

St. Galler Hotellerie- und Tourismus-Tag im Zeichen der Mobilität

Im Schlosshotel Wartegg fand der 5. St. Galler Hotellerie- und Tourismus-Tag von hotels-stgallen-bodensee.ch und St. Gallen-Bodensee Tourismus statt. Im Zentrum stand die touristische Mobilität als End-to-End-Leistung.



Thomas Kirchhofer, Direktor St. Gallen-Bodensee Tourismus, Thomas Krutzler, CEO People's Air Group, Roland Kressbach, Leiter Geschäftsbereich Mobilität der Schweizerischen Südostbahn, Reto Ebnöther, Leiter Marketing und Vertrieb der Schweizerischen Südostbahn, Michael Vogt, Direktor Hotel Einstein, Präsident hotels-stgallen-bodensee.ch (v.l.).

Ende August luden hotels-stgallen-bodensee.ch und St. Gallen-Bodensee Tourismus zum 5. St. Galler Hotellerie- und Tourismus-Tag ein. Der Anlass ist eine Plattform zum gegenseitigen Austausch und bietet die Gelegenheit, sich über aktuelle Themen zu informieren. Dieses Jahr wurde mit der Schweizerischen Südostbahn AG (SOB) und der People's Air Group die Frage erörtert: Wie richten sich Mobilitätsanbieter zu Luft und auf der Schiene auf die aktuellen Herausforderungen aus und wie funktioniert die Vernetzung mit der hiesigen Tourismusbranche?

Thomas Kirchhofer, Direktor von St. Gallen-Bodensee Tourismus, begrüßte die Anwesenden im Schlosshotel Wartegg und wies bei seinen ersten Worten auf die aktuellen Schwierigkeiten hin. «Die Auswirkungen der Coronakrise trafen uns mit voller Wucht, wir wurden nahezu bewegungslos». Kirchhofer sprach von der Notwendigkeit der touristischen Mobilität, und wie diese in der Zukunft verstanden werden sollte. «Wer mitmischen will, muss Kunden die Mühsal der «Letzten Meile» abnehmen», so Kirchhofer weiter. Die Pandemie offenbarte die Bedeutung von Bewegung und Mobilität. Angefacht durch die teilweise sehr strengen Regulierungen in der touristischen Mobilität, werden die Attribute «sauber», «sicher» und «sozial» immer wichtiger für die Betreibenden von Bahn-, Luft- und öffentlichem Verkehr.

Reto Ebnöther, Leiter Marketing und Vertrieb der Schweizerischen Südostbahn, Roland Kressbach, Leiter Geschäftsbereich Mobilität der Schweizerischen Südostbahn, sowie Thomas Krutzler, CEO People's Air Group stellten sich nach ihren spannenden Referaten den Fragen des Moderators, gaben Einblicke in ihre aktuellen Herausforderungen, und zeigten auf, wie sie diesen zu begegnen gedenken.

Verbindungen schaffen

Die SOB möchte «Verbindungen» erschaffen. Dies nicht nur zwischen Regionen sondern auch Geschäftsbereichen. «Verbindungen erschaffen und eine Verbindung sein, ist die Vision der SOB» so Roland Kressbach. Mit dem Treno Gottardo hat sich einiges verändert. Die Leistung wurde ohne Infrastrukturbauten durch gute Verbindungen stark verbessert und ausgebaut, eine erstes Fernverkehrangebot lanciert und die Anzahl Mitarbeitende fast verdoppelt (von 500 auf 900 MA).

Unter Einhaltung der hohen Qualität gehe man den Schritt von regional zu national. Das Bahnunternehmen will sich für neue Mobilitätsformen engagieren und sich intensiv mit der Frage beschäftigen, wie kann man den Kunden auch abseits der Schienen vollständig zu seinem Ziel begleiten, beispielsweise über On-Demand Mobilität.

Rückblick und Zukunftshoffnungen

Thomas Krutzler sprach bei seinen Ausführungen über die Entwicklung der People's Air Group und die sehr herausfordernden Zeiten im letzten Jahr. 45 Prozent der Belegschaft musste entlassen werden und der Ausfall vom WEF traf das Unternehmen zusätzlich.

Dank gezielter Massnahmen zur kurz- und mittelfristigen Liquiditätssicherung hätten aber einschneidendere Auswirkungen verhindert werden können. Seit Mitte April können wieder Linienflüge angeboten werden und seit Mitte Juni bedient die People's Air Group wieder zahlreiche Charterdestinationen.

Zusammenarbeit stärken

Nur die enge Zusammenarbeit aller, bringe Sicherheit und Stabilität in dieser volatilen «Normalität», so die Teilnehmenden des 5. St. Galler Hotellerie- und Tourismus-Tages.

Gemeinsame Projekte, wie unter anderem der Digitale Marktplatz der SOB, seien zielführend und würden die Attraktivität des Standortes unterstützen. Der DMO komme dabei im Vertriebsprozess eine wichtige Rolle zu. Sie müsse neue Vertriebslösungen erschliessen, und Partner anbinden. Auch für die People's Air Group sei die Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismuspartnern sowie der Hotellerie entscheidend für das langfristige Bestehen. Es müssten Synergien gefunden, und konsequent genutzt werden, waren sich die Akteure am Ende des Tages einig. (htr/npa)

Publiziert am Montag, 06. September 2021