

## Medienmitteilung vom 26. Juni 2019

### Erfolgreiches Geschäftsjahr für die Erlebnisregion Mythen

---

**Die Brunnen Schwyz Marketing AG etabliert sich als touristisches Kompetenzzentrum der Erlebnisregion Mythen. Das überdurchschnittliche Wachstum der Logiernächte und das positive Jahresergebnis prognostizieren eine erfolgreiche Zukunft. Leuchtturmprojekte wie die Digitale Gästekarte und das weltweite Medieninteresse stärken die Wettbewerbsfähigkeit zusätzlich.**

„Die Erlebnisregion Mythen hat im Vergleich zu den anderen touristischen Regionen in der Zentralschweiz bezüglich Hotellogiernächte mit 6.6% ein überdurchschnittliches Wachstum erreicht“, erfreut sich Stefan Ryser, Geschäftsführer der Brunnen Schwyz Marketing AG (BSM AG), an der 16. ordentlichen Generalversammlung. „Die organisatorischen und strukturellen Anpassungen konnten zum grossen Teil abgeschlossen werden. Dank der Zusammenlegung der Aufgaben konnten die Abläufe verbessert und die Synergien deutlich erhöht werden“, informiert Ryser die rund 40 Anwesenden.

#### Digitalisierung vorangetrieben

Mit der Einführung der digitalen Gästekarte auf den 1. April 2019 wurde die Digitalisierung im Kanton Schwyz mit der BSM AG im Projektlead bewusst vorangetrieben. Das neue Gästeportal der Zentralschweiz und die online buchbaren Angebote, bilden dabei einen erheblichen Mehrwert für den Gast. Die Online-Buchbarkeit von Übernachtungs- und Erlebnisangeboten wird ausserdem im Projekt E-FIT Schwyz gezielt optimiert. „Dem Bedürfnis nach pfannenfertigen Angeboten, welche online und kurzfristig abrufbar sind, nehmen wir uns bewusst an“, unterstreicht VRP Annemarie Langenegger. Dank einem einheitlichen Social-Media-Auftritt, der Lancierung eines Online-Adventskalenders sowie des Gäste-Newsletters, wird der Gast direkt über die digitalen Kanäle eingebunden.

#### Zusammenarbeit mit Partnern zahlt sich aus

Im Geschäftsjahr 2018 konnten neue Partnerschaften abgeschlossen und dadurch die Synergien zwischen Tourismus und Wirtschaft gefördert werden. „Unser Credo für das Jahr 2018 lautete: ‘Wir gehen als BSM AG in die Vorleistung’. Uns war es wichtig, aufzuzeigen, dass wir ein verlässlicher Partner sind und dank der Zusammenarbeit mit uns Mehrwerte entstehen“, erläutert Stefan Ryser. So konnte im Bereich der Gästebetreuung in Schwyz, an attraktiver Lage im Reise- und Informationszentrum die neue Tourist Info Schwyz in Zusammenarbeit mit der Auto AG Schwyz etabliert werden. Gemeinsam mit der Rigi Plus AG wurde eine neue qualifizierte Stelle im Bereich Product Management geschaffen. Die bestehenden Aufgaben mit dem Tarifverbund Swiss Knife Valley, dem Verein Weg der Schweiz / Waldstätterweg sowie der Stiftung Auslandschweizerplatz Brunnen, wurden erfolgreich weitergeführt. Dank der Partnerschaften mit Luzern und Zürich Tourismus ist die Erlebnisregion Mythen auch international präsent. Dies zeigt sich deutlich beim Projekt Sonnenaufgangswanderung Mythen mit Armin Schelbert. Dank der Zusammenarbeit mit Luzern und Schweiz Tourismus erreicht der produzierte Werbefilm internationale Aufmerksamkeit.

### **Events fördern die Attraktivität und Wertschöpfung**

Wie Stefan Ryser ausführt, wurden mittels Unterstützung von Events die Positionierung, die mediale Aufmerksamkeit, die Attraktivität sowie die Wertschöpfung seitens der BSM AG gezielt gefördert. Teilnahmerekorde am slowUp Schwyz – Swiss Knife Valley und unzählige Besucher am Künstlerfestival Spettacolo, KirschBrunnenMarkt und vielen weiteren Events, haben die Region über die Landesgrenzen hinaus in ein positives Licht gerückt. Mit weiteren touristischen Projekten, unterstützt von der Swiss Casino Pfäffikon Zürichsee, konnte den Gästen ein attraktives Unterhaltungsprogramm geboten werden. Erstmals im 2019 wird die BSM AG das Dorffest rund um den Nationalfeiertag in Brunnen als Organisatorin durchführen. Zudem ist geplant, am ersten Adventswochenende einen Weihnachtsmarkt im Dorfzentrum von Brunnen zu lancieren.

### **Nachhaltige Entwicklung dank Zusammenschluss**

Mit der ausgeglichenen Jahresrechnung zeigt die BSM AG eindrücklich auf, dass die touristische Neuorganisation im Talkessel von Schwyz auf gutem Weg ist. Die Zusammenführung der Geschäftstätigkeiten der Swiss Knife Valley AG, Brunnen Tourismus und Info Schwyz in die BSM AG hat sich ausbezahlt. Annemarie Langenegger nimmt dazu wie folgt Stellung: „Die organisatorischen und strukturellen Anpassungen waren ausgesprochen wichtig, um uns nun der Entwicklung unserer Destination verstärkt zu widmen. Dank grossen Anstrengungen mit dem Abschluss von Leistungsvereinbarungen, Sponsorenpflege, Gelder aus der neuen Regionalpolitik, Casinogelder und den Kurtaxen ist es uns gelungen, genügend finanzielle Mittel für eine ausgeglichene Rechnung zu erreichen.“

Zusätzliche Aufgaben aus Leistungsvereinbarungen sowie neue Marketingpartnerschaften, bekräftigen die nachhaltige Entwicklung zusätzlich. Der Nettoumsatz sowie die Bilanzsumme konnten dank des Zusammenschlusses gegenüber dem Vorjahr verdoppelt werden.

Mit der Lancierung der Gruppenbroschüre wurde das Gruppen-Angebot ausgebaut, um der gesteigerten Nachfrage gerecht zu werden. Mit Total 798 (+1% ggü. Vorjahr) Führungen im Swiss Knife Valley VISITOR CENTER und 135 (+ 22% ggü. Vorjahr) Führungen in Brunnen und Schwyz, ist die erhöhte Nachfrage klar erkennbar.

Zum Abschluss an die Generalversammlung verdeutlicht Annemarie Langenegger „Das Potential unserer Region ist bestimmt noch nicht ausgeschöpft. Es gibt noch viele Geheimtipps, die wir unseren Gästen anbieten können. Die Erlebnisregion Mythen bietet ‘im wahrsten Sinne des Wortes’ Genussvolles, Eindrückliches, Erlebnisreiches, aber auch Geschichtliches.“

---

### **Medienkontakt und weitere Informationen:**

Stefan Ryser, Geschäftsführer, Brunnen Schwyz Marketing AG  
Tel. 041 825 00 41, [stefan.ryser@brunnen-schwyz.ch](mailto:stefan.ryser@brunnen-schwyz.ch), [www.erlebnisregion-mythen.ch](http://www.erlebnisregion-mythen.ch)

Bild: Janine Allemann / Brunnen Schwyz Marketing AG

Legende: Annemarie Langenegger (Verwaltungsratspräsidentin) und Stefan Ryser (Geschäftsführer)