

Schweizer Hoteliers waren am STM stark präsent

Beim diesjährigen Switzerland Travel Mart (STM) war eine starke Nachfrage aus Europa und eine deutliche Präsenz der Schweizer Hoteliers erkennbar.



V.l.: Maurus Lauber, CEO Swiss Travel System, Marcel Perren, Tourismusdirektor Luzern, Pascale Berclaz, CEO BE! Tourismus AG und Martin Nydegger, CEO Schweiz Tourismus.

Bild: Switzerland Tourism

Schweiz Tourismus (ST) freut sich zusammen mit 360 Schweizer Tourismusanbietern über eine positive Bilanz des Switzerland Travel Mart (STM) in Luzern. ST als Organisatorin dieser grössten und wichtigsten Verkaufsveranstaltung des einheimischen Tourismus ist überzeugt, die Ziele zu erreichen: das Auslösen von zusätzlichen 320'000 Logiernächten in der Schweiz.

Der STM hatte zu seiner 20. Ausgabe vom 20. bis 23. Oktober 2019 nach Luzern geladen. 460 ausländische Tourismuseinkäufer aus 56 Ländern, darunter zahlreiche Grossveranstalter (sog. Global Accounts wie TripAdvisor oder Expedia), sind dieser Einladung von ST und ihren Partnern an den Vierwaldstättersee gefolgt.

Besonders erfreulich ist dabei die starke Präsenz von Reiseveranstaltern aus Europa: Beinahe 70 Einkäufer reisten aus den Benelux-Ländern, Deutschland, Grossbritannien und Frankreich nach Luzern, um das touristische Angebot der Schweiz kennenzulernen und für ihre Kunden Reisen in die Schweiz einzukaufen.

146 Hoteliers und Hotelièren mit dabei

Weit über 17'000 sogenannte «1:1 Meetings» haben am diesjährigen STM stattgefunden. Im Rahmen dieses Speed-Datings lernen die Einkäufer aus aller Welt die ganze Vielfalt des touristischen Angebots der Schweiz kennen.

Unter den insgesamt 360 Schweizer Tourismusanbietern waren dieses Jahr 146 Hoteliers und Hotelièren mit dabei – so viele wie noch nie. Und die Regionen Zentralschweiz und Genferseegebiet stellten an diesem STM mit 52 bzw. 36 die stärksten Delegationen.

Ein «neues Gesicht» der Schweiz für die Reiseveranstalter

Erstmals konnten der Herbst und der Weintourismus den internationalen Tour Operators präsentiert werden. Unter dem Titel «A new face of Switzerland» wurde eine bisher weltweit weniger bekannte Seite der Schweiz gezeigt.

Martin Nydegger, Direktor von ST, ist erfreut: «Die neue, vom Sommer emanzipierte Herbstsaison haben wir nun auch international lanciert». Und dies vor einem gewichtigen Publikum: «Der weltweit kumulierte Umsatz der 460 teilnehmenden Einkäufer beträgt rund 28 Milliarden Franken. Davon setzen sie satte 400 Millionen Franken in der Schweiz um», so Nydegger abschliessend. (htr)

Publiziert am Mittwoch, 23. Oktober 2019