

Herzlich Willkommen



Rotary Interlaken
15. Oktober 2018

Daniel Sulzer, Direktor TOI

Daniel Sulzer



Daniel Sulzer



Daniel Sulzer



- Jg. 1968, wohnhaft in Unterseen
 - Familie: Andrea Sulzer, Livia (10) Nico (8)
 - Executive MBA (Uni Bern / Uni Rochester, USA)
 - aufgewachsen in Meiringen
-
- über 15 Jahre Erfahrung im Tourismus im Berner Oberland
 - über 13 Jahre Geschäftsführer der BOHAG
 - 3 ½ Jahre breite, internationale Marketingverantwortung bei Ruag Aviation

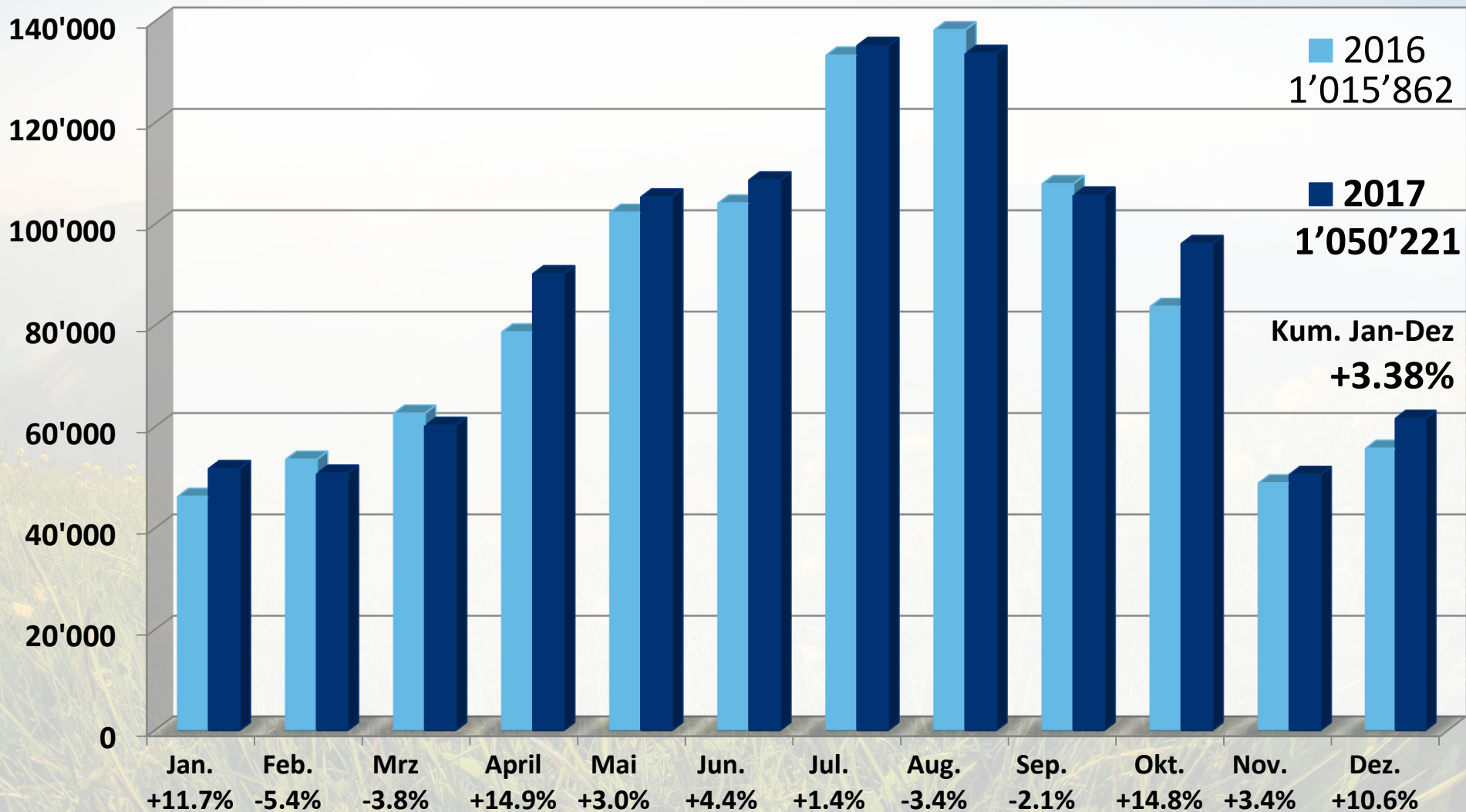
Daniel Sulzer



1986 – 1992	Verkehrsverein Meiringen-Haslital (inkl. Lehre)
1992 – 1995	Thun Tourismus-Organisation
1995 – 1998	Interlaken Tourismus / Interlaken Incoming
1998 – 1999	Alpenregion Brienz-Meiringen-Hasliberg
1999 – 2013	Berner Oberländer Helikopter AG, BOHAG
2013 – 2016	Ruag Aviation, Wilderswil
seit 1.9.2016	TOI ...

Logiernächte Jan – Dez 2017

Hotellerie IMUWGS

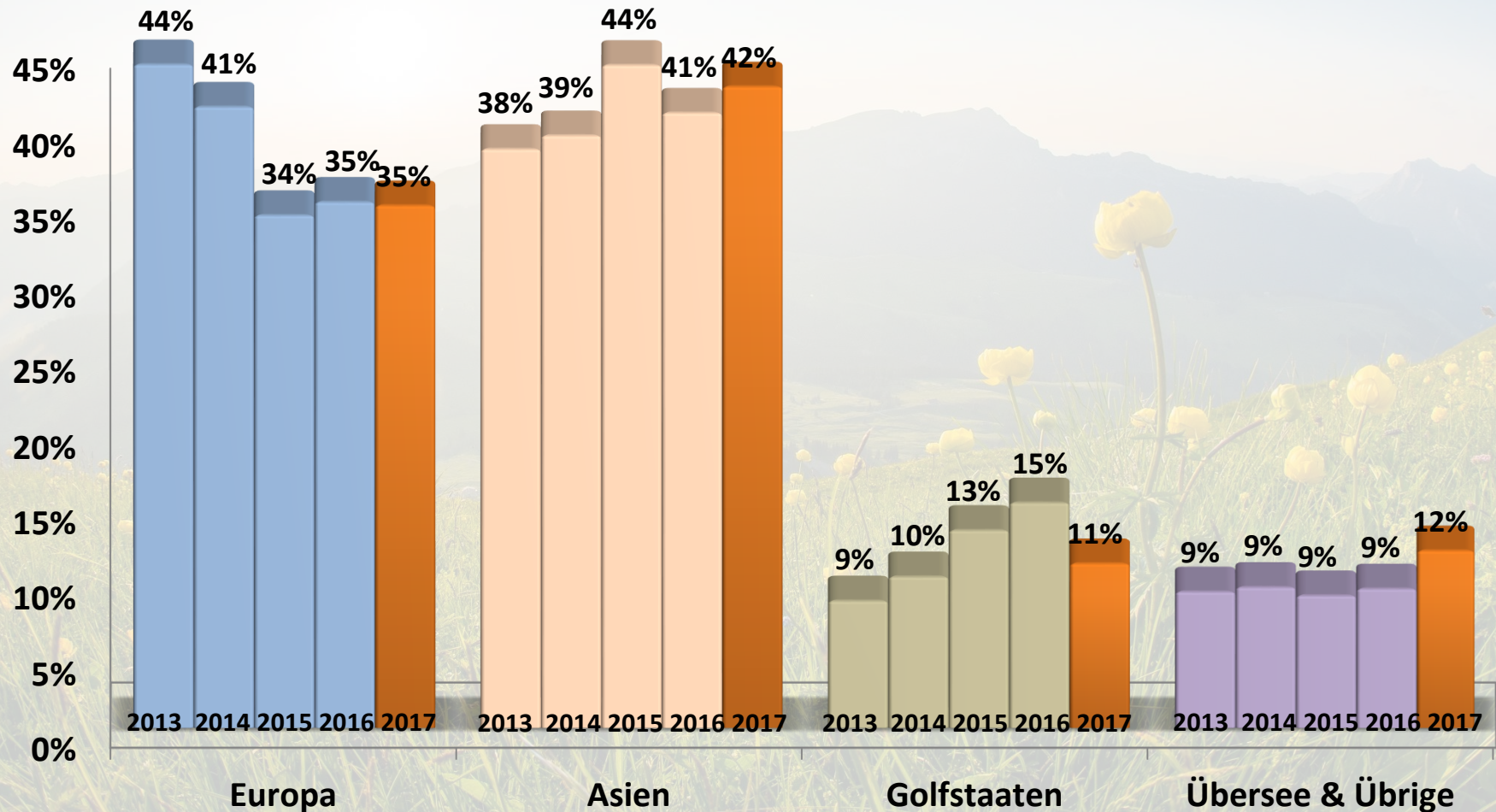


Länderrangliste Jan – Dez 2017

Hotellerie IMUWGS

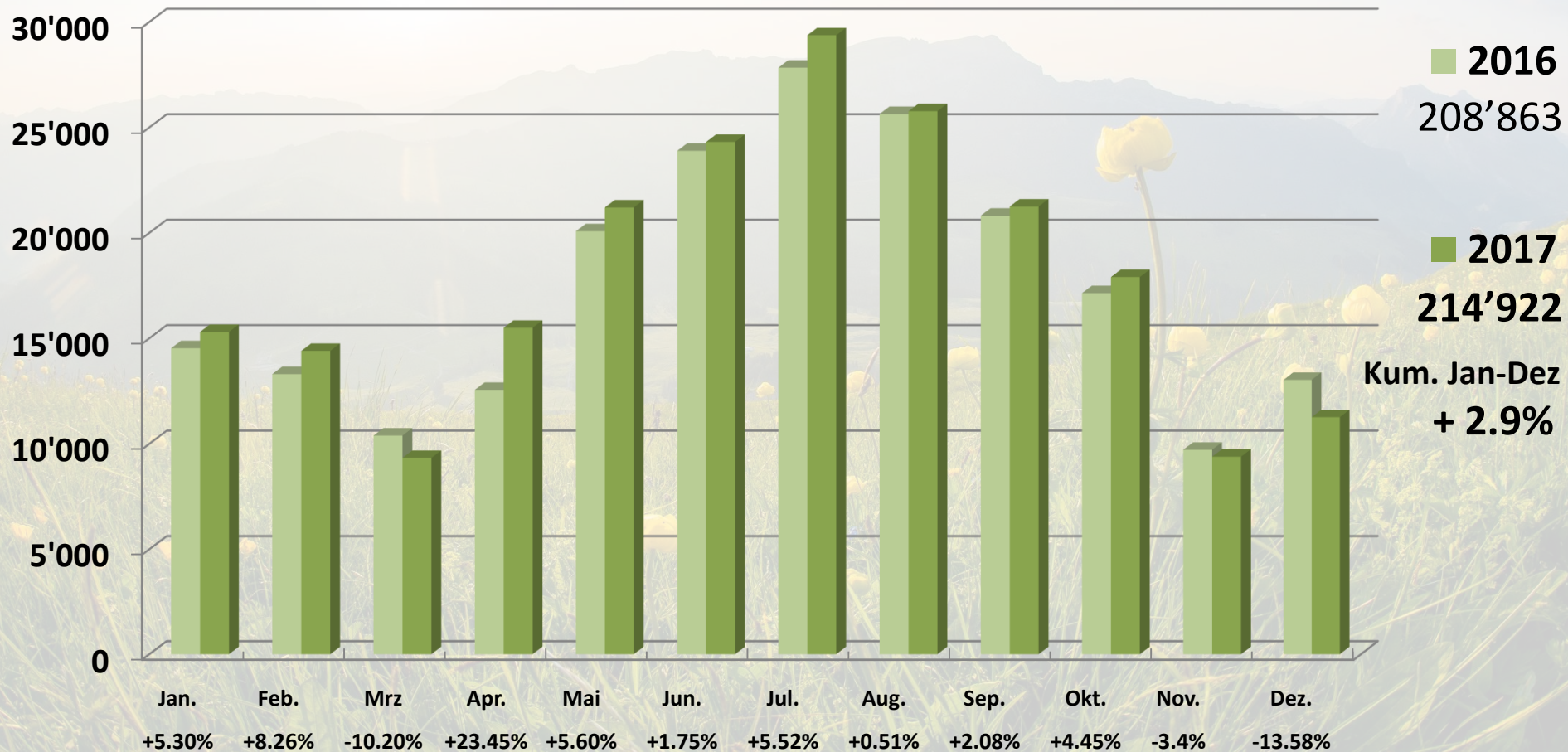
	Land	LN 2017 +/-	
1.	Schweiz	216'679	-
2.	China + HK	132'538	+1
3.	Korea	120'860	+1
4.	GCC	106'912	-2
5.	Indien	85'051	-
6.	USA	59'992	+2
7.	Deutschland	55'922	-
8.	Grossbritannien	54'074	-2
9.	Thailand	36'115	-
10.	Japan	18'076	-

Logiernächte-Entwicklung Hotels Interlaken 2013-2017



Logiernächte Jan – Dez 2017

Hostels Interlaken

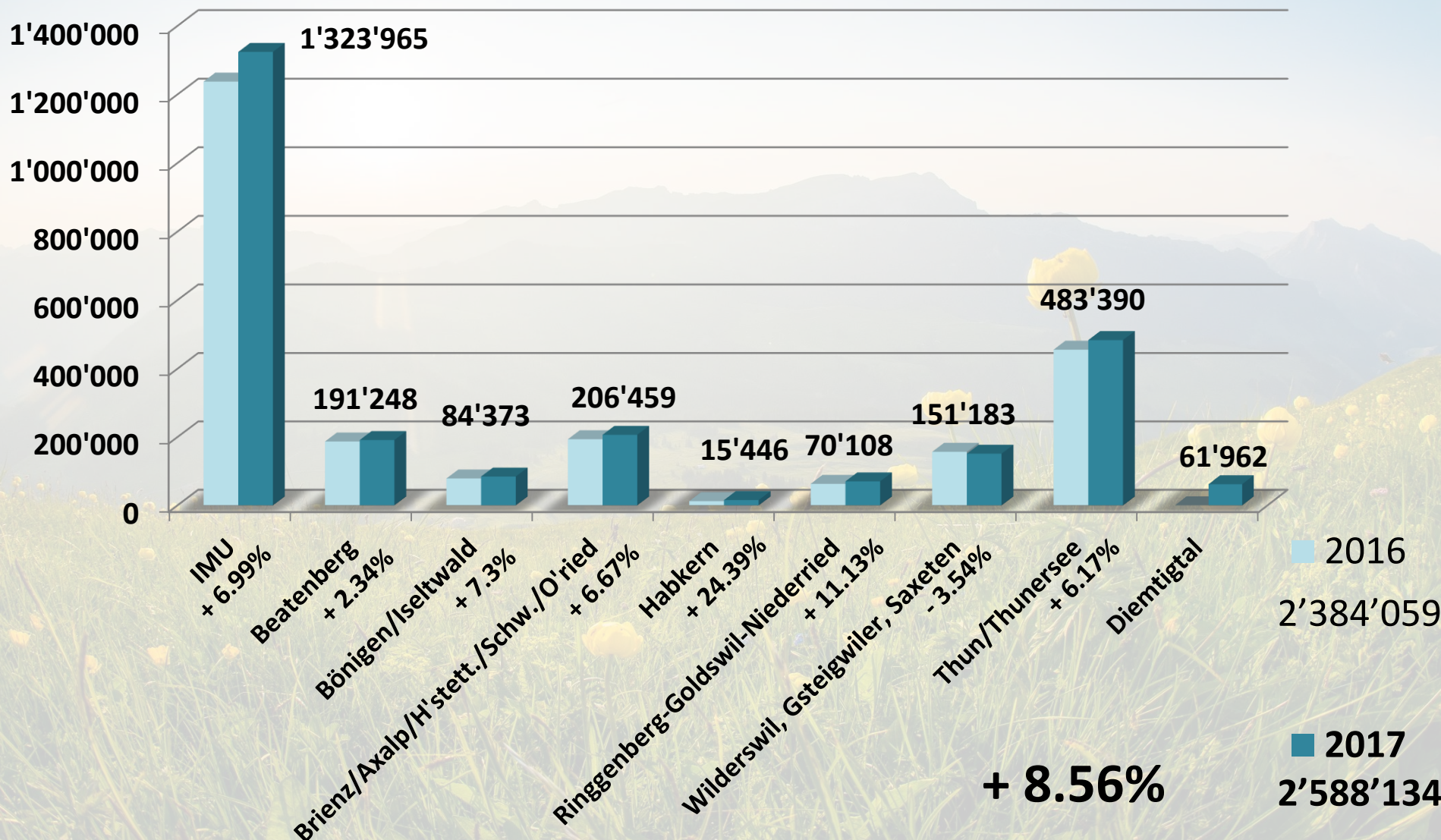


Länderrangliste Jan – Dez 2017

Hostels Interlaken

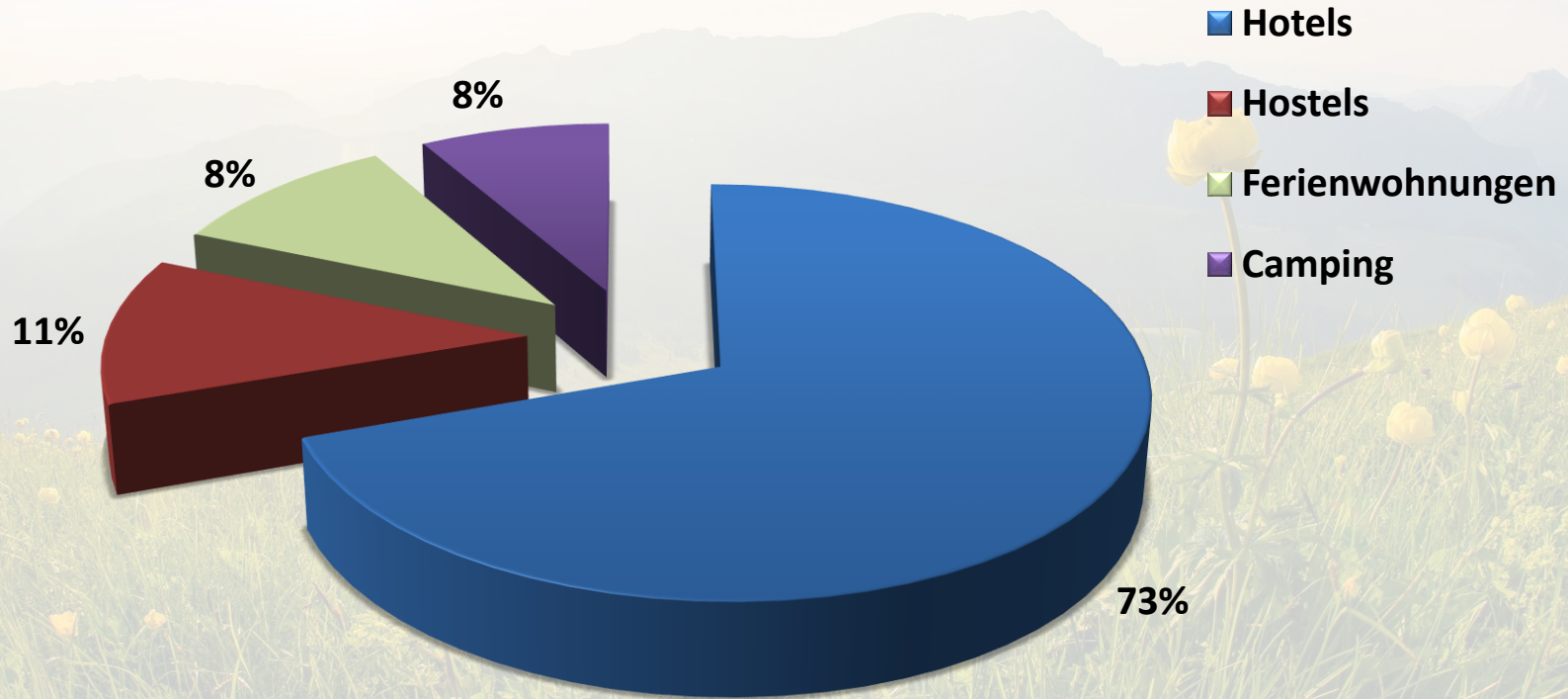
	Land	LN 2017	+/-
1.	Korea	79'503	-
2.	USA	29'797	-
3.	Schweiz	27'494	-
4.	China + HK	11'214	-
5.	Australien/NS	10'635	-
6.	Thailand	8'739	+1
7.	Grossbritannien	6'961	-1
8.	Deutschland	5'930	+1
9.	Indien	5'511	-1
10.	Kanada	2'550	-

LN aller Unterkunfts-Arten Ferienregion Interlaken 2017



Logiernächte 2017 nach Unterkunfts-Art

Destination Interlaken



TOI Strategie und Zahlen ...

Gäste holen - Gäste halten - Bevölkerung sensibilisieren

- Kurtaxen 36%
- Beiträge inkl. BA 27%
- Kommerzielles 12%
- TFA 8%
- Marketing 8%
- Schalter TOI 7%
- Diverses 2%

- Marketing 34% (50/50)
- Personal 27%
- Gästeprogramm 13%
- Kommerzielle 11%
- Betrieb 8%
- Schalter TOI 6%
- Diverses 1%

- ca. 40 Mitarbeitende



Thunersee – Brienersee

Festigung Positionierung,
Internationalität

Visibilität,
«überstrahlend»

Lebendigkeit, Stories

Winter gezielt entwickeln

Sommer halten und
«ausdehnen»

Produktentwicklung
gezielt

Ausrichtung auf
Destination

Saisonausgleich

Sensibilisierung der Bevölkerung



Wichtigkeit Tourismus

Einbindung

Danke sagen

Mitarbeitende & Partner

Leistungsorientiert

Offen

Herzlich

**Herzlichen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit**

