauen und den Bedürfnissen am Markt anzupassen. «Es ist ein Teil meiner Aufgabe», so Zadavec, «Trends in der Branche zu erkennen und in meine Arbeit mit «meinen» Betrieben einfließen zu lassen. Und wenn wir die Umsätze in den nächsten Monaten und Jahren weiterhin erhöhen können, dann brauche ich bald Verstärkung.» Die stetige Präsenz bei Kunden sei zentral und zeitaufwendig zugleich.

Die Destinationen in der Ostschweiz arbeiten im Bereich MICE bereits eng zusammen. Gegenüber Schweiz Tourismus und seinen Märkten treten St.Gallen-Bodensee, Appenzellerland, Heildiland, Schaffhauserland, Thurgau, Toggenburg und Fürstentum Liechtenstein als «Ostschweiz» auf. Der Meetingplaner, die Broschüre für Seminare und Kongresse, wird gemeinsam herausgegeben. Davon profitiert auch das Appenzellerland. Peter Zadavec: «Der Austausch unter uns Sales Managern ist aber enorm wichtig. Wenn ich zum Beispiel einer Gruppe nicht das gewünschte Angebot unterbreiten kann, so vermittele ich sie lieber an eine Ostschweizer Kollegin, als den Kunden ganz zu verlieren.» Eine verstärkte Zusammenarbeit ist aus Zadavecs Sicht denkbar. Gleichzeitig müsse aber der Vielfalt der Region Ostschweiz weiterhin Sorge getragen werden.

Text: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Atmosphäre als Trumpf

Die Anforderungen an städtische Agglomerationen und ländliche Gebiete unterscheiden sich im Bereich Kongresse stark. Der Tourismus und dementsprechend auch die Infrastruktur seien in Appenzell Innerrhoden auf kleinere Seminare und Gruppenreisen ausgerichtet, erläutert Markus Walt, Leiter Amt für Wirtschaft des Kantons Appenzell Innerrhoden.



Markus Walt, Leiter Amt für Wirtschaft des Kantons Appenzell Innerrhoden: «Wir sehen die Ostschweiz als eine Region, als einen Wirtschaftsstandort.»

Markus Walt, Regionen wie bspw. die Stadt St.Gallen versuchen vermehrt, grosse Kongresse zu akquirieren, um die Wirtschaft anzukurbeln. Welchen Stellenwert nehmen solche Veranstaltungen im Kanton Appenzell Innerrhoden ein?

Kongresse mit über 500 Personen sind in unserem Kanton kein Thema. Dafür sind andere Orte besser geeignet. Die Auslastung der Betten und weiterer Angebote ist in Appenzell Innerrhoden während der Hauptsaison sehr gut. Die strategische Stossrichtung liegt auf der Förderung der Winter- und Nebensaison mit dem Ziel, die wirtschaftliche Situation der Tourismusbetriebe zu verbessern.

Wie sieht es mit Grossveranstaltungen aus? Versucht man aufgrund der geografischen Lage schon gar nicht, solche an Land zu ziehen?

In den letzten Jahren fanden in Appenzell tatsächlich einige Grossveranstaltungen statt wie die Seilzieh-WM (mit 17 000 Besuchern und 1000 Helfern), der internationale Immerkongress, das kantonale Turnfest oder das kantonale Musikfest. In diesem Jahr wird das Kantonschützenfest erneut viele Gäste nach Appenzell bringen, und jährlich findet beispielsweise das Ländlerfest statt. Natürlich haben diese Veranstaltungen ein ganz anderes Publikum als beispielsweise Ärztekongresse. Die Grösse

Mit welchen Argumenten können Sie auftrumpfen, um einen Kongressveranstalter von Ihrem Kanton zu überzeugen?

Die durchgeführten Grossveranstaltungen sind, wie leicht zu sehen ist, meist keine Kongresse, sondern Sport-, Kultur- oder Musikanlässe. Diese sind stark von der Atmosphäre geprägt und werden durch freiwillige Helfer getragen. Diesbezüglich hat Appenzell einen sehr guten Ruf: Die Organisation funktioniert, die lokalen Vereine und andere Freiwillige helfen tatkräftig mit und die Stimmung an den Anlässen ist gut.

Auch für Seminare und Tagungen bis maximal 500 Personen und Gruppenreisen ist Appenzell geeignet.

Genau. Verschiedene Hotels in und um Appenzell sowie Berggasthäuser im Alpstein bieten Räumlichkeiten und Angebote für Seminargäste an. Die Distanz zum Alltäglichen und die Nähe zur Natur sind ein guter Nährboden für Kreativität und inspirierende Zusammenkünfte. Der Verein Appenzellerland Tourismus berät Interessierte und stellt die Leistungen individuell zusammen. Für Rahmenprogramme stehen über 70 verschiedene Gruppenangebote zur Auswahl.

Und wo besteht Handlungsbedarf bzw. wo wird man nie mit den typischen Kongressdestinationen mithalten können?

Werden für einen Kongress mehrere grösseren Lokalitäten oder eine grosse Anzahl Hotelzimmer in einem bestimmten Segment oder einer bestimmten Distanz zu weiteren Aktivitäten benötigt, ist Appenzell nicht der richtige Ort. Handlungsbedarf gibt es deswegen in diesem Bereich nicht, und grosse Kongresse gehören nicht zu den Schwerpunkten des Tourismus im Kanton Appenzell Innerrhoden.

«Die interkantonale Zusammenarbeit soll dort gestärkt werden, wo die Bündelung der Kräfte einen Mehrnutzen für den Gast zur Folge hat und wo die Kantone gleiche oder ähnliche Interessen haben.»

von Veranstaltungen, die in Appenzell Innerrhoden durchgeführt werden, ist verkehrstechnisch, aber auch in Hinblick auf die Übernachtungsmöglichkeiten begrenzt. Um Teilnehmern genügend Übernachtungsmöglichkeiten zur Verfügung stellen zu können, wird meist mit Beherbergungsbetrieben im ganzen Appenzellerland koordiniert.

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: zVg.

Kaffeepause zwischen Thymian und Rosmarin

Das Radisson Blu Hotel, St.Gallen ist das modernste 4*-Superior-Business-Hotel in der Stadt. Das erstklassige Haus für Geschäfts- und Urlaubsreisende hat vieles zu bieten, neu auch eine «One Touch App», die für noch mehr Komfort sorgen soll – und sogenannten «Brain Food». Was hinter den Angeboten steckt, erklären Marco Carrozzo, Director of Sales & Marketing, und Jan Brosinsky, Director of Food & Beverage.

Marco Carrozzo, das Radisson Blu spricht verschiedene Kundengruppen an. Bei wem ist es beliebter, bei den Geschäfts- oder den Urlaubsreisenden?

Das Radisson Blu Hotel, St.Gallen ist auf Geschäftsreisende ausgerichtet, die einen Anteil von circa 68 % unserer Gesamtauslastung ausmachen.

Besagte Kundensegmente dürften unterschiedliche Anforderungen haben. Kann man als Hotel beide gleichermaßen ansprechen, ohne an Profil zu verlieren?

Hier kann ich eine klare Antwort geben, nämlich «Ja»: In der Hotellerie können wir uns sehr schnell auf verschiedene Zielgruppen einstellen und unser Angebot den Bedürfnissen anpassen. Dies ist das Schöne an unserem Beruf: Flexibilität und Leidenschaft – damit erreicht man seine Ziele relativ schnell.

«Bei uns erfährt der Gast bereits im Vorfeld, wie der Tagungsbereich aussieht, und kann in einer 3D-Optik in seinen Tagungsraum eintauchen.»

Der Standort St.Gallen soll als Kongressregion gestärkt werden. Was kann das Radisson tun, um einen entsprechenden Beitrag dazu zu leisten?

Wir arbeiten hier sehr eng mit St.Gallen-Bodensee-Tourismus sowie mit der Olma-Messe zusammen, um gemeinsam Lösungen zu finden. In diesen Meetings sind natürlich unsere Mitbewerber anwesend, mit denen wir für einen gewissen Moment an einem Strang ziehen und gar keine Konkurrenten mehr sind. Dies schätzen wir sehr – das hilft dem Standort und der Standortförderung.

Wie kann man sich heute als Hotel im Kongresssegment am besten von den Mitbewerbern abgrenzen?

Zunächst einmal spielt die Lage des Hotels eine entscheidende Rolle: Passt die Destination? Ist das Hotel

gut erreichbar? Können die Teilnehmer am Abend rund um das Hotel etwas erleben? Wir haben das grosse Glück, mit dem Radisson Blu Hotel an erster Lage in St.Gallen zu sein – für Geschäftsreisende und Kongressgäste: direkt gegenüber der Olma, der Bahnhof fussläufig zum Hotel und die Altstadt einen Steinwurf entfernt. Unser angrenzendes Parkhaus ergänzt das Angebot. Zudem suchen viele Kongressveranstalter die Professionalität und Sicherheit einer internationalen Hotelkette, auch hier können wir als einziges internationales Hotel in der Ostschweiz punkten. Der Kongressgast darf den gewohnten Radisson-Blu-Standard erwarten. Und: Bei Radisson Blu versprechen wir 100 % Gästezufriedenheit. Mit anderen Worten: Wenn wir dies nicht einhalten können und vor Ort keine Lösung gefunden wird, zahlen Sie nichts. Dieses Versprechen gilt in all unseren Hotels – weltweit. Zusätzlich profitiert der Planer eines Meetings sowie auch der Teilnehmer von unserem Club-Carlson-Programm: Bei jedem Aufenthalt und Meeting sammelt er Punkte für seinen nächsten Urlaub oder stockt sein Meilenkonto auf.

Gibt es darüber hinaus weitere Angebote, die Sie auszeichnen?

Ganz neu werden wir beispielsweise im April unsere «One Touch App» lancieren, die der Gast im Hotel und bereits vor der Anreise nutzen kann. So kann man sich von der App den besten Weg von seinem Startort ins Hotel anzeigen lassen und im Vorfeld spezielle Wünsche äussern. Die App kann auch im Hotel genutzt werden: So kann man sich beispielsweise ein spezielles Kopfkissen oder Roomservice per Klick auf das Zimmer bestellen. Die «One Touch App» ermöglicht es zudem, Kongressveranstaltern das Programm und wichtige Informationen im Vorfeld in einem gesicherten Bereich der App darzustellen und die Agenda an die Teilnehmer zu kommunizieren. Ebenso erfährt der Gast bereits im Vorfeld, wie der Tagungsbereich aussieht, und kann in einer 3D-Optik in «seinen»



Küchenchef Jan Brosinsky und Marco Carrozzo, Director of Sales & Marketing beim Radisson Blu Hotel, St. Gallen.

Tagungsraum eintauchen. Das ist wahrer Fortschritt und absolut einzigartig auf dem Markt St. Gallen.

Selbstverständlich müssen aber auch das kulinarische Angebot und der Service im Haus stimmen. Natürlich. Hier ist Radisson Blu auf dem Markt ein Vorreiter und Trendsetter: Unser Angebot «Brain Food für Meetings» gibt es bereits seit 2010 und wurde ständig weiterentwickelt. Per Ende des vergangenen Jahres haben wir in den Hotels die «Food Trends» als Ergänzung lanciert.

Jan Brosinsky, damit wären wir in Ihrem Themengebiet: Sie sind für die Umsetzung der kulinarischen Linie im Hotel verantwortlich. Das Radisson wirbt unter anderem mit dem vorgängig genannten «Brain Food». Das Menü wurde laut Eigenwerbung «von Experten entwickelt und garantiert

eine optimale Versorgung mit Nährstoffen für maximale Konzentration und eine wirklich produktive Teilnehmerbeteiligung». Das hört sich nach einer guten PR-Aktion an...

Es ist weit mehr als eine PR-Aktion: Die Speisen werden nach dem «Brain Food»-Konzept angeboten, um den Blutzuckerspiegel konstant zu halten. Forschungen haben gezeigt, dass die richtigen Nährstoffe zur richtigen Zeit helfen, die Konzentrationsfähigkeit auf einem hohen Level zu halten und dass sogar Stressanzeichen gemindert werden – alles Faktoren, die sich auf die Qualität eines Meetings auswirken.

Wie setzt sich das Konzept denn im Detail zusammen?

Grundsätzlich ist das «Brain Food»-Konzept auf sechs Grundsätzen aufgebaut:

- Viel Fisch, Vollkornprodukte, Obst und Gemüse
- Vorwiegend frische und lokal bezogene Produkte
- Reine, natürliche Zutaten mit minimaler industrieller Bearbeitung
- Wenig Fleisch mit maximal zehn Prozent Fettgehalt
- Natürliche Süsse und maximal zehn Prozent zugefügter Zucker
- Klarer Fokus auf guten Geschmack und Zufriedenheit.

Und was hat es mit den «Food Trends» auf sich?

Sie sind eine Erweiterung des «Brain Food»: Für all unsere Gäste, die ihr Eventcatering mit einem etwas anderen Geschmackserlebnis bereichern möchten, haben wir vier aufregende neue «Food Trends» eingeführt, um die angesagtesten Speisen zur Veranstaltung zu bringen. Diese sind «Flexitarian – Gemüse ist sexy!», «Land & Place – Besonderes aus der Region!», «Wild Sensation – Grosse Aromen!» und «Tasty Mood – Gutes für die Seele!». So wird die Kaffeepause alles andere als langweilig sein.

Können Sie sich trotz dieser Vorgaben durch das «Brain Food»-Konzept kulinarisch noch ausleben?

Ja, natürlich. Als Director Food & Beverage ist man immer auf der Suche nach kulinarischen Einflüssen, neuen Ideen und den richtigen Trends. Das Unternehmen hilft somit nur, die Trends zu erkennen. Wie wir das dann aber umsetzen, bleibt bei uns. Und ich kann Ihnen versichern: Kreativ sind wir! Viele der Einflüsse sind zum Beispiel gut kombinierbar mit unseren aussergewöhnlichen Event Locations oder unserem hauseigenen Kräutergarten auf dem Vordach, auf den wir sehr stolz sind und der wirklich einzigartig ist. Oder haben Sie schon einmal Ihre Kaffeepause in der Sonne zwischen Thymian, Rosmarin und Basilikum abgehalten?

Interview: Marcel Baumgartner

Bild: Stéphanie Engler

«Wir dürfen mit Stolz sagen, dass...»

Das elegante 4*-Superior-Hotel Einstein St.Gallen ist das erste Haus am Platz. Das Produkt überzeugt nicht nur durch Hotel und Spa, sondern auch mit der zeitlosen Architektur des Einstein Congress: 14 State-of-the-art Tagungsräumlichkeiten sowie der Einstein Saal für Anlässe mit bis zu 400 Gästen begeistern. Michael Vogt, General Manager des Einstein St.Gallen, verrät, wie das bestehende Produkt stetig nachhaltig und innovativ weiter entwickelt wird.



Michael Vogt, General Manager Einstein St.Gallen: «Wir analysieren den Technologienmarkt kontinuierlich und tätigen immer wieder Neuanschaffungen, um unseren Gästen die beste Qualität zu bieten.»

Michael Vogt, das 2009 erbaute Einstein Congress hat sich im Raum St.Gallen als attraktive Adresse für Tagungen und Kongresse etabliert. Wie zufrieden sind Sie mit der Auslastung der Räumlichkeiten?

Im siebten Betriebsjahr des Einstein Congress dürfen wir sicherlich davon sprechen, dass wir in der deutschsprachigen Schweiz ein etabliertes Tagungs- und Kongresszentrum sind. Einerseits profitieren wir von unserem ausgezeichneten Ruf den wir über die Jahre aufgebaut haben und der uns wiederkehrende Gäste beziehungsweise Events beschert. Andererseits, nach sechs erfolgreichen Jahren, ist der «Newscharakter» verflacht und standortunabhängige Grossevents müssen aktiv vom zeitlosen Design des Einstein Congress überzeugt werden. Wir sehen mit dem Einstein Congress positiv in die Zukunft. Um den Sommer sowie die Wochenende noch optimaler auszulasten, gestalten wir stetig neue Produkte und Angebote.

Welchen Stellenwert nimmt die Sparte «Congress» im gesamten Einstein-Angebot ein?

Das Einstein Congress ist die zentrale Komponente unseres Hauses und hat somit einen sehr hohen Stellenwert. Natürlich versuchen wir, unser attraktives MICE-Angebot mit Hotel, Congress und Spa auf nationaler und internationaler Ebene an die Entscheidungsträger zu bringen. Sicherlich auch mit dem Gedanken, dass ein mehrtägiger Event nebst den

Wie präsentiert sich das Angebot im Bezug auf Platzverhältnisse und Infrastruktur heute?

Wir dürfen mit Stolz sagen, dass das Architekturbüro Hilmer & Sattler Architekten beim Bau des Einstein Congress sehr gute Arbeit geleistet hat. Ästhetik und Funktionalität wurden optimal vereint; es entstand ein Produkt, das auch nach sieben Jahren noch mehr als konkurrenzfähig ist. Die verarbeiteten hochwertigen Materialien wie Kirschholz mit Pianolackierung, Hartholzboden und Marmor sind nicht nur langlebig, sondern ebenso zeitlos elegant. Die individuellen Raumlösungen auf fünf Stockwerken mit grosszügigen und lichtdurchfluteten Pausenfoyers mit Panoramasicht auf das UNESCO-Weltkulturerbe sind einzigartig.

Seit der Inbetriebnahme sind nun schon einige Jahre vergangen. Die Anforderungen an Kongressumgebungen verändern sich ebenso wie die Technik. Mussten schon gewisse Anpassungen vorgenommen werden?

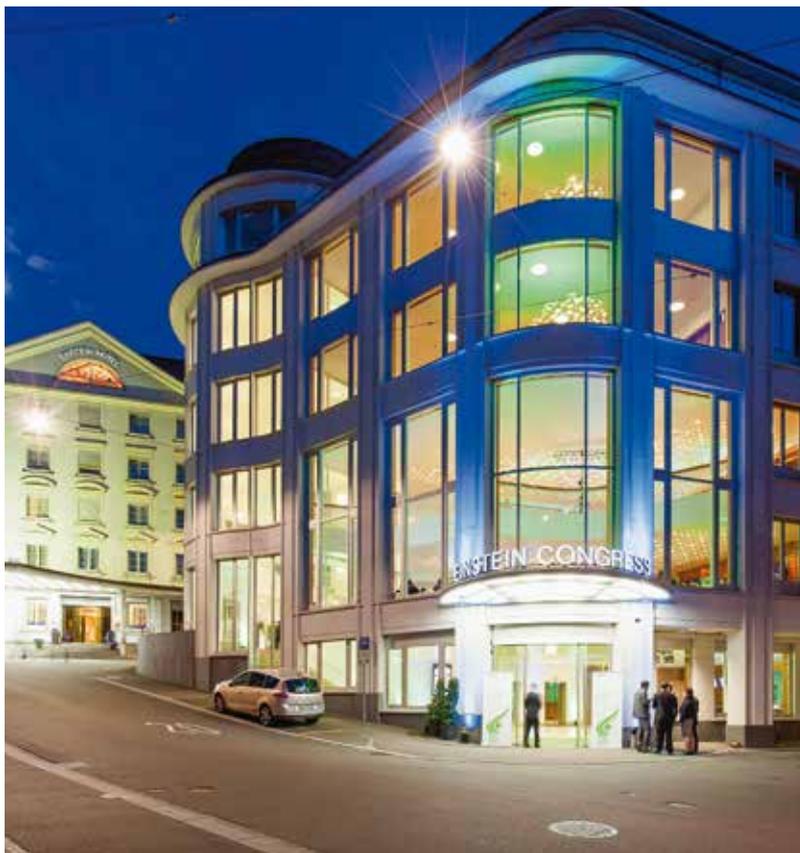
Wir analysieren den Technologienmarkt kontinuierlich und tätigen immer wieder Neuanschaffungen, um unseren Gästen die beste Qualität zu bieten. Der Markt entwickelt sich rasant und die Geräte werden qualitativ besser oder handlicher. In diesem Markt ist es essenziell, dass man auf Trends reagiert und für jeden Kunden das richtige Equipment zur Verfügung stellt. Dabei ist es aber auch unablässig auf zuverlässige Partner zu bauen die einem bei Sonderwünschen aushelfen können.

Womit kann man sich neben den bereits erwähnten Faktoren zusätzlich von der Konkurrenz abheben?

Es gibt zwei Faktoren die sich niemals ändern werden: das sind Qualität und Service. Die Kunden erwarten auf der gegenüberliegenden Seite einen Profi am Werk, der ihre Wünsche genau versteht, diese unkompliziert, kompetent und effizient umsetzt. Wir können dies mit unserem Kongressteam garantieren und setzen auf Weiterbildungen und

«Seminar- sowie Hotelgäste können im Einstein St.Gallen ihre Leistungen nach Wunsch individuell zusammenstellen.»

Kongressräumlichkeiten auch die Hotelzimmer sowie die Restauration positiv beeinflusst. Letztlich ist es jedes Hoteliers Wunsch, seine Outlets mit zufriedenen Gästen gefüllt zu sehen.



Schulungen in diesem Bereich. Es sind die Menschen, die unsere Dienstleistungen ermöglichen und für die Gäste umsetzen. Ein nicht abzuwendender Faktor ist in der heutigen Gesellschaft ebenfalls die Kostentransparenz: Die Gäste wollen eine klare Kostenaufstellung und sich die einzelnen Leistungen selbst zusammenstellen. Wir bieten mit unserem Angebot eine Struktur, die dies ermöglicht und den Gästen eine individuelle Lösung für einen einzigartigen Event verspricht.

Darf man in diesem Zusammenhang überhaupt von Konkurrenz sprechen, oder benötigt es am Standort St.Gallen ein Miteinander, um sich national, aber auch international optimal positionieren zu können?

Wir sehen uns als Teil der Destination St.Gallen Bodensee. Unser Ziel ist es, diese Region aktiv und innovativ mit zu gestalten und zu stärken. Wir sind überzeugt, dass durch ein dynamisches Miteinander die Region langfristig erfolgreich positioniert werden kann.

Interview: Marcel Baumgartner

Bilder: Bodo Rüedi

Anzeige

www.arenenberg.ch

Thurgau



KÖNIGLICHER GENUSS AM KAISERLICHEN ARENENBERG

Es gibt Orte, die haben etwas Magisches. Der Arenenberg gehört dazu. Dem Besucher eröffnet sich ein einzigartiger Blick. Auf die Schönheit der Natur und die faszinierende Geschichte Napoleons. Nebst vielfältigem Rahmenprogramm wie Weinverkostung im Rebberg oder Museumsbesuch finden Veranstalter ideale Bedingungen für ihre Seminare, Events und Feiern.

www.arenenberg.ch

Nur rund
50 Minuten
von Zürich
& St. Gallen

Pauschale «Schlosstraum» CHF **225.-** / Person
2 Seminartage, 1 Übernachtung im EZ mit VP, 1 Museumseintritt

«Kongresse entstehen nicht von heute auf morgen»

Die Konkurrenzsituation im Kongresswesen hat sich im Binnenmarkt verschärft. Gerade die Ostschweiz – insbesondere die Stadt St.Gallen – könnte sich mit gezielten Massnahmen aber einen attraktiven Platz im MICE-Segment sichern. Andrea Götte, Projektleiterin Congress&Events bei St.Gallen-Bodensee Convention, erklärt, welche Schritte hier bereits eingeleitet wurden, wo noch Nachholbedarf besteht und zeigt, wie man ohne grosses Risiko einen eigenen Kongress auf die Beine stellen könnte.

Andrea Götte, St.Gallen-Bodensee Tourismus unterstützt Interessierte kostenlos bei der Organisation ihrer Veranstaltung in der Ostschweiz. Was umfasst diese Begleitung alles?

Wir stehen den Organisatoren von Anfang an als kostenloser Dienstleister zur Seite. Wir beraten ihn bei der Datumsfindung (keine Überschneidungen mit anderen Grossveranstaltungen in der Stadt und Region) sowie bei der Suche nach der richtigen Örtlichkeit. Sei dies das geeignete Seminarhotel für die Kadertagung, das perfekte Ambiente für den Kundenevent oder die passenden Räumlichkeiten für den Kongress – wir verfügen über ein grosses Fachwissen und kennen die Lokalitäten alle persönlich.

Wir reservieren für den Veranstalter die Zimmerkontingente ohne finanzielles Risiko und Aufwand und bieten Buchungsmöglichkeiten für die Teilnehmer

online, telefonisch und per E-Mail an. Gerne organisieren wir auch persönliche Besichtigungen der Locations für die Kunden und begleiten sie.

Unsere Dienstleistung hängt auch stark von dem Volumen der Veranstaltung ab: Bei Kongressen über 300 Personen unterstützen wir die Organisatoren bereits bei der Bewerbung für den Kongress und sind anlässlich des Kongresses persönlich vor Ort mit einem Infodesk.

Gerade das Angebot an Hotelzimmern in der Region wird immer wieder thematisiert. Wenn wir die Istsituation betrachten: Wie verhält es sich zwischen Angebot und Nachfrage?

Die Ostschweiz und auch St.Gallen sind noch nicht ausgebucht. Daraus zu schliessen, dass das Angebot die Nachfrage übersteigt, greift aber zu kurz. Es stimmt im Seminarbereich, wo wir für praktisch jede Veranstaltung bis 80 Personen ein Angebot zur Verfügung stellen können. Bei Seminaren über 80 Personen in einem Hotel oder für Kongresse ab 500 Teilnehmern sind es zwei Tatsachen, die uns fordern: Um Gruppen über 80 Teilnehmer wunschgemäss unterbringen zu können, bräuchten wir Einheiten von 100 Zimmern oder mehr. Diese sind in der Ostschweiz dünn gesät, und eine Aufsplittung auf mehrere Hotels wird vom Kunden selten akzeptiert. Zweitens sind für grosse Gruppen mehrheitlich Zimmer im Drei- und Zweisternsegment gefragt. Die Zeiten, in denen die Konzerne nur die besten Hotels am Platz wählten, sind definitiv vorbei. Oft kommen die Kongressteilnehmenden sogar selbst für diese Kosten auf. In den gehobenen Segmenten haben wir genügend Angebot, in den mittleren und tiefen deutlich zu wenig.

Welche Hürden gilt es sonst noch zu meistern?

Die Konkurrenzsituation im Kongresswesen hat sich im Binnenmarkt verschärft: Der starke Schwei-

Andrea Götte, Projektleiterin Congress&Events:
«Es wäre schön, wenn lokale Unternehmungen auch lokal tagen würden.»



zer Franken trifft auch das Kongressgeschäft in St.Gallen. International orientierte Kongressdestinationen drängen verstärkt auf den Binnenmarkt. Kongressdestinationen wie Basel und Davos unterbreiten attraktive Gesamtangebote bezüglich Hotellerie.

Auch Winterthur oder das grenznahe Bregenz stärken ihre Position, und mit der Überbauung Butzenbüel (Zürich Flughafen) und möglicherweise einem Kongresszentrum in Konstanz entstehen neue Angebote. Es geht also um Preise oder vielmehr auch um das Preis/Leistungsverhältnis.

Betreffend öV-CityTicket hinken wir anderen Städten auch noch hinterher. Eine Lösung ist hier dringend nötig. Es wäre wohl kein USP, aber immerhin würden wir mit Städten wie Bern und Basel gleichziehen.

«Die Zeiten, in denen die Konzerne nur die besten Hotels am Platz wählten, sind definitiv vorbei.»

Wie und wo konkret werden Sie selbst aktiv, um mögliche Kongresse in die Region zu holen?

Wir werden zusammen mit unseren lokalen Partnern, den Olma Messen St.Gallen und den Hotels, verstärkt auf dem Schweizer Markt auftreten. Potenzielle Kunden werden vor Ort eingeladen, damit sie sich von der Schönheit der Stadt St.Gallen, den vielfältigen Möglichkeiten zwischen Säntis und See sowie den tollen und modernen Räumlichkeiten unserer Partner selber überzeugen können. Auch die Zusammenarbeit mit der Universität, der Fachhochschule und dem Kantonsspital werden intensiviert. Aus diesem Umfeld erwarten wir Impulse für grössere Veranstaltungen.

Gemeinsam mit dem Switzerland Convention & Incentive Bureau von Schweiz Tourismus recherchieren wir die wichtigen Entscheidungsträger aus dem In- und Ausland und gehen aktiv auf sie zu. Wir motivieren sie, sich für die nationalen oder gar internationalen Kongresse ihres Verbandes zu bewerben. Dies muss man sich vorstellen wie bei der Vergabe der Olympischen Spiele: Ein nationales oder internationales Gremium entscheidet, wohin der nächste Kongress führt.

Leider sind die Mittel aber beschränkt, unser Budget lässt nicht den Handlungsspielraum, den wir gerne hätten, und es ist Tatsache, dass andere Städte hier das enorme Potenzial erkannt haben und mit grosser Kelle die Werbetrommel rühren oder gar mit sehr weitgehender finanzieller Unterstützung für Kongresse werben. Da geht St.Gallen bewusster mit dem Steuerfranken um. Allerdings bin ich überzeugt, dass gutes Marketing nicht immer viel Geld kosten muss und wir uns mit unseren Produkten und unserer Dienstleistungen nicht zu verstecken brauchen.



asm
DIE MESSEPROFIS

**Wir sind immer dort,
wo Sie uns brauchen.
In Ihrer Nähe.**



messeprofis.ch

Erlen | Kriessern | Otelfingen | Hünenberg | Givisiez

E

EINSTEIN ST. GALLEN
RESTAURANTS & BAR



Executive Chef
Sebastian Zier

Restaurant Manager
Stephan Nitzsche

Head Chef
Moses Ceylan

Einstein St.Gallen | Hotel Congress Spa | Berneggstrasse 2 | CH-9000 St.Gallen
Telefon +41 71 227 55 55 | hotel@einstein.ch | www.einstein.ch



Ein Hoch aufs Gipfelglück.

Tagungen, Seminare, Kongresse

Verleihen Sie Ihren Tagungen, Seminaren oder Kongressen ein ganz besonderes Hochgefühl. Am besten auf dem Säntisgipfel oder auf der Schwägalp im neuen «Säntis – das Hotel».

Gerne krönen wir Ihren Event zum eindrucklichen und bleibenden Erlebnis. Und das bei jedem Wetter.

Das Säntis Event Team unterstützt Sie gerne dabei. Sönd willkommen!

Säntis-Schwebebahn, Hotel, Gastronomie, Events, CH-9107 Schwägalp, T +41 71 365 65 65, kontakt@saentisbahn.ch, www.saentisbahn.ch

säntis
der berg



Welche Erfolge konnten in dieser Hinsicht in den vergangenen Jahren erzielt werden?

Sicher ein grosses Highlight war die Rückkehr des European Colorectal Congress nach St.Gallen: Der Kongress wanderte nach sieben Jahren nach München ab und schien für uns verloren. Nun kam er 2015 nach St.Gallen zurück und findet auch 2016 wieder in der Gallusstadt statt. Mit dem Advanced Prostate Cancer Consensus fand ein anderer Medizinalkongress erstmals in St.Gallen statt. Nach grossem Erfolg wird er auch 2017 zum nächsten Mal durchgeführt. Mit dem AAL-Forum (Active Assisted Living) im September 2016 ist uns in Zusammenarbeit mit Olma Messen St.Gallen eine weitere internationale Akquisitionen gelungen. Zudem durften wir diverse internationale Bewerbungen einreichen, auf deren Entscheidungen wir noch warten.

«Als Unternehmer allein etwas aus dem Boden zu stampfen, ist eine Herkulesaufgabe.»

Als Unternehmer kann ich auf das bestehende Angebot an Kongressen zurückgreifen oder aber – was wohl eher selten ist – selber aktiv werden und einen solchen Event organisieren. Wie stark ist die Wirtschaft diesbezüglich aktiv und inwiefern könnte Sie durch ihre Organisation unterstützt werden?

Kongresse entstehen nicht von heute auf morgen. Mit der Organisation ist auch immer einiger Aufwand verbunden und die Organisatoren fürchten oft das finanzielle Risiko. Daher stehen hinter Kongressen oft Know-how-Träger wie Verbände, Hochschulen oder bildungsnahe Institutionen, die selber und über ihr Netzwerk bereits einen gewissen Bildungsbedarf haben. Als Unternehmer allein etwas aus dem Boden zu stampfen, ist also eine Herkulesaufgabe. Anders sieht es aus, wenn man gut vernetzt ist und man das Interesse an einem solchen Projekt bei den Meinungsführern in einer Branche, in einem Thema wecken kann oder mögliche Veranstalter mit bestehenden oder neuen Kongressinhalten kennt. Dann haben wir unterschiedliche Möglichkeiten: Die Kongressförderung von Stadt und Kanton unterstützen neben Kongresssponsoring auch die Erarbeitung

von Businessplänen und Machbarkeitsstudien aktiv. Grosse methodische Erfahrung hat auch unser Partner, die Olma Messen, der sich gerne zur Verfügung stellt und aktiv bei der Entwicklung von Konzepten mithilft. Bei Anlässen mit Potenzial wurden wiederholt auch finanzielle Unterstützung gesprochen oder finanzielle Risiken mitgetragen. Wichtig ist, dass sich Personen mit einem Interesse melden. Wir nehmen dies gerne bei uns auf und klären mit den wichtigen Leistungsträgern die Möglichkeiten. Gerne unterstützen wir auch die Vertreter der Wirtschaft bei ihren Seminaren und Tagungen bei der Suche nach geeigneten Hotels in der Region. Wir arbeiten mit Partnern von Schaffhausen bis an den Walensee und es wäre schön, wenn lokale Unternehmungen auch lokal tagen würden.

Wenn wir den optimalen Kongressstandort St.Gallen bzw. Ostschweiz der Zukunft skizzieren müssten, was würde das Angebot alles beinhalten?

Ich träume: mehrere Drei- und Zweisternhäuser im internationalen Businessstandard in Gehdistanz zu den Kongresszentren, die über mehr als 100 Zimmer verfügen. In jeder Übernachtung ist der öffentliche Fernverkehr ab den Flughäfen Zürich und Friedrichshafen sowie der öffentliche Ortsverkehr und eine Fahrt auf den Säntis oder mit der Bodenseeschiffahrt inkludiert. Weiter steht uns ein angemessenes Budget für die Vermarktung der Kongressstadt St.Gallen zur Verfügung, das Zeit und Platz für innovative Marketingstrategien zulässt.

Das sind weitreichende Träume... Welche verschiedenen Schritte müssen hierfür in naher Zukunft in Angriff genommen werden, um sich diesem Ziel zumindest anzunähern?

Es läuft schon einiges. Ich weiss, dass die Standortförderung der Stadt St.Gallen immer wieder mit Hotelinvestoren in Kontakt steht und auch mögliche Standorte in der Stadt evaluiert. Auch betreffend öV-Lösung werden intensive Gespräche geführt. Das mit dem Marketingbudget bleibt vorerst wohl aber ein Traum.

Welche Städte der Schweiz sind im Bezug auf das Angebot im Kongressbereich sowie der vorhandenen Infrastruktur mit St.Gallen vergleichbar?

In direkter Konkurrenz stehen wir sehr oft mit Davos und Basel. Beide Destinationen lassen sich aber im Kapazitätsangebot nicht mit St.Gallen vergleichen. Angebotsmässig vergleichen wir uns eher mit Bern oder Interlaken.

Und welche Städte nehmen hierbei eine klare Spitzenposition ein?

Klare Spitzenreiter im Schweizer Kongressgeschäft sind Genf, Bern und Basel.

Interview: Marcel Baumgartner

Bilder: Stéphanie Engeler

Tagen und kreativ sein am Bodensee

Ob in einer Burg oder einem ehemaligen Kloster, in der herrschaftlichen Schlossanlage oder einem modernen Wellnesshotel: Im Kanton Thurgau findet sich für jedes Business und jedes Anliegen die passende Location. Die Region um den Bodensee bietet Tagungs- und Seminarhotels in ruhiger Lage und dazu beste Verkehrsanbindung an die Flughäfen Zürich, Altenrhein und Friedrichshafen. Kreativität und Entspannung sind damit garantiert – zwischen den sanften Hügeln der Landschaft am See.

Diskutieren und tagen in einzigartiger Atmosphäre Tradition und Moderne verbinden sich im See & Park Hotel Feldbach in Steckborn, Greuterhof in Islikon und im Juckers's Seminarhotel in Tägerwilten. Die Häuser kombinieren Design und Lifestyle in geschichtsträchtigen Mauern. Eingebettet in die hügelige Landschaft des Thurgaus liegt das ehemalige Kartäuserkloster Ittingen. Das modern ausgebaute Tagungshaus bietet Seminar- und Banketräume sowie 68 Hotelzimmer. Im Kloster Fischingen wirken heute wieder Benediktinermönche. Bruder Leo betreut die Seminargäste dabei umsichtig. Die historischen Mönchszellen wurden behutsam renoviert und zu modernen Gästezimmern umgestaltet. Auch in Schlössern kann am Bodensee königlich getagt werden. Die Schlösser Freudenfels und Wartegg bieten mit grosszügigen Parkanlagen und gepflegten Räumlichkeiten optimale Bedingungen, um Seminare und Tagungen mit Erfolg zu krönen. Die nötige Weitsicht der Seminargäste ist mit der atemberau-

benden Aussicht über den Untersee und Rhein im Seminarhotel Arenenberg in Salenstein, im Unternehmerforum Lilienberg in Ermatingen und im Klosterhof in Stein am Rhein garantiert. Für grössere Tagungen kann der zentral gelegene Thurgauerhof in Weinfelden empfohlen werden. Auch Freunde der Kombination von Business und Wellness werden im Thurgau glücklich. Direkt am See liegt das Hotel Bad Horn & Spa mit einer grosszügigen Spa-Landschaft. Für ein spritziges Rahmenprogramm zum Sonnenuntergang kann die hauseigene Motor-Yacht «Emily» gechartert werden.

Rahmenprogramm der Extraklasse

Die Region bietet ein attraktives Angebot an Rahmenprogrammen:

- Kuhreiten
- Schnitzeljagd
- Salz- und Kräuter-Workshops
- Gemeinsames Kochen
- Ruderkurse
- Schreinern im Team
- Teammalen

Thurgau Bodensee gewinnt den «Swiss MICE Award 2016»

Jährlich vergibt das Magazin «MICE-tip» für Tagungen & Events den «Swiss MICE-Award» an Destinationen und Locations, auf die Attribute wie aussergewöhnlich, innovativ, investitionsfreudig, herausragend oder unique zutreffen. Kurz gesagt: Destinationen und Locations, die auffallen und für Gesprächsstoff sorgen. Thurgau Bodensee gewinnt diesen Preis im Bereich Destinationen – notabene vor den renommierten Destinationen Bern, Genf, Zermatt und Zürich. Der Award ist ein riesiges Kompliment an sämtliche Seminar- und Tagungshotels im Kanton Thurgau und natürlich auch für die intensive Arbeit von Thurgau Tourismus.

Schloss Freudenfels, Eschenz





Kartause Ittingen, Warth



Buchungsservice im Seminarland Thurgau

Ein besonderer Service der Arbeitsgemeinschaft der zwölf Tagungs- und Seminarhotels ist die persönliche und kostenlose Offerte aller Häuser: Wer tagen möchte, kontaktiert Thurgau Tourismus, Telefon

071 414 11 44, annette.good@thurgau-bodensee.ch und erhält aus einer Hand die einheitlichen und transparenten Angebote von den Seminarhotels, welche die gewünschten Bedingungen erfüllen können. Informationen: www.seminarland.ch

Anzeige

thurgau-bodensee.ch

Thurgau 
B O D E N S E E

Thurgau Bodensee gewinnt
Swiss MICE Award 2016
in der Kategorie «Destination»

Jetzt buchen:

annette.good@thurgau-bodensee.ch
Tel. +41 (0)71 414 11 44



*typisch
Thurgau*

Partner Seminarland Thurgau

Schloss Wartegg, Rorschacherberg | Greuterhof, Islikon | Jucker's Seminarhotel, Tägerwilten | Hotel Thurgauerhof, Weinfelden | Schloss Freudenfels, Eschenez
Seminarhotel Kloster Fischingen | See & Park Hotel Feldbach, Steckborn | Kartause Ittingen, Warth bei Frauenfeld | Bad Horn Hotel & Spa, Horn
Seminarhotel Arenenberg, Salenstein | Lilienberg, Ermatingen | Chlosterhof, Stein am Rhein

Gratis-öV für Gäste nimmt Fahrt auf

Einen Kongress besuchen und währenddessen den öffentlichen Verkehr gratis benutzen können: Das ist in vielen Schweizer Städten möglich. In St.Gallen laufen diesbezüglich derzeit Verhandlungen.



Bereits im vergangenen Jahr wurde die öV-Frage im Rahmen der Kongressstandortstrategie des Stadtrats diskutiert.

Wer in Basel in einem Hotel übernachtet, erhält ein Gratisticket für den öffentlichen Verkehr. Dasselbe in anderen Schweizer Städten. Und in vielen deutschen Städten. In St.Gallen gibt es keine Gratistickets für Übernachtungsgäste – noch nicht. Das könnte sich nächstes Jahr ändern: Eine Arbeitsgruppe unter der Federführung von St.Gallen-Bodensee Tourismus beschäftigt sich momentan mit dem Thema.

«Ein öV-Ticket wird fast schon erwartet»

Bereits im vergangenen Jahr wurde die öV-Frage im Rahmen der Kongressstandortstrategie des Stadtrats diskutiert. Eine entsprechende Vorlage wurde damals vom Parlament an den Stadtrat zurückgewiesen. Dass das Thema nun wieder habe aufgenommen werden können, halte er für «absolut notwendig und erfreulich», sagt Frank Bumann, Direktor

«Eine generell gültige Lösung, also dass Kongressveranstalter automatisch Gratistickets gestellt bekommen, scheiterte bisher nur an der Finanzierung.»

von St.Gallen-Bodensee Tourismus. «Denn von Kongressveranstaltern und anderen übernachtenden Gästen wird ein Gratisticket schon fast erwartet.» Ein solches erleichtere es Freizeit- und Businessgästen, sich in der Stadt zu bewegen. «Businessgäste, also auch Kongressteilnehmer, sind immer auch po-

tenziell wiederkehrende Touristen. Je mehr positive Erlebnisse sie hier haben, desto höher ist die Chance, dass sie zurückkommen.»

Auch Stadtpräsident Thomas Scheitlin spricht sich ganz klar für die Einführung von Gratis-öV-Tickets für Kongressteilnehmer und andere Übernachtungsgäste aus. «Die kostenfreie Benutzung des öffentlichen Verkehrs wäre eine Qualitätssteigerung für den Tourismus- und Kongressstandort St.Gallen.» Umsetzung und Konzeption seien allerdings nicht ganz einfach, wie sowohl Scheitlin als auch Bumann sagen.

Erhöhung der Gasttaxen

Ralf Eigenmann, Chef der Verkehrsbetriebe St.Gallen, findet die Einführung solcher Tickets ebenfalls «sehr sinnvoll». Allerdings hätten Kongressveranstalter bereits heute die Möglichkeit, öV-Tickets zu einem Sonderpreis für die Teilnehmer zu beziehen. Oder Shuttlebusse zu mieten. Eine generell gültige Lösung, also dass Kongressveranstalter automatisch Gratistickets gestellt bekommen, scheiterte bisher nur an der Finanzierung. «Dass der bereits subventionsbedürftige öV die Kosten übernimmt, ist nicht möglich», sagt Eigenmann. Die VBSG seien ein Unternehmen, das in Konkurrenz zu anderen Transportunternehmen stehe und gut wirtschaften müsse, damit der Bedarf an Abgeltungen durch die öffentliche Hand nicht zu gross werde.

Deshalb sollen nach gegenwärtigem Verhandlungsstand die Kosten via Gasttaxen aufgefangen werden: Der Beitrag, den Hotelgäste via Hotels pro Logiernacht an St.Gallen-Bodensee Tourismus bezahlen, soll laut Stadtpräsident Scheitlin «minim erhöht» werden. Läuft alles nach Plan von Stadtrat und St.Gallen-Bodensee Tourismus, könnte eine entsprechende Vorlage Anfang 2017 ins Stadtparlament kommen. Stimmt dieses dann zu, hätten Übernachtungsgäste künftig freie Fahrt in St.Gallen.

Text: Malolo Kessler

Bild: Stéphanie Engeler



ALLES AUSSER LANGWEILIG

IHR EVENT IM RADISSON BLU HOTEL, ST. GALLEN

Direkt gegenüber des Olma Messe- und Kongresszentrums und nur wenige Gehminuten von der Altstadt entfernt, ist das Radisson Blu Hotel, St. Gallen ideal für Sie gelegen.

Alle acht Seminarräume verfügen über natürliches Tageslicht, sind voll klimatisiert und mit modernster Tagungs-, Beschallungs- und Beleuchtungstechnik ausgestattet. Das professionelle Meetings & Events-Team sorgt von einem Office auf der gleichen Etage für den reibungslosen Ablauf Ihrer Veranstaltung. Zudem bietet Ihnen unser AV-Media Partner kompetente Unterstützung mit modernstem technischen Equipment.

Experience Meetings by Radisson Blu ist ein Konzept, das moderne Tagungsräume, Flexibilität und ausgewogene Ernährung harmonisch mit perfektem Service, Zufriedenheit und Nachhaltigkeit verbindet und somit erfolgreiche Meetings garantiert. Ein integraler Bestandteil von Experience Meetings ist Brain Food, ein ausgewogenes Ernährungsangebot, welches die Konzentrations- und Leistungsfähigkeit fördert und Stress mindert. Zum effizienten Arbeiten ist dazu ein schneller WLAN-Zugang für alle Konferenzteilnehmer inkludiert.

Darüber hinaus hat Radisson Blu vier neue Food-Trends für ein etwas anderes Geschmackserlebnis lanciert.

Flexitarian - die neusten vegetarischen Trends, die den vollen Veggie-Geschmack auf Ihre Veranstaltung bringen, egal ob gegrillt, geröstet, geräuchert oder roh.

Land + Place - Traditionelle und regionale Gerichte, die mit authentischen Aromen neu interpretiert werden.

Tasty Mood - Häppchen voller Happiness mit Zutaten wie Chili, Ingwer, Schokolade und Beeren regen die Produktion von Glücksgefühlen an und sorgen für gute Laune während Ihrer Veranstaltung.

Wild Sensation - hippe Street-Food-Kreationen. Frisch, angesagt und ein bisschen wild sind die innovativen Bestandteile unserer „Wild Sensation“ Kreationen. Neue Geschmackskomponenten und eine ungewöhnliche Aufmachung machen unsere Buffets zu einem wahren Hingucker.

Ob ein Boardroom Meeting, eine Grossveranstaltung oder ein Catering für bis zu 500 Gästen – das Radisson Blu Hotel, St. Gallen ist der ideale Partner für Ihre Veranstaltung.

Für Events mit Weitblick

Einzigartige Event-Locations in der Ostschweiz

St.Gallen-Bodensee Convention
Bankgasse 9, 9001 St. Gallen
Tel. +41 71 227 37 32
www.st.gallen-convention.ch


St.GallenBodensee
entdecken **er**leben **wissen**
www.st.gallen-bodensee.ch