

Zeitschrift: Region St.Gallen : das St. Galler Jahrbuch
Band: - (1996)

Rubrik: St. Galler Tourismus-Offensive

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

St. Galler Tourismus- Offensive

Die städtische Tourismusbranche erlebte in der ersten Jahreshälfte 1995 einen massiven Umsatzrückgang. Bei den Logiernächten musste die Hotellerie von Januar bis Ende August einen Rückgang um 9,4 Prozent auf insgesamt noch 116'082 hinnehmen. Tourismusfachleute rechnen auch für die Zukunft mit einer Durststrecke, die noch bis Ende 1996 andauern dürfte. Mit einer Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit und neuen Ideen soll die Branche aus dem Tief herausgeführt werden.

Noch zum Jahresbeginn hatten die St. Galler Touristiker mit Blick auf das abgelaufene Jahr 1994 Grund zur Freude. Trotz der angespannten Wirtschaftslage in den Gastländern und dem starken Schweizerfranken konnte man von einer positiven Entwicklung berichten. So war die Zahl der Übernachtungen 1994 um 7 Prozent auf 193'599 gesteigert worden. Vergleichbare Schweizer Städte hatten in demselben Zeitraum bereits eine Stagnation, teils sogar deutliche Rückschläge hinnehmen müssen. Erfreulich

auch, dass der Erfolg St. Gallens sowohl von den Schweizern wie auch von den ausländischen Gästen mitgetragen wurde. Die Ausländer hatten mit 43'204 Besuchen (1993: 40'959) vor den Schweizer Gästen mit 41'195 (39'372) Ankünften wiederum die Nase vorn. Besonders markant war die Zunahme der Gäste aus Italien mit einem Plus von 23 Prozent ausgefallen. Generell wurde das gute Abschneiden der städtischen Hotellerie auf den Kongress- und Tagungstourismus zurückgeführt.

Rückgänge bei den Schweizern und den Ausländern

Ganz anders präsentierten sich die Zahlen für die ersten acht Monate des Jahres 1995. In diesem Zeitraum zählte man 116'082 Logiernächte, 9,4 Prozent weniger als in der Vorjahresperiode. Dabei fiel der Rückgang bei den Schweizern (63'768 Übernachtungen/-10,5%) noch stärker aus als bei den ausländischen Gästen (52'314 Übernachtungen/-8%). Dabei konnten signifikante Unterschiede zwischen den Herkunftsländern festgestellt werden, die wesentlich mit der aktuellen Währungssituation zusammenhängen dürften. Aus Deutschland, das selbst mit den Problemen einer sehr harten Währung zu kämpfen hat, kamen mit 18'670 Personen zwar ebenfalls 9,3% weniger Besucher nach St. Gallen, im Vergleich zu den Ländern mit weicheren Währungen, insbesondere Italien (4'120 Gäste/-31,7%), Frankreich



*V.l.n.r. (stehend):
Laila De Martin (Lehr-
tochter), Katja Schüpbach
(Leiterin Schalter), Astrid
Nakhostine (Marketing-
leiterin TISG), Angela
Eisenegger (Schaltermit-
arbeiterin), Hanspeter
Mazenauer (Marketingleiter
TSG), Esther Gämperle
(Lehrtochter), Hans
Ludin (Vizedirektor,
Marketingleiter TVO),
Alberto Vonaesch (Direktor
TISG, TSG, TVO).*

*V.l.n.r. (kniend):
Harald Ruesheim
(Spedition), Karen Schudt
(Lehrtochter), Susanne
Breuer (Direktions-
sekretariat), Daniel Egger
(Administration, Informatik).*

*Es fehlen: Bea Stacher (Kon-
gresse), Bettina Wider
(Journalisten, Gruppen).*

(2'226/-19,6%) und den USA (3'671/-14,6%), aber hielt sich der Rückgang beim wichtigsten Herkunftsland doch in Grenzen. Beim vorliegenden Zahlenmaterial ist allerdings zu bedenken, dass darin die Übernachtungen im Zusammenhang mit den Europameisterschaften im Springreiten in St.Gallen nicht enthalten sind. Trotz der misslichen Wetterlage (vgl. dazu unseren Beitrag im Sportteil) war ein reger Besucherstrom zu verzeichnen gewesen.

Neue Wege beschreiten

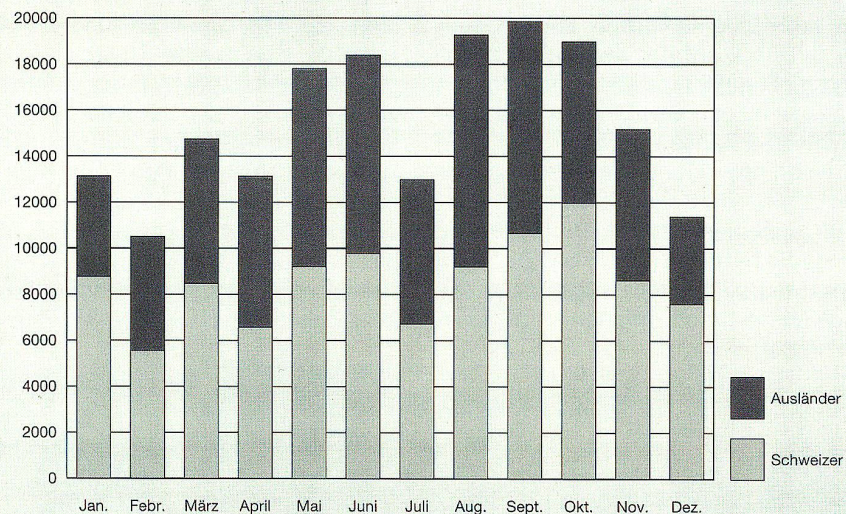
Bei der Tourist Information St.Gallen (TISG), dem eigentlichen Motor des städtischen Tourismus, ist man sich bewusst, dass der Erfolg stets aufs neue erarbeitet sein will. TISG-Leiterin und Betriebswirtin Astrid Nakhostine und ihr Team

sind bereit, auch neue Wege zu beschreiten, um ihre Werbebotschaft auch in schwierigen Zeiten an den Mann resp. an die Frau zu bringen. Mit grossen Erwartungen hatte man an der nationalen Werbereise der Schweiz. Verkehrszentrale "Swiss Travel Experience" durch die USA teilgenommen. Mit einem völlig neuartigen Konzept und ohne jegliches Konkurrenzdenken unter den Schweizer Tourismusanbietern wurde während der zweiwöchigen Promotiontour versucht, möglichst viele US-Bürger für das Reise-land Schweiz zu begeistern.

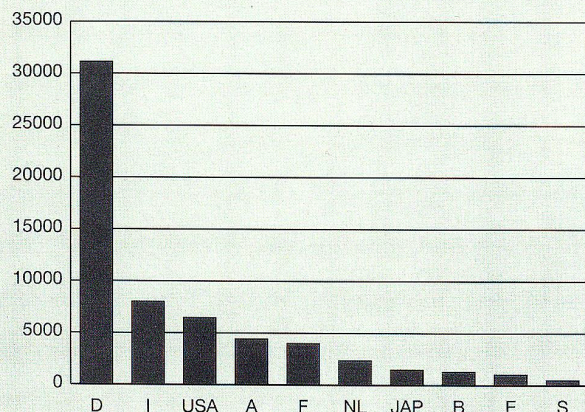
Aktivitäten rund um den Bodensee

Erfreuliche Formen nimmt die Zusammenarbeit mit den deutschen und österreichischen Kollegen rings um den Bodensee an. So wurde erst-

Stadt St.Gallen 1994 im Monatsvergleich



Die 10 wichtigsten Herkunftsländer der ausländischen Gäste in der Stadt St.Gallen (Logiernächte 1994)



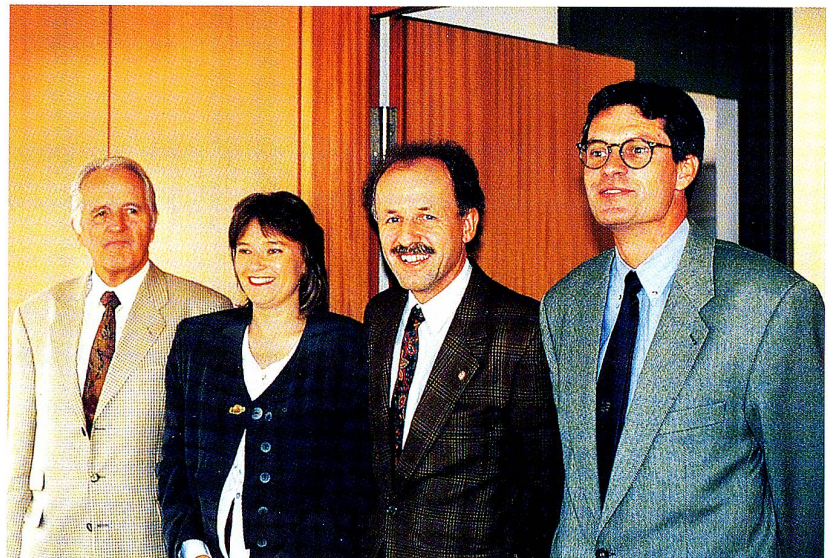
mals ein gemeinsamer Messeauftritt der internationalen Bodenseeregion an der wichtigen Bus-Fachmesse RDA-Workshop geplant, für dessen Organisation die Tourist Information St.Gallen verantwortlich zeichnete. Für die Neukonzeption eines "Sales Guides Lake Constance", der die touristischen Angebote in der gesamten Seeregion enthält, hat ebenfalls das Incoming Büro der Tourist Information St.Gallen die Federführung übernommen. Die Teilnahme an Kongressen, Tagungen und Seminaren ist noch immer für einen Gross- teil der Gäste Motiv für einen Aufenthalt in St.Gallen.

Projekt Stadtmarketing "Blickpunkt St.Gallen – eine Stadt zeigt sich"

Von grosser Bedeutung für die Tourismusverantwortlichen war das Projekt Stadtmarketing – Tourismus im April dieses Jahres. In enger Zusammenarbeit mit der Interessengemeinschaft Wirtschaft (IGW) wurden während eines ganzen Monats die verschiedenen Aspekte und die Bedeutung des städtischen Tourismus dargestellt. Den Auftakt dazu gab der gemeinsame Auftritt der TISG mit dem Hotelier-Verein an der Offa. Dem Publikum wurden kulinarische, musikalische und kulturelle Eigenheiten St.Gallens präsentiert. Das Fest "von St.Gallern für St.Galler", unkonventionelle Führungen durch die Stadt, wie beispielsweise "St.Gallen aus der Turmsicht", und ein Blick hinter die Kulissen der einheimischen Hotellerie rundeten dieses erste von insgesamt acht Aktionsprogrammen ab. Im Frühsommer widmete sich der "Blickpunkt" dem kulturellen St.Gallen, im Spätsommer war dann das Thema Bildung (vgl. auch unseren diesbezüglichen Beitrag) an der Reihe. Im Herbst folgten das Gewerbe, die Industrie und die Dienstleistungsbetriebe. 1996 will man sich der Themenkreise Gesundheit, Lebensraum St.Gallen, Sport, Landwirtschaft und Zentrumsfunktion der Stadt annehmen. Die Aktion wird vom St.Galler Ring, vom Gewerbe- und vom Hauseigentümerverband gemeinsam getragen. Ziel ist es, das Selbstbewusstsein der Bewohner St.Gallens zu heben. Dabei sollen die Probleme dieser Stadt nicht heruntergespielt werden, betonte IGW-Präsident Klaus Bieri im März vor der Presse. Doch seien die Zeiten vorbei, in denen eine Stadt ohne gezielte Anstrengungen attraktiv sein konnte. Es wurden spezielle T-Shirts bedruckt, ein eigenes Logo entworfen. In den siebziger Jahren war schon einmal, damals unter dem Titel "St.Gallen 9000", eine ähnliche Aktion gestartet worden.

Von Bär zu Bär

Sehr aktiv beteiligt waren die städtischen Vertreter auch an den Kultur- und Tourismuswochen vom 26. Mai bis zum 16. Juni in Berlin, wo sich das St.Gallerland ein Stelldichein in der deutschen Hauptstadt gab. Das umfangreiche Programm umfasste Ausstellungen, Dia-Vorführungen und Vorträge in der



Urania Berlin. Die Stadt war u.a. mit der beliebten Wanderausstellung "Die Kultur der Abtei St.Gallen" und – quasi als Höhepunkt – dem vom Sinfonieorchester St.Gallen und dem Chor der St. Hedwigs-Kathedrale Berlin gemeinsam intonierten "Requiem" von Paul Huber vertreten. Das 1955/56 komponierte grossformatige Werk des St.Galler Komponisten wurde in der berühmten Berliner Philharmonie aufgeführt. Die St.Galler Behörden wurden zum Abschluss vom Regierenden Bürgermeister Diepgen empfangen, der in seinem Grusswort festhielt: «Der Bär ist beim Bären zu Besuch. Ich freue mich, dass St.Gallen seine Kultur, sein Land und seine Menschen in Berlin vorstellt.» Und der Gesandte der Schweizerischen Botschaft war begeistert von der perfekten Arbeit der Organisatoren. «Die sympathische und reibungslose Zusammenarbeit unter den verschiedenen Interessengruppen von St.Gallen und Berlin ist einmalig», lobte er. Schade, dass nur wenige Berlinerinnen und Berliner den verschiedenen Veranstaltungen beiwohnten. Die Vorkenntnisse der Einheimischen über die Ostschweiz waren auch in der Fachwelt nicht allzu umfassend. Allenfalls kannte man den Bodensee, den Rheinfluss und das Appenzellerland vom Käse her. Die Stadt St.Gallen kannten nur wenige.

Dr. Hans Hurni, Astrid Nahostine, Alberto Vonaesch und Hans Ludin (v.l.) – die Vereinsverantwortlichen der TISG.