

Jahresbericht 2018

St.Gallen-Bodensee Tourismus



Impressum

Herausgeber:

St.Gallen-Bodensee Tourismus

Bankgasse 9, 9001 St. Gallen

Druck:

Ostschweiz Druck AG

Hofstetstrasse 14, 9300 Wittenbach SG

Bildnachweis:

Titelseite: Mattias Nutt Photography

Seite 5: Mattias Nutt Photography

Seite 7: Lisa Beck

Seite 8: Mattias Nutt Photography

Seite 10: Mattias Nutt Photography

Seite 12: Weissengruber & Partner

Seite 14: Komitee eventservice

Seite 15: Mattias Nutt Photography

Seite 16: Stéphanie Engeler

Seite 18: Roland Gerth

Seite 19: fotorausch.ch / Cyrill Schlauri

Seite 20: Katalin Deér

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form gewählt, nichtsdestoweniger beziehen sich die Angaben auf Angehörige beider Geschlechter.

Inhaltsverzeichnis

1. Geschäftsjahr im Rückblick	4
2. Business Development	6
3. Marketing und Kommunikation	8
4. St.Gallen-Bodensee Convention	12
5. Erlebnismangement St.Gallen	16
6. Erlebnismangement Rorschach	18
7. Netzwerk & Engagement	20
8. Statistiken	22
9. Jahresabschluss (Bilanz / Betriebsrechnung / Anhang zur Jahresrechnung)	24
10. Revisionsbericht	31
11. Organisation	32
12. Organe	33
13. Team	34

1. Geschäftsjahr im Rückblick



Markus Isenrich
Präsident SGBT



Thomas Kirchhofer
Direktor SGBT

Marktentwicklung

Nach dem Rekordjahr 2017 entwickelte sich das Tourismusjahr 2018 ebenfalls erfreulich. Die Anzahl Ankünfte stieg gegenüber dem Vorjahr um 4'934 oder 2.1% an. Diese Steigerung ist im schweizweiten Mittel eher verhalten. Das Ergebnis ist aber dennoch erfreulich. Mit gutem Grund – war doch 2018 die Anzahl der verfügbaren Betten deutlich reduziert (Renovationsarbeiten Hotel Walthalla). Besonders erwähnenswert ist, dass die Stadt St.Gallen mehr und mehr an Attraktivität bei den Freizeitgästen gewinnt. Die Internationalisierung unserer Gästestruktur nimmt weiter zu. Bei den Fernmärkten fallen rückläufige Zahlen aus China und Japan auf. Sie werden aber durch die Zunahme aus Südkorea, Hong Kong und Taiwan

Besonders erwähnenswert ist, dass die Stadt St.Gallen mehr und mehr an Attraktivität bei den Freizeitgästen gewinnt.

kompensiert. Zunehmend wichtiger wird Nordamerika: 2018 wuchs der Markt USA weiter und erreicht bald 10'000 Hotelübernachtungen. Die USA haben somit zu Italien als dritt wichtigstem Auslandsmarkt für den St.Galler Tourismus nach Deutschland und Österreich aufgeschlossen.

Neue Tourismusstrukturen

Am 14. Dezember 2018 wurde der Verein «Tourismusrat St.Gallen» gegründet und die Leistungsvereinbarung für das Jahr 2019 mit dem Kanton St.Gallen unterzeichnet. Im Berichtsjahr wurde unter der Koordination des Volkswirtschaftsdepartementes in Zusammenarbeit mit den vier Präsidenten der St.Galler Tourismusdestinationen Heidiland, Toggenburg, Rapperswil-Zürichsee und St.Gallen-Bodensee intensiv gearbeitet. Mit der Vereinsgründung wurde schliesslich ein

Am 14. Dezember 2018 wurde der Verein «Tourismusrat St.Gallen» gegründet.

Gremium geschaffen, das per 1. Januar 2019 erster Ansprechpartner für die Finanzierung und Sicherstellung von touristischen Projekten im Kanton St.Gallen ist. Neben den vier

Destination sind auch hotellerie Ostschweiz, Gastro St.Gallen sowie das Casino Bad Ragaz – alle drei Finanzierer des Tourismusfonds – Mitglieder des Vereins.

Finanzielle Entwicklung

Das Stadtparlament hat im Dezember 2017 der neuen Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt St.Gallen und dem Verein St.Gallen-Bodensee Tourismus für die Jahre 2018 – 2021 zugestimmt.

Das Geschäftsjahr schliesst dank erfreulichen Entwicklungen und einem strikten Budgetkurs mit einem sehr positiven Betriebsergebnis.

Wir schätzen uns glücklich, dass wir dadurch mehr Mittel für die Umsetzung unserer Massnahmenpläne zur Verfügung haben und dringende Investitionen in Personal und Arbeitsmittel im Geschäftsjahr 2018 tätigen konnten. Dank einem 13. Monatslohn liegen die Personalkosten endlich auf dem branchenüblichen Niveau. Das Geschäftsjahr schliesst in Verbindung mit einem äusserst strikten Budgetkurs mit einem positiven Betriebsergebnis. Der Jahresgewinn beläuft sich auf 23'907 Franken. Die in den Vorjahren verlustbedingt geschmälernten Eigenmittel erfahren dadurch eine leichte Verstärkung.

Aus dem Vorstand

Das langjährige Vorstandsmitglied Dr. Markus Frank hat per Mai 2018 seinen Rücktritt erklärt. Ebenso ist Sina Nikolussi bereits im Vorjahr aus beruflichen Gründen aus dem Vorstand ausgeschieden. Obwohl der Vorstand laut Statuten aus neun Mitgliedern besteht, konnten dennoch drei neue Vorstandsmitglieder gewählt werden. Dr. Bruno Hensler, Verwaltungsdirektor der HSG, Prof. Dr. iur. Andreas Deuber, Leiter des Instituts für Tourismus und Freizeit an der HTW Chur und Michael Vogt, General Manager des Hotels Einstein und Präsident der Sektion St.Gallen-Bodensee von hotellerieuisse. Die Bestimmung über die Anzahl der Vorstandsmitglieder wird bei der nächsten Statutenrevision angepasst werden.

Im Rahmen des ständigen Reviews der Strategie überarbeiteten der Vorstand und die

Geschäftsleitung im vergangenen Jahr die Geschäfts- und Handlungsfelder. Es war das Ziel, neue und bestehende Vorstandsmitglieder in der Strategiediskussion auf denselben Stand zu bringen und die Gesamtsituation zu beurteilen.

Personal

Nach verschiedenen Veränderungen im Mitarbeiterstab im Jahr 2017, war das letzte Jahr von deutlich weniger Mutationen geprägt. Im Februar stiess Linda Geier zum Erlebnismanagement und ersetzte vorerst Daniela Fries während ihrem Mutterschaftsurlaub; nach deren Rückkehr wird sie das Team im Teilzeitpensum ergänzen. Seit Juli 2018 verstärkt uns im Rahmen der Intensivierung des Kulturmarketings Alisa Haag als Produktmanagerin. Christine Gründler, bis 2015 während zehn Jahren für unsere Organisation tätig, stieg per März 2018 wieder mit einem kleinen Pensum im Marketingteam ein.

Herzlichen Dank

Für das laufende Jahr 2019 bleiben wir optimistisch und gehen von einer erneuten Zunahme der Frequenzen aus. Gleichzeitig bleibt die hiesige Tourismusindustrie gefordert, denn neue bzw. geplante Hotelprojekte oder neue Beherbergungsformen in der Stadt wie auch auf dem Land oder der gesellschaftlich bedingte Wandel der Konsum-

Nur dank Ihrer Unterstützung ist es uns möglich, die Tourismusdestination St.Gallen-Bodensee stetig weiterzuentwickeln.

mentenstimmung bei Handel und Gewerbe sowie der Gastronomie verschärfen den Wettbewerbsdruck. So widmen wir uns den Herausforderungen der Branche weiterhin voller Tatendrang und Energie und bedanken uns an dieser Stelle für Ihr Engagement, sehr geehrte Mitglieder und Partner. Nur dank Ihrer Unterstützung ist es uns möglich, die Tourismusdestination St.Gallen-Bodensee stetig weiterzuentwickeln und international zu positionieren. Ein intensives Jahr liegt hinter uns, enormes wurde geleistet. Allen Mitarbeitenden, den Vorstandsmitgliedern sowie allen involvierten Gremien danken wir ganz herzlich für die grossartige Arbeit.



2. Business Development

St.Gallen-Bodensee Tourismus bekennt sich mit seinem «Tourismus-Hub Stadt St.Gallen» zur nachhaltigen Entwicklung der Tourismusregion Ostschweiz. Ein Agieren über die Grenzen hinaus ist unabdingbar, da in erster Linie die Sicht der Übernachtungs- und Tagesgäste zählt.

Das Marketing inklusive einer marktorientierten Produktgestaltung in den drei strategischen Geschäftseinheiten (SGE) St.Gallen-Bodensee Convention, Marketing und Kommunikation sowie Erlebnismangement steht dabei im Zentrum der operativen Aktivitäten. St.Gallen-Bodensee Tourismus arbeitet in der touristischen Standortentwicklung eng mit der Stadt St.Gallen und dem Kanton St.Gallen zusammen und setzt sich für ein Wachstum des touristischen Angebots ein. Wir wollen den Wirtschaftsfaktor Tourismus in St.Gallen markant erhöhen. Der Umsatz soll sich in den nächsten zehn Jahren verdoppeln. Ziel für 2021 sind 500'000 Logiernächte.

Ein Agieren über die Grenzen hinaus ist unabdingbar, da in erster Linie die Sicht der Übernachtungs- und Tagesgäste zählt.

Geschäftsfeldstrategien überarbeitet

Im Rahmen des Strategie-Reviews des Vorstandes wurden die Vision, die Mission, die drei Geschäftsfelder und acht Handlungsfelder verabschiedet.

Im Rahmen der drei Geschäftsfelder Geschäftstourismus, Kultur- und Eventtourismus sowie Tagesausflugstourismus wollen wir für eine klare und einfache Kommunikation sorgen. St.Gallen steht im Zentrum der Erlebnisregion Ostschweiz «EINER FÜR ALLE – ALLE FÜR EINEN».

Geschäftstourismus (Meetings Incentives Congresses Exhibitions MICE)

St.Gallen-Bodensee gehört zu den Top 3 Kongress- und Tagungs-Destinationen im Bodenseeraum und zu den Top 7 der Schweizer Kongressstandorte. St.Gallen-Bodensee Convention ist in der Ostschweiz die kompetenteste und effektivste Verkaufsorganisation mit eigenem Operating.

Kultur- und Eventtourismus

St.Gallen gehört zu den Top 5 Kultur- und Eventstädten der Schweiz mit nationaler / internationaler Ausstrahlung mit UNESCO-Weltkulturerbe Stiftsbezirk, textiler Historie, Konzert und Theater sowie Wissen und

Sport. Musicals, Festspiele und Sportevents gehören ebenso zur Positionierung, wie die Publikumsmessen und Märkte oder Festivals aller Art. Darüber hinaus macht sich St.Gallen einen Namen als Gastgeber von Veranstaltungen im Bereich der Digitalisierung, eSport und der internationalen Start up-Szene.

Tagesausflugstourismus

St.Gallen und die Region ist bei den Gästen und Einheimischen in der Vierländerregion Bodensee in der Wahrnehmung als Tagesausflugsziel im Bereich Kultur, Tradition, Genuss und Touring fest verankert.

Handlungsfelder

St.Gallen-Bodensee Tourismus hat in sämtlichen acht Handlungsfeldern Projekte definiert und befindet sich bereits an deren Umsetzung.

SGBT – die 8 Handlungsfelder

1

Produktfokus – die Attraktivität des Angebots forcieren

2

Marktauftritt stärken – das Markenmanagement professionalisieren

3

Kongress- und Tagungswesen weiter stärken

4

Marktkooperationen verstärken

5

Partner- & Mitgliedschaftsplattformen ausbauen

6

Tagestourismus ausbauen

7

Chancen der Digitalisierung nutzen

8

Betriebswirtschaftliche Ergebnisse optimieren

UNESCO-Weltkulturerbe

Nach wie vor macht bei St.Gallen-Bodensee Tourismus die gezielte nationale und internationale Medienarbeit ein Grossteil der Aktivitäten für den Stiftsbezirk aus. 55 Medien- und Studienreisen aus 16 Ländern mit rund 300 Teilnehmenden zeigen das anhaltende Interesse an St.Gallen und dem UNESCO-Weltkulturerbe. Die dadurch weltweit erzielten Leserkontakte von über 600 Millionen komplettieren ein erfolgreiches 2018. Dank der neu geschaffenen Stelle der «Experience Managerin» konnte auch dem Kulturmarketing noch stärker Rechnung getragen werden. Neue Erlebnisse sowie Pauschalangebote wurden erarbeitet und werden ab 2019 in den Verkauf überführt. Die World Heritage Experience Switzerland-Mitgliedschaft und die Internationale Bodensee Tourismus-Partnerschaft «Kirchen, Klöster & Konzil» werden nach wie vor über die Budgets von St.Gallen-Bodensee Tourismus geführt. Die im Managementplan vorgesehenen «externen» Budgetposten wurden wegen der in Arbeit befindenden Marketing-Konzeption im Berichtsjahr noch nicht beansprucht. Dr. Patrick Cotting entwickelte mit diesem Konzept die notwendige Basis zur Erarbeitung einer langfristigen und unverwechselbaren Positionierung sowie eines Kommunikations- und Marketingansatzes, welcher dem UNESCO-Weltkulturerbe Stiftsbezirk gerecht wird. Das neue Weltkulturerbe-Direktorium wird ab 1. Januar 2019 zusammen mit Dr. Patrick Cotting und unserem Team für eine optimale Umsetzung sorgen.

Textilland Ostschweiz

Im Berichtsjahr wurde eine Vereinbarung erarbeitet, welche ab 2019 einen neuen Auftrag für unsere Organisation mit sich bringt und damit beim «Textilland Ostschweiz» eine neue Projektphase einleiten soll. Bei St.Gallen-Bodensee Tourismus wird künftig eine «Drehscheibe Textil» betrieben, welche die Positionierung, Produktgestaltung und Produktentwicklung sowie die Vermarktung des «Textillands Ostschweiz» gewährleistet. Der Verein Textilland bleibt weiterhin bestehen. Ein Beirat fungiert als unterstützendes Gremium. Dieser Beirat übernimmt beratende, koordinative und repräsentative Aufgaben.

St.Gallen-Bodensee Tourismus setzt alles daran, das reiche textile Erbe und die textile Geschichte für Bewohner und Besucher sichtbar und erlebbar zu machen.





3. Marketing und Kommunikation

MARKETING

2018 konnten wichtige Meilensteine für die Vermarktung der Destination gelegt werden. Mitte Jahr wurde mit Alisa Haag die neue Experience Managerin von St.Gallen-Bodensee Tourismus eingestellt. Ihre Aufgabe ist es, vorhandene Angebote zu optimieren und neue Erlebnisse zu entwickeln. In kürzester Zeit konnten bestehende Pauschalangebote verbessert, neue Kontakte geknüpft und das Vertrauen ausgebaut werden. Mit der Neubesetzung wurde auch die Weiterentwicklung der Buchungsstrecke via TOMAS vorangetrieben. In der zweiten Jahreshälfte galt der Fokus der Neugestaltung der Webseite von St.Gallen-Bodensee Tourismus. Während mehreren Wochen und Monaten wurden die strategischen und inhaltlichen Grundpfeiler gelegt und mit grossem

Engagement umgesetzt. So konnte die neue Webseite Ende Jahr lanciert werden. Laufend optimiert bietet diese eine verbesserte

In der zweiten Jahreshälfte galt der Fokus der Neugestaltung der Webseite von St.Gallen-Bodensee Tourismus.

Nutzerführung, interessante Geschichten aus der Region und eine neue Produkt-Informationsdatenbank. Im Zuge des Web Relaunchs wurde auch ein 24-Stunden-Chat eingeführt.

1. Incoming

St.Gallen-Bodensee Tourismus betreibt kein Incoming Büro, arbeitet aber gezielt an Inhalten, der Verfügbarkeit sowie der vereinfachten Buchbarkeit und der Vermarktung. Dank der neuen Experience Managerin sowie den Mitarbeitenden der Tourist Information St.Gallen wurden bis Ende Jahr die bestehenden Prozesse optimiert und weiterentwickelt.

Die Plattform Fernmärkte ist weiterhin aktiv in Asien und verzeichnet ein kontinuierliches wenn auch kleines Wachstum aus diesen Märkten. Unabhängig von dieser Plattform konnte 2018 erstmals auch der ameri-

Zahlen und Fakten 2018 2017



Anzahl betreuter
Medienschaffender:

291 303

Anzahl Publikation
Medien international:

420 141

national:

70 100

Anzahl Publikationen
Medien regional
und lokal:

259 305



kanische Markt mittels einer kleinen Partnerschaft mit Schweiz Tourismus bearbeitet werden. Hinsichtlich der Oberammergauer Passionsspiele 2020 verspricht man sich einen Zuwachs aus Nordamerika und will sicherstellen, im Vorfeld bereits im Markt aktiv zu sein.

St.Gallen-Bodensee Tourismus präsentierte sich 2018 am «Top of Switzerland» in Hamburg, einem Verkaufs- und Showabend von Beat Antenen, sowie gemeinsam mit der Ostschweizer Gästekarte «Oskar» an der heimischen Urlaubsmesse «Grenzenlos».

2. Promotion

Kampagnen mit Schweiz Tourismus

Städtepartnerschaft

St.Gallen präsentierte sich 2018 als A-Stadt und gehörte somit wieder in den Kreis der grössten Schweizer Städte. Das Kampagnen-

St.Gallen präsentierte sich 2018 als A-Stadt und gehörte somit wieder in den Kreis der grössten Schweizer Städte.

Thema von Schweiz Tourismus war «Swiss Boutique Towns – Through the eyes of a local» mit dem Schwerpunkt-Segment «City

Breaker». Gemeinsam mit Schweiz Tourismus wurde als zentrales Kampagnen-Element für St.Gallen die Key Story rund um das Thema Textil erarbeitet. Als Protagonist konnte Martin Leuthold, ehemaliger Kreativdirektor der Jakob Schlaepfer AG, gewonnen werden. Als flankierende Massnahmen wurden schweizweit sogenannte «Pop-up»-Hotels gesucht. Das Hotel Einstein funktionierte dazu sein Turmzimmer zu einem Doppelzimmer mit Stadtsicht um.

Überregionale Zusammenarbeit mit der IBT

Mit der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT) wurde die Zusammenarbeit bei der internationalen Marktbearbeitung mit dem Fokus auf Italien und UK weiter vorangetrieben. Daraus resultierten einige Medien- und Bloggerreisen sowie ein Messeauftritt in Mailand und Rimini.

Messe-Teilnahmen

2018 wurde bewusst auf die Teilnahme an den branchenüblichen Publikums- und Fachmessen verzichtet. Der gemeinsame Auftritt an der CMT wurde von allen beteiligten Partnern infrage gestellt. Aufwand und Ertrag lagen in den letzten Jahren nicht in einem vertretbaren Verhältnis. Die Möglichkeiten, an Pressegesprächen teilzunehmen, wurde via die IBT weiterhin genutzt.



3. Sternenstadt St.Gallen

Die St.Galler Sternenbeleuchtung wurde 2018 standesgemäss mit der Sternenvernissage eröffnet. Während vier Wochen belebten Glühweinduft, Marktstände, Samichlausritt sowie ein Krippenspiel die St.Galler Altstadt. Die Sternenstadt erhielt erneut nationale und internationale Medienpräsenz.

KOMMUNIKATION

Die Erstellung von Videos wurde 2018 weiter vorangetrieben. So entstanden Reportagen über kleinere Veranstaltungen sowie Interviews mit Protagonisten aus dem touristischen Umfeld. In der zweiten Jahreshälfte konnte die Kooperation mit der Kommunikationsagentur Gretz Communications aus Bern unterzeichnet werden. Dank dieser Kooperation konnten Schweizer Medienreisen organisiert sowie Schwerpunktthemen von St.Gallen-Bodensee Tourismus gezielt in den Schweizer Medien gestreut werden. Der MICE-Bereich wurde systematisch platziert und die Kommunikation in der Romandie verstärkt.

1. Public Relations

Neben der Medienarbeit und Beantwortung von Medienanfragen ist die Erstellung von

redaktionellen Inhalten die Hauptaufgabe der Kommunikationsabteilung. Das Schreiben von neuen Texten für Magazine und Zeitungen im In- und Ausland sowie das Erstellen von Beiträgen für die internen Abteilungen gehören zum Tagesgeschäft. Das Interesse der internationalen Medien an der Destination St.Gallen-Bodensee war auch 2018 ungebrochen. So organisierte und betreute die Marketing- und Kommunikations-Abteilung über 60 Medienreisen mit

Das Interesse der internationalen Medien an der Destination St.Gallen-Bodensee war auch 2018 ungebrochen.

291 Teilnehmenden aus der ganzen Welt. Aber auch die regionale und nationale Medienarbeit entwickelte sich positiv.

2. Corporate Publishing

Die Überarbeitung der verschiedenen Broschüren von St.Gallen-Bodensee Tourismus und die Koordination mit den Agenturen und Druckereien erfolgt durch die Kommunikationsabteilung. So konnten der Meetingplaner oder die Stadtführungsbroschüre für 2019 intern realisiert werden. Im dritten Quartal wurde mit den Vorarbeiten für ein neues «Guide-Magazin» begonnen, welches



im Frühjahr 2019 erscheinen soll. Dieses «Guide-Magazin» wird eine Kombination aus Storytelling und hilfreichen Reise-Hinweisen mit Insider-Tipps.

3. Corporate Design

Das bestehende Corporate Design wurde überarbeitet und dem Logo sowie der Unternehmensschrift einen zeitgemässen Auftritt verliehen. Die neue Schriftart Alena, welche vom St.Galler Roland Stieger während mehreren Jahren entwickelt wurde, verleiht der Korrespondenz einen modernen und zeitlosen Auftritt.

4. eKommunikation

Die Abteilung Marketing und Kommunikation ist für die Führung, inhaltliche Planung und Umsetzung der Webseite www.st.gallen-bodensee.ch verantwortlich. Im dritten Quartal 2018 begann der geplante Relaunch der Webseite und konnte Ende Jahr erfolgreich abgeschlossen werden. Die neue Webseite zeichnet sich durch einen modernen und ästhetischen Auftritt aus. Die vereinfachte Themenübersicht und Verwendbarkeit führt den Besucher gezielt zu den benötigten Informationen. Parallel zur Erneuerung der Webseite wurde ein digitaler Kundendienst eingerichtet. Der Online-Dienst «Live-Chat» ermöglicht es Besuchern, mit den Mit-

arbeitenden der Tourist Information St.Gallen während den Öffnungszeiten in Kontakt zu treten. Um den Gästen einen 24-Stunden-Service bieten zu können, wurde eine

Mit Guuru wird ein 24-Stunden-Service für unsere Kunden angeboten.

Kooperation mit dem Schweizer App-Betreiber «Guuru» eingegangen. Als erste Tourismus Destination der Schweiz bietet St.Gallen-Bodensee Tourismus seinen Gästen ein Netzwerk von Regionen-Experten an, welche Anfragen ohne den Einsatz von Chatbots in kürzester Zeit beantworten können.

5. Social Media-Kanäle

Durch gezielten Einsatz von bezahlter Werbung sowie Engagement-Kampagnen konnte die Anzahl Fans und Followers weiter gesteigert werden. Vor allem der Adventskalender im Dezember 2018 führte innerhalb kürzester Zeit zu einer starken Zunahme von Facebook-Followern. Erstmals seit der Einführung von Social Media-Massnahmen wurde eine eigene Strategie dafür entwickelt. Das Social Media Framework dient als internes Strategiepapier für die Zielsetzung und -erreichung 2019ff.



4. St.Gallen-Bodensee Convention

Das Team unter der neuen Co-Leitung konstituierte sich bestens und war 2018 aktiv in der MICE-Branche unterwegs. Nebst den zahlreichen Massnahmen im Bereich Key Account Management und Promotion wurden rund 40 Veranstaltungsplanern verschiedene Locations in der Ostschweiz gezeigt. Dank der überarbeiteten Textbausteine für die Offerten konnten die daraus resultierenden Anfragen effizienter bearbeitet und den Kunden zeitgemäss präsentiert werden.

Das vergangene Jahr prägten vorwiegend zwei Grossprojekte. Zum einen wurde der gesamte Webauftritt des Convention Bureau hinsichtlich visuellem Auftritt und Benutzerfreundlichkeit erneuert, zum anderen wurde die Überarbeitung eines mehrstufigen und auf die Bedürfnisse der Partner abgestimmten Partnerschaftsmodells abgeschlossen. Bemerkenswert ist im operativen Bereich, dass St.Gallen der erste Schweizer Durchführungsort der jährlich stattfindenden «WikiCon» – einer Konferenz für deutschsprachige Wikipedianer – war. Diese Zusage war auch der Zusammenarbeit innerhalb der ARGE Kongress zu verdanken, welche sich 2018 regelmässig im Convention Bureau traf.

1. Innovation

micelab:bodensee

2018 gab es zahlreiche Veranstaltungen im Rahmen von micelab:bodensee. Ein Weiterbildungsmodul aus dem «micelab:expert» fand im Frühling zum Thema «Ko-Kreation bei Veranstaltungen» statt. Ein weiteres wurde im Herbst dann in Ko-Kreation umgesetzt. Anja Sachse setzte sich als eine von vier micelab:bodensee-Botschafterinnen mit viel Engagement dafür ein.

Die Mitglieder des Bodensee Meetings befassten sich im Verlaufe des Jahres damit, wie das Projekt nach dem Ende der Förderphase weiter verlaufen soll. Die finanziellen Mittel reichen bis Ende Juni 2019. Die meisten der 13 Partner setzen sich aber für eine Fortsetzung ein. Offen ist jedoch, in welcher Form weiter an neuen Veranstaltungsformen geforscht wird.

2. Key Account Management

Inspiration Markets

An der Plattform «Inspiration Market» wurden am 15. Februar im Würth Haus Rorschach zahlreiche Eventideen präsentiert. SGBC zeigte zusammen mit dem Würth Haus Rorschach eine kreative Bühnenshow. In dieser Konstellation nahm SGBC auch an den beiden «Inspiration Markets» in Bern



und Basel teil. Aus dieser Eventreihe resultierten neue Kontakte, Anfragen und potenzielle Teilnehmer für Studienreisen.

Studienreisen

Aufgrund der grossen Nachfrage an der Studienreise «MICE-lights» durften am 24. August gleich zwei Gruppen die Vorzüge der MICE-Infrastruktur in und um St.Gallen erfahren. Ein erlebnisreicher Tag fand seinen Ausklang mit dem Summerdays Festival in Arbon. Im Oktober lud SGBC an die Studienreise «Ostschweiz» ein. Während zwei Tagen erhielt ein ausgewähltes Teilnehmerfeld Einblicke in verschiedenste Ostschweizer Tagungslokalitäten.

Networking-Event vom Fachmagazin «Miss Money Penny»

Am 14. September fand der erste Networking-Event vom Fachmagazin «Miss Money Penny» in der Ostschweiz im Hotel Sänispark statt. Rund 70 Assistentinnen nahmen am Vortrag von Dr. Patrick Noack «Tag x – wie Frau sich optimal darauf vorbereitet» sowie an den Ausführungen von Martin Leuthold zur textilen Geschichte St.Gallens teil. Im anschliessenden Networking-Apéro wurden interessante Gespräche geführt.

Key Account Management mit dem Switzerland Convention Bureau (SCIB)

Im internationalen Kontext und in Bezug auf die Verbände nutzte SGBC vorwiegend die Plattformen von SCIB. Ende Januar war SGBC erneut Teil der viertägigen Salestour durch Süddeutschland, an der 20 potenzielle Neukunden über die MICE-Region St.Gallen-Bodensee informiert wurden. Im März präsentierte sich SGBC in Genf vor zwölf Verbänden und Kongressplanern. Die jährlich stattfindende «SCIB Meeting Trophy» führte Ende Juni von Basel via Bad Ragaz (mit Übernachtung im Grand Resort Bad Ragaz) nach Pontresina. Während diesen Tagen traf SGBC auf über 90 potenzielle Kunden aus acht Ländern. Mitte Oktober fand der Sales-Event «MICE Boat» statt. Während der dreitägigen Kreuzfahrt durch die Nordsee machte SGBC mit dem micelab:bodensee-Thema «Herkömmliche Kongress- und Seminarformate sind tot!» die über 50 Veranstaltungsplaner auf sich aufmerksam und kam mit konkreten Anfragen im Gepäck nach Hause zurück.

3. Promotion

Meetingplaner 2018

Rund 80 Partner sind im Meetingplaner 2018 vertreten, der in der Branche als beliebtes Nachschlagewerk gilt. Mitte Januar wurde er an die bestehenden Adressaten verschickt. Ausserdem war er an allen Marketingaktivi-



täten aufgelegt und ist kompakt auf einem USB-Stick in den Sprachen Deutsch und Eng-

Ende August war SGBC Teil an den MICE Days im Rahmen der Fachmesse «SuisseEMEX».

**Wir sind stolz auf unsere
212 MICE-Angebote in unserem
Online-Venuefinder!**

lich erhältlich. Im Online-Venuefinder sind alle Anbieter vom Meetingplaner plus weitere Ostschweizer MICE-Angebote zu finden.

Messebesuch

Im Januar war SGBC Teil eines vom SCIB organisierten Gemeinschaftsstands an der internationalen Fachmesse für Erlebnismarketing «Best of Events» in Dortmund. Ausserdem präsentierte sich SGBC mit dem Hotel Säntispark und dem Seminarland im April am «Swiss Assistants' Day» im Trafo Baden.

4. eMarketing

Im Zuge des Web-Relaunchs von St.Gallen-Bodensee Tourismus wurde auch die Convention-Seite neu aufgebaut. Seit Sommer 2018 werden nicht nur die einzelnen Leistungsträger im Venuefinder, sondern auch die gesamte Dienstleistungskette dargestellt. Die Kunden wurden regelmässig mit Neuigkeiten und Informationen aus der MICE-Region Ostschweiz versorgt.

5. Key Media Management

MICE-tip

Im Fachmagazin «MICE-tip» wurde sowohl in der dritten als auch in der vierten Ausgabe über St.Gallen-Bodensee berichtet. Die dritte Ausgabe fokussierte sich auf die beiden Organisationen St.Gallen-Bodensee Convention und Seminarland. Die vierte Ausgabe enthielt alles Wissenswerte rund ums Thema «Tagen in Schlössern und Klöstern».

EventEmotion

Im Sommer durfte SGBC eine Journalistin zwei Tage durch die Ostschweiz begleiten. Daraus resultierte ein 13-seitiger Bericht über den Aufbruch in der MICE-Region sowie über einzelne Leistungsträger.

Zahlen und Fakten 2018 2017



Anzahl Anfragen:

137
144



Total Kommissions-
ertrag in CHF:

55'887
85'520



Realisierungs-
quote (im 2018
durchgeführte
Veranstaltungen):

34.6%
29.65%



Anzahl neue
Kontakte in
Datenbank:

1618
962





5. Erlebnismangement St.Gallen

1. Tourist Information

Willkommen heissen, beraten und betreuen der Gäste – das sind die Hauptaufgaben der Tourist Information von St.Gallen-Bodensee Tourismus. An vorderster Front werden die täglichen Anfragen persönlich am Schalter, am Telefon, per E-Mail oder Post beantwortet. Auch der neu lancierte Live-Chat erfreut sich steigender Beliebtheit und wird vom Team bedient.

Nach dem gelungenen Anlass «Get together – ein Dankeschön an die Partner der Stadtführungen» im Januar, stand für das Erlebnisteam bereits der nächste Event im März an. St.Gallen-Bodensee Tourismus war dieses Jahr Gastgeber des 5. Bodensee-Gästeführertages. Über 160 Guides rund um den Bodensee folgten der Einladung nach St.Gallen. Die Gäste erwartete ein abwechslungsreiches Programm mit interessanten Vorträgen im Pfalz Keller und vier verschiedenen Stadtführungen. Die äusserst positiven Rückmeldungen zeugten vom Erfolg dieses Anlasses.

In den Räumlichkeiten der Tourist Information wurden wiederum zwei Aktivitäten durchgeführt. Bei «Künstler an der Arbeit» im September war der Kunstmaler Walter Dick persönlich vor Ort und fertigte vor den Augen der Gäste seine Zeichnungen an. Am Sternemarkt im Dezember nutzten diverse

Partner erneut die Möglichkeit, ihre Produkte zu präsentieren.

Bereits zum sechsten Mal führte das Team von Konzert und Theater St.Gallen den Vorverkauf für die St.Galler Festspiele in der Tourist Information durch. Auch unsere Tourist Angels waren bereits zum fünften Mal in der Stadt im Einsatz, um den Gästen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Neu sind Freizeit-Gruppenanfragen der Serviceleistung des Erlebnisteam zugeordnet. Ausserdem zeichnet das Erlebnismangement für die Gesamtverantwortung des Buchungssystems TOMAS verantwortlich.

Zurück im Team ist mit Linda Geier eine ehemalige Praktikantin von St.Gallen-Bodensee Tourismus.

Dank grossem Einsatz, Fachkompetenz und einzigartigem Teamgeist hat das motivierte Schalterteam sein breites Aufgabenspektrum erfolgreich gestaltet.

2. Stadtführungen

Die Altstadt mit den fantastischen Erkern, dem UNESCO-Weltkulturerbe, der Stadtlounge sowie dem gesamten kulturellen Reichtum bieten wunderbare Voraussetzungen für unsere Stadtführungen. Im Geschäftsjahr 2018 wurden insgesamt 302 öf-



fentliche Rundgänge und 1'166 private Stadtführungen organisiert. So nahmen über 26'420 Personen an den traditionellen Altstadt-UNESCO-Führungen und den verschiedenen Themenführungen teil.

Es gibt kaum eine bessere Art, eine Stadt kennenzulernen, als die Teilnahme an einer Stadtführung. Unsere Guides sind die besten Botschafterinnen dafür. Mit Charme, Wissen und Empathie begleiten sie täglich Gäste aus aller Welt.

Dieses Jahr bereicherten vier neue Themenführungen unser Sortiment. Ganz im Zeichen der Bewegung stehen die eBike-Tour sowie die Stägestadt-Führung. Passend zum Motto der diesjährigen Museumsnacht wurde speziell eine Tatort-Führung mit düsteren Geschichten aus der Vergangenheit erarbeitet. In Zusammenarbeit mit dem Staatsarchiv ist die Führung «Zeitreise in den nördlichen Stiftsbezirk» entstanden. Alle neuen Angebote fanden auf Anhieb grossen Anklang. Die eBike-Tour führt die Teilnehmenden mühelos in weiter entfernte, interessante Gebiete der Stadt, die Tatortführung eignet sich bestens für einen Besuch am Abend und an der Zeitreise-Führung erfährt man allerlei Interessantes und nicht Alltägliches aus dem Staatsarchiv.

Ein weiteres Highlight zum 500-jährigen Jubiläum der Reformation war der Erlebnistag im Mai «Gasterei und Handwerk». St.Gallen-Bodensee Tourismus bot an diesem Tag kostenfreie Führungen zum Thema «Gasterei und Handwerk zur Zeit der Reformation» an. Auch zum UNESCO-Welterbetag im Juni wurden unentgeltliche Führungen zum Thema «Stift und Stadt» angeboten. Diese öffentlichen Rundgänge stiessen auf grosses Echo und waren sehr gut besucht.

Maria Zünd, eine langjährige Stadtführerin von St.Gallen-Bodensee Tourismus, hat das Team per Ende Mai verlassen. Ihr gebührt an dieser Stelle nochmals grosser Dank. Ebenfalls ein herzliches Dankeschön geht an alle anderen Stadtführerinnen und Tourist Angels für ihre hervorragende Leistung und ihr Engagement.

Zahlen und Fakten 2018 2017



Besucherzahl
Tourist Information:
76'639 74'577



Anzahl Stadtführungen
und Rundgänge:
1'468 1'512



Anzahl Teilnehmende
Stadtführungen
und Rundgänge:
ca. **26'424** 27'250



6. Erlebnismangement Rorschach

1. Tourist Information

2018 war für Rorschach ein sehr erfolgreiches Jahr geprägt von vielen abwechslungsreichen Anlässen und Angeboten. Wir begrüßten zahlreiche Radfahrer, die uns über den Bodenseeradweg erreichten. Ebenso besuchten uns viele Gäste mit den Schiffen, mit dem ÖV und zu Fuss. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Zahl der Gäste an der Tourist Information um 20 Prozent auf etwa 22'250 Besucher.

Äusserst beliebt sind die Erlebnisrundfahrten ab Rorschach nach Heiden und von Walzenhausen nach Rheineck, danach mit dem Schiff zurück nach Rorschach. Aufgrund des tiefen Wasserpegels im Sommer im Alten Rhein konnte die Strecke Rorschach – Rheineck – Rorschach ab dem 30. Juli bis Saisonende nicht mehr befahren werden.

Auch dieses Jahr wurden wieder zwei verschiedene Führungen durchgeführt, die Stadtführung Rorschach und die Themenführung «Kunst am See».

2. Events

Neben traditionellen Anlässen wie das Sandskulpturen Festival, Kultur im Pavillon, das Vespa-Treffen, die Coop Beachtour, das Stadtfest, die Jazz Night, Weihnachten in Rorschach und die Eisarena wurden dieses Jahr zum ersten Mal die Strandfestwochen durchgeführt. Diese waren dank toller Musik, Hafenbar, Stand Up Paddling am South Beach Classic und Wetterglück ein voller Erfolg. Zudem gelang ein Rekord. Eine Gruppe von Stand Up Paddlern überquerte den Bodensee an seiner breitesten Stelle zwischen Rorschach und Friedrichshafen in weniger als vier Stunden.

3. Erlebnisse und Ausstellungen

Dieses Jahr wurde zum 14. Mal der Carl Stürm Preis verliehen. Der Preis ging an vier Vereine aus Rorschach: Verein Weihnachten in Rorschach für seinen Advent auf dem Lindenplatz, Verein Zunft St.Nikolaus für seinen Klauszug, Verein Fondue am See und den Verein Netzwerk Rorschach für die Eisarena. Das Museum zum Kornhaus startete im März mit der Sonderausstellung «Bewegung».

Zahlen und Fakten 2018 2017



Besucherzahl
Tourist
Information:
ca. **22'250**
ca. 17'500



Anzahl
Stadtführungen:
18
19



Einnahmen aus Ticketverkäufen
SBB & SBS in CHF:
625'657 **235'800**
(SBB inkl. Swisspass) (SBS)
635'860 218'382





7. Netzwerk & Engagement

1. Netzwerk

International

- IBT Internationale Bodensee-Tourismus GmbH
- Bodensee Meeting
- Koordination der Projektgruppe «mice:lab»
- Vierländerregion-Projekt «Weinregion Bodensee»
- Vierländerregion-Projekt «Kirchen, Klöster und Konzil»

National

- Mitglied und Partner von Schweiz Tourismus
- Mitglied des Schweizer Tourismusverbandes
- Mitglied der World Heritage Experience Switzerland
- Verband Schweizer Tourismusmanager
- Mitglied Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB)
- Mitglied des Vereins Grand Tour of Switzerland (GToS)
- Revision Verein Grand Train Tour of Switzerland
- Mitglied bei ESB Marketing Netzwerk AG
- Mitglied bei Celebrationpoint
- Beirat STV
- Vorstand Fördergesellschaft IMP-HSG

Ostschweiz

- Einsitz im Vorstand Ostschweiz Tourismus
- Einsitz im Steuerungsausschuss und der Arbeitsgruppe Rheintalwein
- Mitglied und Revision bei Verein Culinarium
- Koordination der Mitgliedschaft SCIB Ostschweiz
- Mitglied der Geschäftsführerkonferenz Ostschweiz

Die weiteren Mitglieder sind:

- Appenzellerland Tourismus AR, Heiden
- Appenzellerland Tourismus AI, Appenzell
- Heidiland Tourismus AG, Bad Ragaz
- Liechtenstein Marketing, Vaduz
- Schaffhauserland Tourismus, SH
- Thurgau Tourismus, Amriswil
- Toggenburg Tourismus, Wildhaus
- Zürichsee Tourismus, Rapperswil

Kanton St.Gallen

Im Rahmen der kantonalen Tourismusförderung arbeitet St.Gallen-Bodensee Tourismus in verschiedenen Arbeitsgruppen mit und ist Mitglied des neuen Tourismusrats.

St.Gallen-Bodensee

- Vorstand Hotels St.Gallen-Bodensee
- Verwaltungsrat der Swiss Casinos AG
- Vorstand und Ausschuss Textilland
- Mitglied Verkehrsverein Altenrhein
- Vorstand Volkshochschule Rorschach und Umgebung
- Mitglied Netzwerk Rorschach



Stadt St.Gallen

- Beirat Olma Messen
- Vorstand des Vereins UNESCO-Weltkulturerbe sowie Fachgruppe Vermittlung
- Einsitz in der Museumsplattform Stadt St.Gallen
- Leitung Massnahmenfeld «Touristische Aktivitäten und Angebote» im Rahmen des Projekts «Zukunft Innenstadt»
- Vorstand Sternenstadt St.Gallen
- Leitung der ARGE Kongress
- Einsitz im Vorstand der IG Wirtschaft
- Mitglied Pro City St.Gallen

Der Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus setzt sich aus Vertretern der öffentlichen Hand und der wichtigsten Verbände und Institutionen zusammen. Sie bilden zusammen ein Netzwerk, welches die Interessen der Mitglieder gegen aussen vertritt und Beziehungen zu verschiedenen Institutionen und Verbänden im In- und Ausland unterhält.

2. Mitgliederwesen

Auch im 2018 durfte St.Gallen-Bodensee Tourismus auf die Unterstützung zahlreicher Mitglieder und Partner zählen.

Mitglieder	Anzahl 2018	Anzahl 2017
Gemeinden, Stadt und Kanton	37	25
Unterkünfte (Hotels, Ferienwohnungen/B&B, Gruppenunterkünfte)	96	100
Gastronomiebetriebe	65	66
Kulturelle Betriebe	23	24
Detailhandel und Drittbranchen	165	172
Privatpersonen	28	29
Total Mitglieder	414	416



8. Statistiken

Ankünfte und Logiernächte der Destination St.Gallen-Bodensee
in Hotel- und Kurbetrieben

	Stadt St.Gallen		Rheintal		Rorschach/ R'berg		übrige Gemeinden		Total		Veränderung Destination SGBT
	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	
1)	135376	133 098	25 761	25 778*	25 152	22 759	52 148	51 868	238 437	233 503	2.10 %
2)	247 478	246 559	57 549	61 720*	39 481	35 857	90 302	92 034	434 810	436 170	-0.30 %

1) **Ankünfte** 2) **Logiernächte** *Erhebung wegen eines Eingabefehlers bei einem Beherberger zu hoch.

Häufigste Herkunftsländer der Gäste der Destination St.Gallen-Bodensee
Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben

Herkunftsland	LN in Hotel-/Kurbetrieben				Veränderung LN 2018 vs 2017 in %
	2018	2017	2016	2015	
Schweiz	244 557	245 966	222 592	191 782	-0,6%
Deutschland	77 985	77 129	68 859	70 411	1.1%
Österreich	12 970	16 277	10 717	11 687	-20.3%
Italien	10 943	10 938	9 880	8 445	0.0%
Benelux	6 263	6 819	7 662	6 518	-8.0%
Vereinigtes Königreich	6 144	6 093	6 002	6 454	0.8%
Skandinavien	6 074	5 484	4 293	4 449	10.8 %
Frankreich	5 946	5 628	5 639	5 044	5.7%
Spanien und Portugal	4 137	3 363	3 067	2 573	23.0%
Übriges Europa	22 270	20 975	20 140	18 132	6.1%
Europa Total	397 289	398 672	358 851	325 495	-0.4%
Vereinigte Staaten / USA	9 114	8 859	8 571	7 817	2.9%
China (mit HKG)	6 310	7 966	6 048	6 589	-20.8%
SEA*	2 861	3 830	3 637	3 005	-25.3%
Korea	2 311	1 652	784	679	39.9%
Japan	1 966	3 073	2 519	1 872	-36.0%
Ausland total	190 253	190 204	168 536	165 787	0.0%
Gesamttotal	434 810	436 170	391 128	357 569	-0.3%

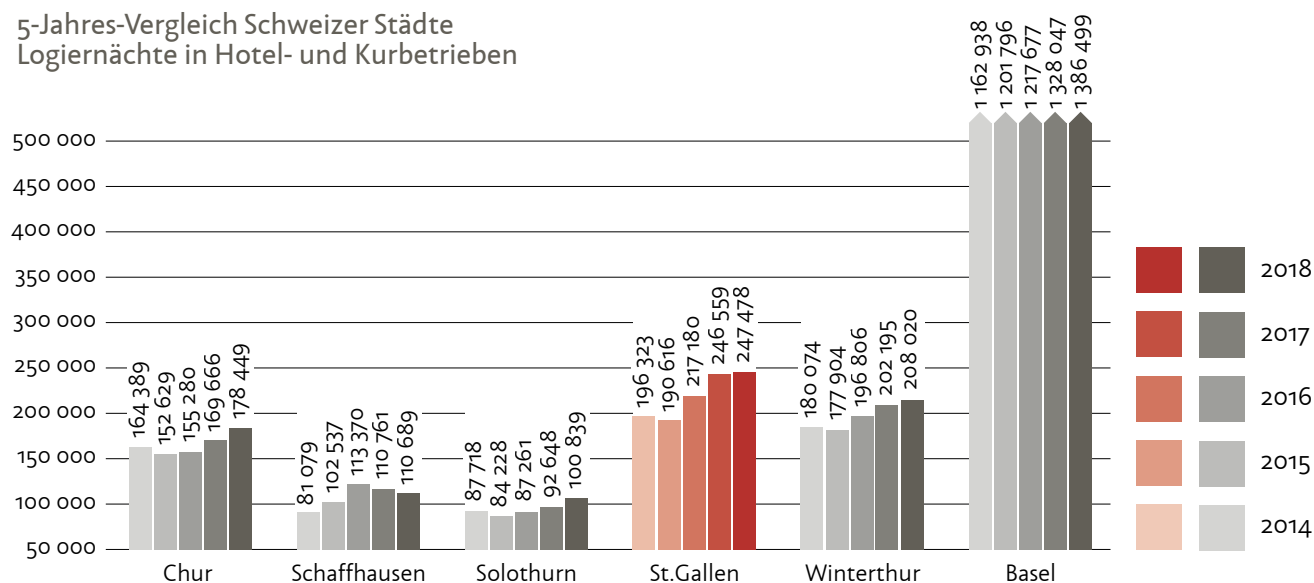
* Übriges Süd- und Ostasien, Thailand, Singapur, Malaysia, Philippinen, Indonesien



Ankünfte und Logiernächte Campingplätze in der
Destination St.Gallen-Bodensee (ohne Dauermietplätze)

	2018	2017
Anzahl Betriebe	11	11
Ankünfte	6 389	4 203
Logiernächte	16 019	12 526

5-Jahres-Vergleich Schweizer Städte Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben



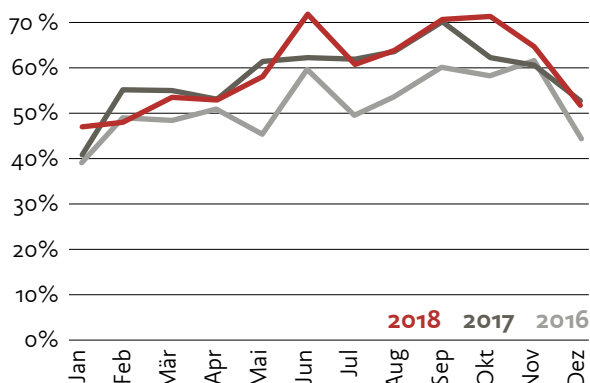
Frequenzzahlen Tagestourismus

	2018	2017
Museen	160 828	148 747
Stiftsbibliothek	139 370	134 625
Openair St. Gallen	100 000	107 000
davon Nachtschwärmer	18 000	20 000
Olma Messen St. Gallen	741 779	713 069
Swiss Casinos St. Gallen	183 501	186 515
Bäderlandschaft Säntispark	880 000	1 060 000

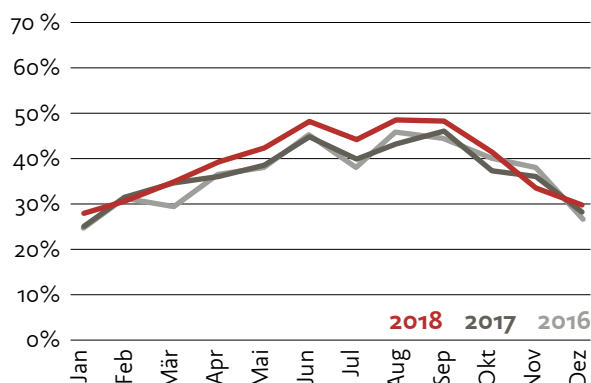
	2018	2017
Abenteuerland Walter Zoo	280 323	225 015
Bodensee Schifffahrtsbetriebe (Anzahl Ausstiege in Rorschach)	30 724	35 389
Forum Würth Rorschach	59 871	59 817
Maestrani Chocolarium	130 000	–
Konzert und Theater St. Gallen		
Konzert	17/18 26 868	16/17 20 186
Theater	17/18 118 843	16/17 113 360
St. Galler Festspiele	10 029	9 058



Nettozimmerauslastung in der Hotellerie der Stadt St. Gallen



Nettozimmerauslastung in der Hotellerie im restlichen Teil der Destination St. Gallen-Bodensee



Perimeterstand 2016



9. Jahresabschluss

9.1 Bilanz

	31.12.2018	31.12.2017
	CHF	CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	839 810.15	489 818.08
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	186 142.36	285 149.59
Andere kurzfristige Forderungen	59 711.02	34 794.62
Vorräte	26 058.50	24 570.50
Aktive Rechnungsabgrenzungen	31 675.10	11 394.45
	1 143 397.13	845 727.24
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	200 002.00	200 002.00
	200 002.00	200 002.00
Total Aktiven	1 343 399.13	1 045 729.24
Passiven		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	220 628.37	173 751.29
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	79 395.85	37 205.99
Passive Rechnungsabgrenzungen	185 893.00	189 196.91
kurzfristige Rückstellungen	30 000.00	34 000.00
	515 917.22	434 154.19
Langfristiges Fremdkapital		
Rückstellungen	282 197.50	190 197.50
	282 197.50	190 197.50
Fondskapital zweckgebunden		
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierungen	400 000.00	300 000.00
	400 000.00	300 000.00
Eigenkapital		
Vereinskapital	121 377.55	89 311.94
Jahresgewinn / -verlust	23 906.86	32 065.61
	145 284.41	121 377.55
Total Passiven	1 343 399.13	1 045 729.24

9.2 Betriebs-
rechnung

	2018	2017
	CHF	CHF
Betriebsertrag		
Ertrag aus Beiträgen		
Kanton St.Gallen	545 000.00	545 000.00
Städte St.Gallen & Rorschach	945 000.00	515 000.00
Politische Gemeinden (ab 2018 inkl. Verein SG Rheintal)	84 250.00	67 750.00
Mitgliederbeiträge	159 758.00	160 748.00
	1 734 008.00	1 288 498.00
Ertrag aus erbrachten Leistungen		
Gasttaxen	1 032 479.25	740 879.38
Sponsorenbeiträge	577 730.00	590 105.00
Ertrag aus Dienstleistungen	824 537.87	885 746.22
Andere betriebliche Erträge	186 525.56	199 626.68
	2 621 272.68	2 416 357.28
Total Erträge	4 355 280.68	3 704 855.28
Aufwand für Waren und Dritteleistungen		
Wareneinkauf und Dritteleistungen (Dienstleistungen)	-477 554.74	-217 431.57
Stadtführungen / Stadtrundgänge	-46 302.38	-43 223.64
	-523 857.12	-260 655.21
Bruttoergebnis	3 831 423.56	3 444 200.07
Betriebsaufwand		
Personalaufwand		
Lohnaufwand	-1 577 076.60	-1 518 564.15
Sozialversicherungsaufwand	-256 223.95	-255 058.10
Übriger Personalaufwand	-45 563.90	-57 398.45
	-1 878 864.45	-1 831 020.70

9.2 Betriebs-
rechnung

	2018	2017
	CHF	CHF
Sonstiger Betriebsaufwand		
Raumaufwand	-209 950.02	-207 087.39
Unterhalt / Reparaturen / Ersatz	-15 271.78	-1 884.92
Sachversicherungen / Abgaben / Gebühren / Bewilligungen	-6 580.39	-5 351.08
Energie- und Entsorgungsaufwand	-7 083.25	-7 948.43
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-423 599.26	-390 133.10
Werbeaufwand	-1 055 147.65	-967 647.12
Übriger Betriebsaufwand	-73 947.79	-47 244.83
	-1 791 580.14	-1 627 296.87
Total Betriebsaufwand	-3 670 444.59	-3 458 317.57
Betriebsergebnis	160 978.97	-14 117.50
Finanzerfolg		
Finanzertrag	71 031.99	91 676.89
Finanzaufwand	-8 104.10	-6 679.19
	62 927.89	84 997.70
Ausserordentlicher Erfolg		
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	1 185.41
Ausserordentlicher Aufwand	-200 000.00	-40 000.00
	-200 000.00	-38 814.59
Jahresgewinn / -verlust	23 906.86	32 065.61

9.3 Anhang zur Jahresrechnung

1. Bewertungsgrundsätze

Die für die vorliegende Jahresrechnung angewendeten Grundsätze der Rechnungslegung erfüllen die Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts. Die Abschlusspositionen sind wie nachstehend bilanziert.

Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel umfassen Kassabestände, Post- und Bankguthaben. Sie werden zu Nominalwerten ausgewiesen. Bestände in Fremdwährungen werden zum Stichtagskurs umgerechnet.

Forderungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die anderen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Auf den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird eine pauschale Wertberichtigung vorgenommen.

Vorräte

Die Vorräte umfassen Reise-, Geschenk- und Einkaufsgutscheine sowie Parkkarten und Souvenirs. Sie sind zu aktuellen Einkaufspreisen bewertet.

Aktive und Passive Rechnungsabgrenzungen

Diese umfassen die aus der sachlichen und zeitlichen Abgrenzung der einzelnen Aufwand- und Ertragspositionen resultierenden Posten. Die Bewertung erfolgt zum Nominalwert.

Finanzanlagen

Finanzanlagen werden höchstens zu Anschaffungskosten, abzüglich notwendiger Wertberichtigungen, bilanziert.

Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die anderen kurzfristigen Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten bilanziert.

Rückstellungen

Rückstellungen werden vorgenommen, wenn ein vergangenes Ereignis zu einer gegenwärtigen Verpflichtung geführt hat, ein Mittelabfluss wahrscheinlich ist und dieser zuverlässig bemessen werden kann.

Zweckgebundenes Fondskapital

Dieser Fonds dient zur Finanzierung von Projekten mit touristischer Relevanz.

Eigenkapital

Das ursprüngliche Vereinskaptal stammt aus der Integration des Verkehrsvereins der Stadt St.Gallen in die Destination St.Gallen-Bodensee vom 17. Mai 1999. Die Jahresergebnisse werden mit dem Vereinskaptal verrechnet.

2. Erläuterungen zur Jahresrechnung

	31.12.2018	31.12.2017
	CHF	CHF
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Offene Debitorenrechnungen	206 237.96	312 806.89
Kreditkartenguthaben, übrige Guthaben	904.40	2 342.70
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)	207 142.36	315 149.59
./.. Pauschale Wertberichtigung	-21 000.00	-30 000.00
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)	186 142.36	285 149.59
Andere kurzfristige Forderungen		
Verrechnungssteuer	56 615.90	31 898.90
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	0.00	0.00
Frankiermaschine	3 095.12	2 895.72
Total andere kurzfristige Forderungen	59 711.02	34 794.62
Anlagevermögen (Finanzanlagen)		
Aktien	180 002.00	180 002.00
Anteilscheine	20 000.00	20 000.00
Total Anlagevermögen (Finanzanlagen)	200 002.00	200 002.00
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Offene Kreditorenrechnungen	220 074.99	173 193.79
Anzahlungen / Doppelzahlungen von Kunden	553.38	557.50
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	220 628.37	173 751.29
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten		
Mehrwertsteuer	24 669.35	13 125.69
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	3 915.50	4 160.65
Verbindlichkeiten ggü. der Pensionskasse Stadt St.Gallen	19 264.40	15 750.65
Verbindlichkeiten aus Vorverkäufen / übrige Verbindlichkeiten	31 546.60	4 169.00
Total andere kurzfristige Verbindlichkeiten	79 395.85	37 205.99

9.3 Anhang zur
Jahresrechnung

	31.12.2018	31.12.2017
	CHF	CHF
Kurzfristige Rückstellung für Ferien und Überzeit		
Bestand per 1.1.	34 000.00	25 000.00
Zuweisungen	0.00	9 000.00
Verwendungen	-4 000.00	0.00
Bestand per 31.12.	30 000.00	34 000.00
Langfristige Rückstellung für Informatikprojekte		
Bestand per 1.1.	40 000.00	0.00
Zuweisungen	0.00	40 000.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	40 000.00	40 000.00
Langfristige Rückstellung für Umbau Büro		
Bestand per 1.1.	0.00	0.00
Zuweisungen	100 000.00	0.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	100 000.00	0.00
Langfristige Rückstellung für Kongressmanagement		
Bestand per 1.1.	142 197.50	142 197.50
Zuweisungen	0.00	0.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	142 197.50	142 197.50
Langfristige Rückstellung für Pensionskasse		
Bestand per 1.1.	8 000.00	0.00
Zuweisungen	0.00	8 000.00
Verwendungen	-8 000.00	0.00
Bestand per 31.12.	0.00	8 000.00
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierung		
Bestand per 1.1.	300 000.00	300 000.00
Zuweisungen	100 000.00	0.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	400 000.00	300 000.00
Ausserordentlicher Aufwand		
Rückstellung für Informatikprojekte	0.00	40 000.00
Rückstellung für Umbau Büro Parterre	100 000.00	0.00
Rückstellung Integrierte Stadtvermarktung	50 000.00	0.00
Rückstellung Projekte (Eventplattform / Gruppenbuchungstool / Fernradweg)	50 000.00	0.00
Total ausserordentlicher Aufwand	200 000.00	40 000.00



9.3 Anhang zur Jahresrechnung

3. Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.

4. Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten

	31.12.2018	31.12.2017
Kopiergeräte	5 393.93	9 362.80

5. Weitere vom Gesetz verlangte Angaben

SGBT hat für die Geschäftsräumlichkeiten an der Bankgasse 9 einen Mietvertrag mit einer festen Mietdauer von 10 Jahren (Beginn 1.4.2015) abgeschlossen.

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision an die Vereinsversammlung von St.Gallen-Bodensee Tourismus, St.Gallen

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) von St.Gallen-Bodensee Tourismus für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Prüfung sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Finanzkontrolle der Stadt St.Gallen

J. Schnider	H. Bürgler
Revisionsexperte	Revisionsexperte
Leitender Revisor	

St.Gallen, 26. Februar 2019

Beilagen:

Jahresrechnung 2018 bestehend aus:

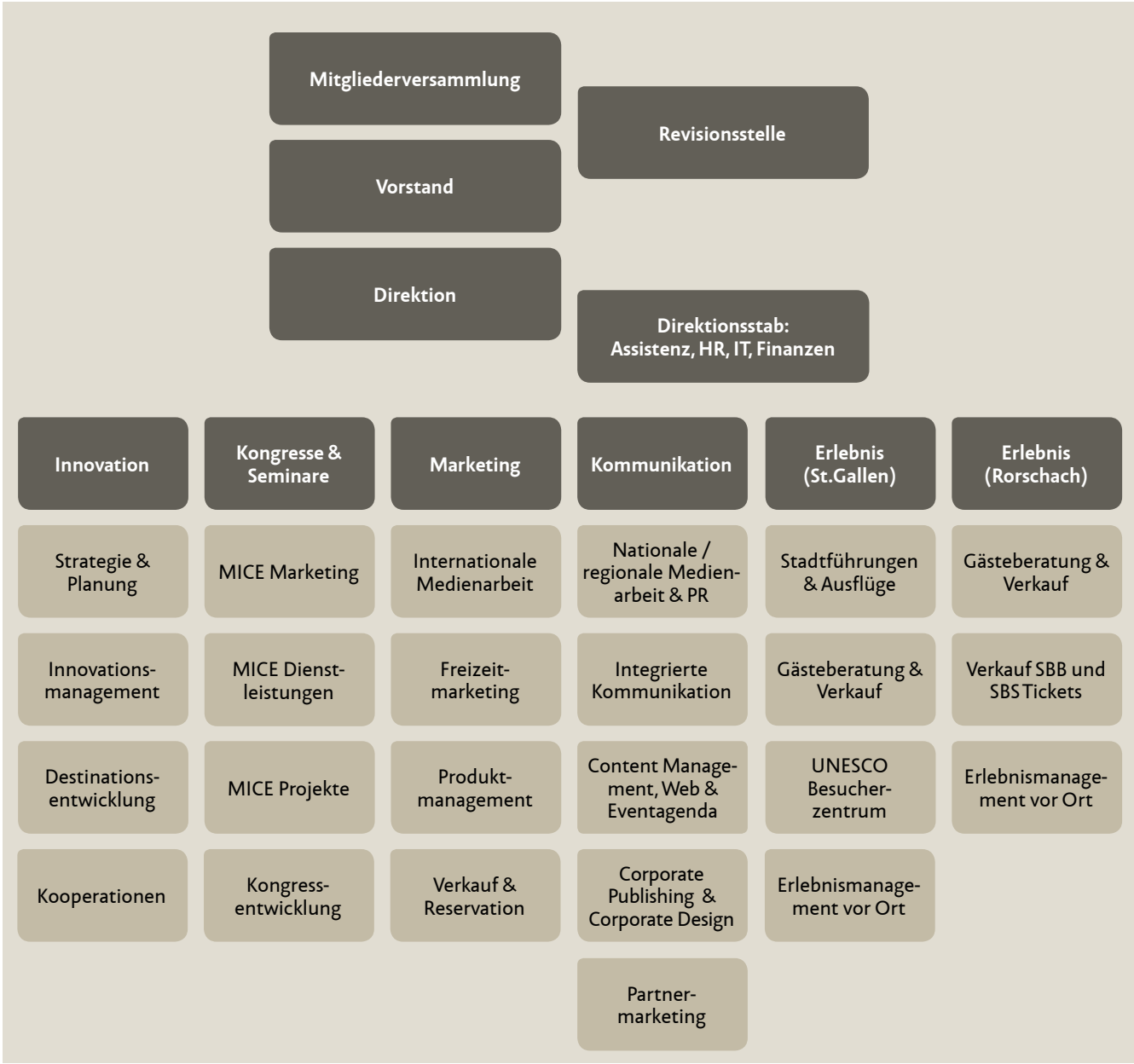
- Bilanz
- Erfolgsrechnung
- Anhang



11. Organisation

Zweck
 «St.Gallen-Bodensee Tourismus fördert den Tourismus im Vereinsgebiet und wahrt dessen Interessen gegenüber Leistungsträgern sowie Organisationen mit ähnlichen Zielsetzungen.»

Aufgabenprofil St.Gallen-Bodensee Tourismus



12. Organe

Vorstand



Präsident
Markus Isenrich

Verwaltungsratspräsident der acrevis Bank AG, St.Gallen
Seit 2014 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Präsident der Berufsfachschulkommission am Berufs- und Weiterbildungszentrum für Gesundheits- und Sozialberufe, St.Gallen
- Handelsrichter am Handelsgericht St.Gallen
- Präsident Wildparkgesellschaft Peter und Paul



Bruno Hensler

Verwaltungsdirektor Universität St.Gallen
Seit 2018 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus



Vizepräsident
Thomas Scheitlin

Stadtpräsident St.Gallen
Seit 2007 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Kantonsrat
- Verwaltungsratspräsident Olma Messen St.Gallen
- Universitätsrat HSG



Nicolò Paganini

Direktor Olma Messen St.Gallen
Seit 2015 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Nationalrat
- Verwaltungskommission Pensionskasse Stadt St.Gallen
- Verwaltungsrat Klinik Gais AG



Vizepräsident
Thomas Müller

Stadtpräsident Rorschach
Seit 2004 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Nationalrat



Katrin Meier

Leiterin Amt für Kultur des Kantons St.Gallen
Seit 2015 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Stiftungsrätin Lokremise St.Gallen, Schloss Werdenberg



Karin Bischoff

Couturière und Modeunternehmerin
Seit 2015 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Inhaberin «Die Manufaktur GmbH»
- Präsidentin «SWISSMODE Verband Bekleidung Schweiz»
- Verwaltungsrätin «Bischoff Holding AG»



Walter Tobler

Geschäftsführer diverser Restaurantbetriebe
Seit 2016 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Verwaltungsratspräsident huus-braui ag
- Präsident Gastro St.Gallen



Andreas Deuber

Leiter Institut für Tourismus und Freizeit an der HTW Chur.
Seit 2018 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Mitglied des Joint Management Committee mit der Shanghai University of Engineering Science
- Mitglied des Steuerungsausschusses Campus Tourismus Graubünden



Michael Vogt

General Manager Einstein St.Gallen
Seit 2018 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Präsident Hotels St.Gallen-Bodensee
- Vorstand Hotellerie Ostschweiz

Revisionsstelle

- Finanzkontrolle der Stadt St.Gallen



13. Team

Direktion ▶



Thomas Kirchhofer*
Direktor (100%)



Ariana Krizko
Direktions-
assistentin und
Personal (100%)



Andrea Bieri
Sachbearbeiterin
Finanzen (90%)



Bettina Güntensperger*
Co-Leiterin
Convention
(50%)



Marion Azzato
Co-Leiterin
Convention
(50%)



Anja Geiger
Projektleiterin
Operating &
Marketing
(100%)

St.Gallen-Bodensee Convention ▶

Marketing & Kommunikation ▶



Anja Sachse
Projektleiterin
Operating &
Sales (100%)



Tobias Treichler*
Vizedirektor /
Leiter Marketing
& Kommunikation
(100%)



Andrea Federer
Marketing-
assistentin
(100%)



Alexander Kuhn
Projektleiter
Kommunikation
PR & Medien-
arbeit (100%)



Nicole Berger
Projektleiterin
Print & Online
(60%)



Alisa Haag
Experience
Managerin
(100%)

Erlebnismangement St.Gallen ▶



Caroline Grob*
Leiterin Erlebnis-
management
St.Gallen (80%)



Daniela Fries
Sachbearbeiterin
(100% / 60%)



Marco Hermann
Sachbearbeiter
(80%)



Sabrina Niederer
Sachbearbeiterin
(80%)
April bis Oktober



Karin Etterlin
Sachbearbeiterin
(60%)

Erlebnismangement Rorschach ▶



Fabia Martinetti*
Leiterin Erlebnis-
management
Rorschach (50%)



Claudia Büchler
Sachbearbeiterin
(35%)



Jacqueline Eugster
Sachbearbeiterin
(35%)



Alea Veran
Sachbearbeiterin
(40%)

Lernende und PraktikantInnen ▶



Malsore Zenuni
Lernende
(100%)



Moritz Nägeli
Praktikant
(100%)



Nadine Richoz
Praktikantin
(100%)



Anja Fritsche
Praktikantin
(100%)

* Mitglieder der Geschäftsleitung

Anzahl Vollzeitstellen per
1. Januar 2018: 18.6
(davon 1 Lernende, 2 PraktikantInnen)

Anzahl Vollzeitstellen per
1. Januar 2019: 19.9
(davon 1 Lernende, 2 PraktikantInnen)

Stadtführerinnen



Auf der Treppe von links nach rechts: Christine Kundert, Monika Raschle, Cristina Duttweiler, Antoinette Corciulo, Susan Widrig und Enza Barra.

Von links nach rechts hinten: Erika Akermann und Haigui Liu Resenterra.

Von links nach rechts vorne: Verena Plassard, Christa Nüesch, Ursula Dommann, Yvonne Herold, Claudia Schneider, Ulrike Brülisauer, Katrin Paganini, Jennifer Deuel.

Auf dem Bild fehlen: Claudia Macht, Juliane Henneberger, Yukari Keller.



Gratis spielen, 10'000 CHF und
grosser Jackpot zu gewinnen.
Unterhaltung mit DJ/Live Music.

Gambling Night
CASINO  ST. GALLEN