

**St. Gallen. Tourismus.** Das Gallusjubiläum prägt die Stadt noch bis im Oktober. Verschiedenste Anlässe und Angebote sollen mehr Gäste bringen. Wichtigstes touristisches Geschäftsfeld der Stadt ist jedoch der MICE-Bereich.

## Kultur, MICE, Ausflüge

**St. Gallen Bodensee Tourismus hat mit dem Gallusjahr ein attraktives Angebot. Viel Potenzial hat die Stadt auch für MICE-Gäste.**

CHRISTINE KÜNZLER

**W**ir haben in den ersten sechs Monaten des Gallusjahrs bereits 20 Prozent mehr Stadtführungen verkauft», sagt Boris Tschirky, Tourismusdirektor von St. Gallen Bodensee Tourismus. Die Stadt hat denn auch im Jubiläumsjahr ein verdichtetes Angebot an öffentlichen Führungen zu einem vergünstigten Tarif auf die Beine gestellt.

St. Gallen Bodensee Tourismus hofft, dass der aufmüpfige Mönch Gallus der Stadt ein Logiernächte-Plus von rund 3 Prozent beschert. Das Medienecho sei riesig, sagt Astrid Nakhostin, Marketingverantwortliche der Tourismusorganisation. «Wir ha-

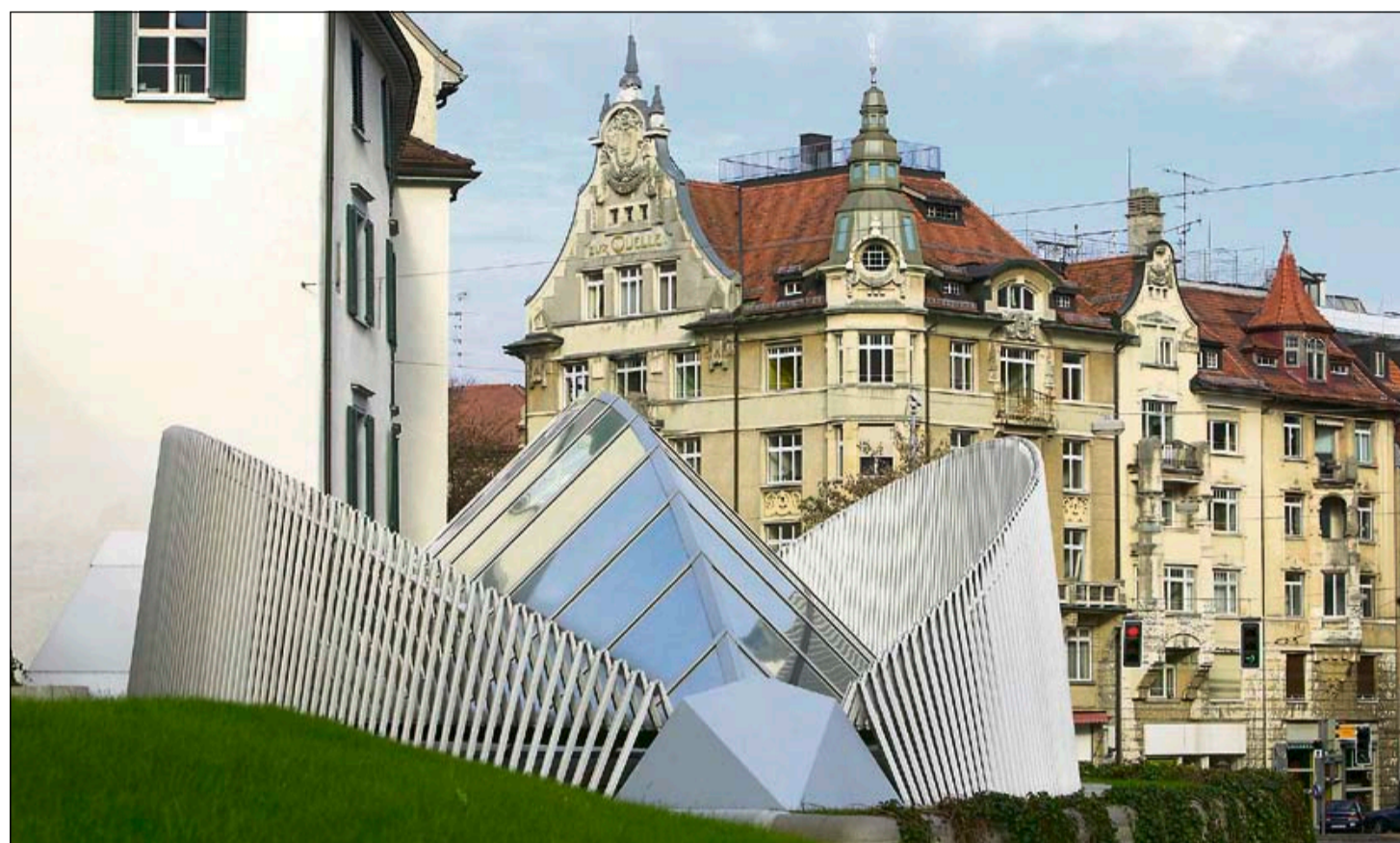
ben den Anlass stark medial vermarktet. So war etwa die Deutsche Depeschagentur auf Gallus' Spuren. Ihr Bericht erschien in den verschiedensten deutschen Zeitungen.» Viele Schweizer Zeitschriften und Zeitungen, auch aus kirchlichen Kreisen, haben das Thema ebenfalls aufgegriffen. Die Schattenseite dieses Erfolgs: «Dieser Anlass wird schwierig zu toppen sein.»

St. Gallen Bodensee Tourismus hat auch die Gemeinden eingeladen, deren Ersterwähnungskunden im St. Galler Stiftsarchiv aufbewahrt sind. «Bis anhin sind einige der Einladung gefolgt», so Astrid Nakhostin.

Da der Mönch Gallus vermutlich – abgesichert ist das nicht – von Irland her kam, hat ein irischer Tour Operator das Thema aufgegriffen und organisiert nun Pilgerreisen nach St. Gallen. «Dieses Projekt wollen wir mittelfristig weiterentwickeln», erklärt Tschirky.

### Textil – zurück zu den Wurzeln

St. Gallen hat auch sonst viele Highlights zu bieten. Etwa das Projekt «Textilland» mit dem Textilmuseum, den Textiltimmern in den Hotels, den passenden Stadtführungen und den speziellen Textil-



**Moderne und Tradition: Die Stadt St. Gallen vereint beides. Im Vordergrund ein Eingangsbereich, gestaltet von Santiago Calatrava.**

produkten, die ab August verkauft werden. Das Textil-Projekt soll weiter ausgebaut werden, es sollen auch mehr Textiltimmer entstehen. Geplant ist weiter ein Textil-Weg und in Schulen soll das Thema vermehrt behandelt werden. «Wir wollen bewusst nicht nur die textile Vergangenheit beleuchten sondern auch deren Zukunft», erklärt Tschirky. «Wir wollen auf eine authentische Art die alten Werte wieder beleben.»

Im Event- und Kulturtourismus will die Stadt zu den Top 7 der Schweiz gehören und sowohl national als auch international ausstrahlen. «Die Zusammenarbeit mit Unesco Destination Schweiz lässt sich gut an», sagt Astrid Nakhostin. Und kulturell ist in der Stadt enorm viel los – sowohl im klassischen als auch im alternativen Bereich (siehe auch Seite 8). Die Tourismusorganisation setzt sich zum Ziel, drei neue grosse Events an Land zu ziehen. Ein weiteres Projekt ist die Entwick-

lung zur «Sternenstadt». St. Gallen wurde im Rahmen einer schweizerweiten online-Befragung 2011 zur Stadt mit der schönsten Weihnachtsbeleuchtung der Schweiz gewählt.

### Kongresse und Ausflugstourismus

Nebst dem Kultur- und Eventtourismus gehört der Kongress- und Seminar-tourismus zu den strategischen Geschäftsfeldern. Hier hat die Stadt mit ihren Meetingmöglichkeiten, der Hochschule und Fachhochschule ein grosses Potenzial. St. Gallen will sich zur führenden Kongress- und Tagesdestination im 4-Länder-Eck entwickeln und

zu den Top 5 der Schweizer Kongressstädte gehören. Mit St. Gallen Bodensee Convention besitze die Region eine kompetente und effiziente Verkaufsorganisation. Ein Handicap sind indes die fehlenden Hotelbetten. Ab einer Gruppengrösse von 150 Personen sei es schwierig, passende Unterkünfte zu finden.

Als drittes Standbein wird der Tagestourismus gefördert. Von den 32 Millionen Tagesgästen, die sich jährlich im Dreiländereck aufhalten, besuchen nur 5 Millionen die Schweizer Seite. Nach Deutschland indes fahren 25 Millionen Tagesgäste.

St. Gallen Bodensee Tourismus will zwischen 2010 bis 2015 die Zahl der Tagesgäste um mindestens 5 Prozent und jene der Logiernächte generell um 10 Prozent steigern. Im letzten Jahr erzielte die Destination rund 322 000 Logiernächte. Das sind knapp 1 Prozent weniger als im Vorjahr. Die zwei wichtigsten Herkunftsländer sind die Schweiz und Deutschland. Die Tourismusorganisation verfügt über ein jährliches Budget von rund 3 Franken, davon stammen rund 750 000 aus den Casino-Einnahmen. Ab diesem Monat tritt ein neues Gasttaxenreglement für die Stadt St. Gallen in Kraft: Die Hotellerie erhebt neu 2.50 Franken pro Nacht und Gast.

In der Tourismusorganisation St. Gallen Bodensee könnte Ende Jahr ein Wechsel anstehen: Denn der Tourismusdirektor und CVP-Politiker Boris Tschirky stellt sich am 23. September der Wahl als Gemeindepräsident von Gaiserswald.



**«Das Gallus-Jubiläum wird sehr schwierig zu toppen sein.»**

Astrid Nakhostin  
Marketingverantwortliche



**«Wir wollen bewusst nicht nur die textile Vergangenheit beleuchten.»**

Boris Tschirky  
Tourismusdirektor

ANZEIGE

## Angeln Sie sich die Knusprigsten.

Die KADI Fischknusperli gibt es in den vier Sorten Egli, Zander, Pangasius und neu auch als Felchen Knusperli:

- Konstant hohe Qualität durch schonende Herstellung in Langenthal
- Im Geschmack und Aussehen wie selbst gemacht
- Knuspriger, harmonisch gewürzter Teig und saftige Fischfilets
- Einheitliche Kalibrierung (Grösse) der Fischknusperli
- Keine Konservierungs- und Aromastoffe
- Felchen Knusperli fish4future® zertifiziert

