

St.Gallen, August 2021

SCHWERPUNKTE 2022		ART UND MASSNAHMEN	TOTAL	ANTEIL STADT ST.GALLEN pro Jahr
<b>1 TOURISTISCHE INFORMATION</b>				
Touristische Informationen sind wichtig für Gäste und Einheimische. Neben dem Betrieb eines Visitor Centers (Tourist Information) bilden digitale Applikationen die nötigen Kontaktpunkte und ergänzen den persönlichen Service. Relevanter Inhalt und eine intuitive Datenstruktur liefern den Gästen einen Mehrwert.	Print / Physisch	Betrieb Gästeinformation während 7 Tagen (saisonal angepasste Öffnungszeiten) mit Basisinformationen zum touristischen Angebot der Stadt und Region St.Gallen	CHF 1'200'000.00	CHF 300'000
		Touristische Basisinformationen in Deutsch, Englisch und Französisch		
		Angebot von Werbeplattformen für Dritte in eigenen Publikationen sowie als Auslagen in den Räumlichkeiten der Gästeinformation, Betrieb von Shop		
		Vorverkaufsstelle für Veranstaltungen auf Kommissionsbasis		
		Durchführung von ansprechendem Stadtführungsprogramm als Kultur- und Erlebnisvermittlung für Besucherinnen und Besucher sowie für die Bevölkerung		
	Online	LiveChat		
		Guuru		
		Konzeption und Betrieb Website www.st.gallen-bodensee.ch		
		Mitbewirtschaftung Website www.meine-stadt.sg		
		Konzeption und Betrieb Website www.st.gallen-convention.ch		
Betrieb TOMAS (Touristic Online Management System)				
Betrieb PIM (Product Information System)				
<b>2 DESTINATIONSMARKETING LEISURE &amp; BUSINESS</b>				
Oberstes Ziel ist es, die Übernachtungszahlen und Tagesfrequenzen zu steigern. Der Bekanntheitsgrad als DIE Freizeit- und Kongressdestination am Bodensee muss weiter wachsen. Die touristische Vermarktung orientiert sich an klar definierten Zielgruppen und Kommunikationskanälen. Wie in der Angebotsentwicklung steht auch in der Vermarktung das gesamtheitliche Städteerlebnis und dabei insbesondere die Themen Geschäftstourismus, Kultur (inkl. Textil, UNESCO, Veranstaltungen, Museen und weitere kulturelle Einrichtungen) und Events im Zentrum. Die Vermarktung nimmt die entwickelten Angebote auf und funktioniert integriert, innovativ und zielgerichtet. Die Massnahmen werden nach dem sogenannten 4-Rad-Antrieb in den Bereichen Promotion, Key Account Management, Key Media Management und eMarketing umgesetzt.	Digitaler Vertrieb	NRP Vertriebsplattform mit der Schweizerischen Südostbahn (SOB)	CHF 1'300'000.00	CHF 440'000
	Städtekooperation mit Schweiz Tourismus	Vermarktung der Stadt St.Gallen als Städtedestination und als Hub-Standort der Erlebnisregion Ostschweiz (Fokus auf Übernachtungsgäste, Minimum: A-Partnerschaft bei Schweiz Tourismus)		
	Vermarktung Fokus Tagestourismus	Vermarktung der Stadt St.Gallen als Tagesausflugs-Destination im Nahbereich (2-Stunden Radius, Fokus Bevölkerung in der Ostschweiz, Vierländer-Region und Zürich)		
	Medienarbeit	Proaktive Medienarbeit mit Story-Entwicklung und -Pitching über eigene Kontakte sowie Drittplattformen wie Schweiz Tourismus oder PR-Agenturen inkl. Teilnahme an oder Organisation von Medienkonferenzen in den Zielmärkten		
		Betreuung der Studien- und Medienreisen in der Destination St.Gallen-Bodensee (ca. 40-50 Reisen/Jahr)		
	Content Management	Sicherstellung von Content Management und Storytelling, d.h. multimediale Aufbereitung von Inhalten und Geschichten für die eigenen und fremden Kanäle (earned, owned, paid medias)		
	St.Gallen Convention Bureau	Anbieten von Basisdienstleistung für MICE-Kunden (Kommunikation, Sales und Marketing, Operation, Offertstellungen; Rahmenprogramme, etc.)		
		Sales und Akquise für Kongresse und Tagungen gemäss Kongressmarktstrategie 2021 und in enger Abstimmung mit den lokalen Akteurinnen und Akteuren im Kongresswesen		
Stiftsbezirk St.Gallen	Koordination und Leitung ARGE Kongress auf Basis der Kongressmarktstrategie 2021			
Textilland Ostschweiz	Mitgliedschaft beim Switzerland Congress and Incentive Bureau (SCIB) zur Sicherstellung der internationalen Akquisition			
Regio SG / AR	Umsetzung der Kommunikations- und Vermarktungsmassnahmen aus dem UNESCO-Managementplan (vormals ID 103 neu ID 2.17)			
	Umsetzung der Kommunikations- und Vermarktungsmassnahmen			
	Mitgliedschaft und aktive Projekt-Mitarbeit bei Stadt-St.Galler Projekten			
<b>3 PRODUKTMANAGEMENT - LEISURE / BERATUNG UND UNTERSTÜTZUNG TOURISTISCHER LEISTUNGSERBRINGER</b>				
Das touristische Angebot fokussiert sich auf das Städteerlebnis mit Hub-Funktion für die Ostschweiz. Es berücksichtigt insbesondere die Themen Geschäftstourismus, Kultur (inkl. Textil, UNESCO, Veranstaltungen, Museen und weitere kulturelle Einrichtungen) und Events.	Produktbündelung - Produktmanagement	Betrieb eines professionellen Erlebnismanagements vor Ort und damit Forcierung der Produkt-/Angebotsinnovation für Tages- und Übernachtungsgäste (mind. 1 Innovation pro Jahr in den genannten Themen) nach dem Grundsatz «Ein gutes Angebot ist das beste Marketing.» Anbieten von kommerziellen Erlebnisangeboten in der Region St.Gallen mit einer Hub-Funktion der Stadt St.Gallen.	CHF 800'000.00	CHF 100'000
	Willkommenskultur	Projektleitung im Teilbereich Willkommenskultur - Übernahme der Schnittstelle zum Räumlichen Tourismusentwicklungskonzept des Kantons St.Gallen (rTEK) - Analyse und Optimierung im Bereich des Kundenprozesses (Customer Journey, Touchpoints) der Kongressteilnehmenden (Teilprojekt rTEK)		
	Anbieten von Basisdienstleistung für Event-Kunden (Kommunikation, Sales und Marketing, Operation, Offertstellungen; Rahmenprogramme, etc.)			
	Eventdatenbank: Bewirtschaftung und Kommunikation aller Veranstaltungen in der Region St.Gallen über ein zentrales Tool (Open Data tauglich)			
	Unterstützung von OK's oder städtischen Dienststellen mit Eigenleistungen bei Bewerbungen als Veranstaltungsort mit Kommunikationsmaterial (Bild, Film, Texte etc.) sowie Abklärungen für Unterkunftsleistungen etc.			
<b>4 ZUSAMMENARBEIT MIT PARTNERN UND ORGANISATIONEN</b>				
Förderung der Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern und Key-Partnern	Mitglieder und Key Partner	Die Zusammenarbeit zur Angebotsentwicklung und Vermarktung wird durch ein professionelles Partnering sichergestellt (Key Partner Ansatz), indem sich verschiedene Leistungsträger an spezifischen Massnahmen beteiligen können	CHF 50'000.00	CHF 10'000.00
<b>5 STRATEGIEERARBEITUNG 2030</b>				
Entwicklung und Umsetzung einer neuen touristischen Vision 2030 inkl. Strategie		Die Zusammenarbeit zur Angebotsentwicklung und Vermarktung wird durch ein professionelles Partnering sichergestellt (Key Partner Ansatz), indem sich verschiedene Leistungsträger an spezifischen Massnahmen beteiligen können	CHF 150'000.00	CHF 30'000
<b>Zusammenfassung</b>			<b>TOTAL</b>	<b>ANTEIL STADT ST.GALLEN</b>
<b>1 Touristische Information</b>			CHF 1'200'000.00	CHF 300'000.00
<b>2 Destinationsmarketing Leisure &amp; Business</b>			CHF 1'300'000.00	CHF 440'000.00
<b>3 Produktmanagement Leisure / Beratung und Unterstützung touristischer Leistungserbringer</b>			CHF 800'000.00	CHF 100'000.00
<b>4 Zusammenarbeit mit Partner und Organisationen</b>			CHF 50'000.00	CHF 10'000.00
<b>5 Strategieerarbeitung und Umsetzung 2030</b>			CHF 150'000.00	CHF 30'000.00
<b>GESAMT</b>			<b>CHF 3'500'000.00</b>	<b>CHF 880'000.00</b>