



Medienmitteilung

St. Moritz, 15. März 2014

**«Snow Travel Mart Switzerland»: gelungene Premiere in St. Moritz.**

**Den Schweizer Winter frühzeitig in neuen Herkunftsmärkten platzieren, dies war das Ziel des ersten «Snow Travel Mart Switzerland» (STMS), der vom 12. bis 15. März 2014 in St. Moritz stattgefunden hat. Die letzten Verkaufsgespräche sind abgeschlossen, die Bilanz ist erfreulich.**

Der Wintertourismus in der Schweiz feiert dieses Jahr sein 150-jähriges Jubiläum mit St. Moritz als Geburtsstätte des Wintertourismus, was der Grund für die Durchführung des ersten «Snow Travel Mart Switzerland» in St. Moritz war. Diese Tradition verpflichtet: Schweiz Tourismus (ST) möchte den Schweizer Winter mit all seinen einzigartigen Schnee-Erlebnissen noch umfassender in den Distributions- und Verkaufskanälen von internationalen Reiseveranstaltern platzieren. Neue Märkte stehen hier im Fokus, beispielsweise in Asien oder Südamerika – hier wächst das Bedürfnis nach Winteraktivitäten, hier ortet ST grosses Potenzial.

Der STMS, eine Fachmesse für Winterreisen in die Schweiz, bildet ein zentrales Instrument, um das Winterprodukt Schweiz in die Kataloge der weltweiten Reiseveranstalter zu bringen. In seiner ersten Auflage hat der STMS – mit der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz als wichtigen Partner – rund 180 Einkäufer aus 44 Ländern mit 104 touristischen Leistungsträgern aus der Schweiz zusammengebracht. Die Einkäufer, also hauptsächlich Reiseveranstalter, kommen dabei aus der ganzen Welt: Die grössten Delegationen stammen aus Nordamerika (14 Teilnehmer), Skandinavien und Russland (je 12), die kleinsten aus Taiwan, Slowenien und Albanien (je 1 Teilnehmer); die wohl weiteste Anreise hatten zwei Einkäufer aus Indonesien. Zum ersten Mal hat ST auch die Einkaufsabteilungen von gewichtigen «Global Accounts» eingeladen, also von Reiseveranstaltern, die ihre Reiseprogramme weltweit anbieten und dadurch eine hohe Reichweite erzielen. Am STMS sind acht solcher Global Accounts vertreten, darunter G2 Travel mit Hauptsitz in Jakarta, Miki aus Tokyo oder Kuoni aus Zürich – allesamt spezialisiert auf asiatische Quellmärkte –, aber auch Expedia, Travco oder Hotelbeds, deren Serviceleistungen weltweit via Online-Buchungsmaschinen über Zwischenhändler oder direkt an den Endkunden distribuiert werden. Diese acht Global Accounts sollen Winterreisen in die Schweiz verkaufen, die einen geschätzten Umsatz in der Höhe von 35,7 Millionen Schweizer Franken generieren.

Erste Rückmeldungen der Teilnehmer lassen darauf schliessen, dass die gesetzten Ziele für den 1. STMS erreicht wurden: das Auslösen von rund 200'000 zusätzlichen Hotellogiernächten in der Schweiz, was einem Umsatz von rund 40 Millionen Schweizer Franken entspricht.

**Bilder vom 1. STMS** unter: [www.swiss-image.ch/gosnow](http://www.swiss-image.ch/gosnow) (Benutzer snow, Kennwort switzerland)

**Weitere Auskünfte an die Medien erteilen:**

- Schweiz Tourismus  
Daniela Bär, Leiterin Internationale Medienarbeit und Unternehmenskommunikation  
Telefon: 044 288 12 70, E-Mail: [daniela.baer@switzerland.com](mailto:daniela.baer@switzerland.com)  
[MySwitzerland.com/medien](http://MySwitzerland.com/medien)
- Engadin St. Moritz  
Angela Rupp, Leiterin Markt- und Produktkommunikation  
Telefon: 081 830 08 12, E-Mail: [pr@estm.ch](mailto:pr@estm.ch)  
[www.engadin.stmoritz.ch](http://www.engadin.stmoritz.ch)