

**Zeitschrift:** Jahresbericht / Schweiz Tourismus  
**Herausgeber:** Schweiz Tourismus  
**Band:** - (2012)  
  
**Rubrik:** Meetings

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 29.11.2024

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



Pilatus, Region Luzern-Vierwaldstättersee

# Meetings.

## Internationalität steigern.

**Kongresse sorgen für volle Hotels: ST akquirierte in den neuen Märkten China, Indien und Brasilien sowie in Europa und Nordamerika.**

Rund ein Fünftel aller Logiernächte in der Schweiz wird allein durch den Tagungs- und Kongresstourismus generiert. 23 Spezialisten von ST vermarkten unter dem Namen Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) die Schweiz als Austragungsort für Meetings und fokussiert dabei auf die Akquisition mehrtägiger Veranstaltungen von ausländischen Firmen und internationalen Verbänden.



Interaktive Kommunikationsplattform:  
Caroline Pidroni, ST Nordamerika  
(rechts), im Gespräch mit Medienleuten.



## USA.

### Schweizer Trümpfe auf 80 Quadratmetern.

IMEX America ist die grösste Messe in Nordamerika für Incentive-Reisen, Meetings sowie Events und mit 8400 Teilnehmenden eine bedeutende Marketingplattform. ST organisierte und koordinierte einen starken Auftritt mit 13 Schweizer Partnern auf 80 Quadratmetern. Ein unterhalt-samer Wettbewerb und die Lounge sorgten für die Aufmerksamkeit, auf der sich Beratung erst aufbauen lässt.

## Zahlen und Fakten.

Meetings	2012	2011
Budget	CHF 6,2 Mio.	CHF 5,8 Mio.
Anteil am Gesamtbudget	6,2 %	6,2 %
Touristischer Umsatz	CHF 65,0 Mio.	CHF 60,3 Mio.
Besuche auf MySwitzerland.com/meetings	259 333	177 789
Durch KAM beeinflusste Logiernächte	194 749	172 422
Anzahl Meetings, Events & Konferenzen	710	664
Anzahl durch SCIB bearbeiteter Offertanfragen	1191	1366
Alle Zahlen inklusive Impulsprogramm		

### China.

#### Studienreise in die Schweiz.

Die ST-Abteilung SCIB baute die Marktpräsenz 2012 in den Städten Peking, Schanghai, Hongkong und Guangzhou aus. Dazu gehörten unter anderem Schulungen mit Incentive-Agenturen und anderen wichtigen Entscheidungsträgern. SCIB koordinierte hierzu eine Studienreise für zwölf Organisatoren von Incentive-Reisen nach Zürich, Luzern und auf den Titlis, aus der bereits erste Folgegeschäfte entstanden.

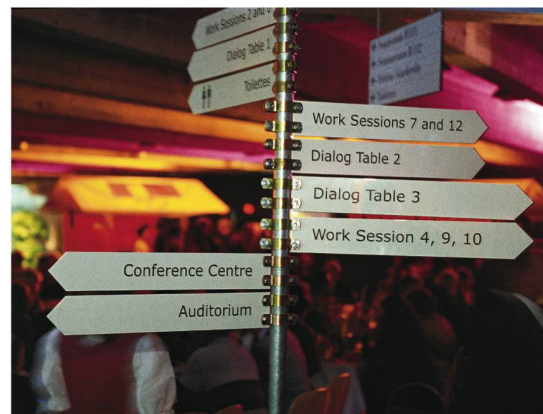


Die Teilnehmenden der Studienreise aus China bei ihrem Ausflug auf den Titlis.

### Schweiz.

#### «Meetings-Report Schweiz» spricht Bände.

Die erste ganzheitliche statistische Erhebung aus dem Meetings-Segment für alle Veranstaltungen ab zehn Personen ergab, dass 19 Prozent aller Hotellogiernächte (umgerechnet 6,6 Millionen) von Meeting-Teilnehmenden generiert wurden. Die Mehrheit dieser Logiernächte wurde in Städten realisiert, wo sie mehr als einen Drittel der Übernachtungen ausmachte. Die Marketingaktivitäten im Ausland und die Investitionen in die Business-Hotellerie sind von existenzieller Bedeutung, um die Schweiz als Top-Destination im Bereich Meetings zu positionieren.



„Der Event zum Thema MICE hat mich von der Schweiz und ihren Möglichkeiten überzeugt.“

Sergey Porotikov, Aviatour Business Travel Co.

### Russland.

#### Quizshow auf dem Siedepunkt.

ST lud in Moskau 110 MICE-Spezialisten aus Russland ein und stellte ihnen an zwei Veranstaltungen die vielfältigen Incentive-Möglichkeiten in den Regionen Genf und Flims-Laax-Falera vor. Die Anlässe wurden von einer Kochshow und einem abwechslungsreichen Quiz begleitet. Entsprechend spielend lernten die Teilnehmenden die Schweiz als MICE-Destination kennen. Die Events waren ein voller Erfolg: 140 000 Medienkontakte und mehrere Anfragen konnten generiert werden, aus denen eine Incentive-Reise nach Montreux mit 75 Teilnehmenden und 300 Übernachtungen hervorging.