



JAHRESBERICHT 2021

St.Gallen-Bodensee Tourismus

st.gallen-bodensee.ch


St.GallenBodensee
entdecken erleben wissen

Inhaltsverzeichnis

1. Geschäftsjahr im Rückblick	4
2. Business Development	6
3. St.Gallen Convention Bureau	8
4. Marketing & Customer Experience	10
5. Partnermanagement	14
6. Statistiken	16
7. Jahresabschluss (Bilanz / Betriebsrechnung / Anhang zur Jahresrechnung)	18
8. Revisionsbericht	25
9. Organisation	26
10. Organe	28
11. Team	29
12. Unsere Guides	30

Impressum

Herausgeber:
St.Gallen-Bodensee Tourismus
Bankgasse 9, 9001 St. Gallen

Druck:
Ostschweiz Druck AG
Hofstetstrasse 14, 9300 Wittenbach SG

Bildnachweise:

Titelseite: Schweiz Tourismus
Seite 5: Burg Neu-Altstätten, Thomas Egger
Seite 9: Roter Platz, Silvano Zeiter
Seite 10: PADL Bodensee, Dimitri Damljanovic
Seite 12: Stadtführung «Lust und Laster», Thomas Egger
Seite 14: Broderbrunnen (Textilweg), Anna Tina Eberhard
Seite 26: Standortförderung Stadt St.Gallen
Seite 30: Unsere Guides, Foto Lautenschlager

1. GESCHÄFTSJAHR IM RÜCKBLICK



Markus Isenrich
Präsident

Werteskala überdenken

In der Destination St.Gallen-Bodensee wurden verschiedene Tourismussektoren, insbesondere der Städtetourismus und die davon abhängenden Anbieter aus Hotellerie, Kultur, Veranstaltungen, Gastronomie, Shopping usw. durch die Covid-19-Krise stärker getroffen, als in den Nachbardestinationen. Die Nachfrage lag während der Pandemie zum Teil bis 70% unter dem Vor-Corona-Niveau und Teile des Freizeit- und Kulturangebots unterlagen faktisch einem einjährigen Berufsverbot. Es ist zu hoffen, dass die Pandemie in den nächsten Monaten überwunden wird und eine Normalisierung spätestens ab 2022 einsetzt. Die Pandemie hat uns gelehrt, die Dinge im geschäftlichen wie auch im privaten Bereich neu zu betrachten und unsere Werteskala zu überdenken. Ein neues Wir-Gefühl zeichnet uns aus. Innovation und Nachhaltigkeit sind die Leitsterne der neuen, anzustrebenden Normalität. Dank proaktivem Engagement werden wir die wirtschaftlichen Einbussen wieder wettmachen und die Region in eine neue touristische Zukunft führen.

«Innovation und Nachhaltigkeit sind die Leitsterne der neuen, anzustrebenden Normalität.»

Die Hotellerie verzeichnete in der gesamten Destination insgesamt 374'544 Logiernächte (+30.3% / +86'996 Logiernächte gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode). 111'928 Logiernächte gingen auf das Konto der ausländischen Gäste (+35.2% / +29'139). Die inländischen Gäste generierten 262'616 Logiernächte (+28.3% / +57'857). Verglichen mit dem schweizweiten Durchschnitt stehen wir um ca. 6 Prozentpunkte besser da. Die Gewinner sind das Rheintal +53.0% und die Stadt St.Gallen mit +28.7%. Die Region Rorschach hat mit +23.4% ebenfalls einen Aufschwung zu verzeichnen.

Finanzielle Entwicklung

Der strikte Sparkurs aus dem Vorjahr wurde auch im Berichtsjahr 2021 weiter verfolgt. Um auf der sicheren Seite zu sein, bevorzugten wir eine defensive Planung der Ertragsbudgets. Die Logiernächteentwicklung war

mit rund 30% Plus gegenüber dem Vorjahr (Minus 13.5% gegenüber 2019) jedoch deutlich besser, als im Forecast berechnet. Die einschneidenden Massnahmen beim Betriebsaufwand legten die Basis für ein positives Jahresergebnis. Dieses wurde letztendlich auch dank den Unterstützungsbeiträgen von Bund und dem Kanton St.Gallen über insgesamt CHF 200'000.- möglich. An dieser Stelle sei dafür ein herzliches

«Die Logiernächteentwicklung war gegenüber dem Vorjahr jedoch deutlich besser als im Forecast berechnet.»

Dankeschön ausgesprochen. Die Rechnung schliesst mit einem Jahresgewinn von CHF 13'500.-.

Veränderungen im Vorstand

Aufgrund der Übernahme des Amtes als Präsidentin der Ortsbürgergemeinde St.Gallen schied Katrin Meier per Februar 2021 aus dem Vorstand aus. Sie war seit 2015 im Gremium und gestaltete die Strategiearbeit und Vorstandsgeschäfte mit frischen Ideen zielgerichtet mit. Wir danken von Herzen für die freundschaftliche Zusammenarbeit zum Wohle des St.Galler Tourismus und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit über die Ortsbürgergemeinde. Nachdem per Ende 2020 die beiden Stadtpräsidenten Thomas Scheitlin und Thomas Müller in den Ruhestand getreten sind, haben sich im Berichtsjahr die neu gewählten Maria Pappa für die Stadt St.Gallen und Robert Raths für die Stadt Rorschach aktiv im Vorstand eingebracht und gut eingelebt.

Gemeinsam sind wir stark

Vergangenes Jahr mit der sehr unberechenbaren Pandemieentwicklung machte eines deutlich: Gemeinsames Handeln ist das Gebot der Stunde. Die Krisensituation führte dazu, dass die Branche erfolgreich zusammengerückt ist und sich Hand in Hand den Herausforderungen gestellt hat. Wir sind dankbar, dass Sie, geschätzte Mitglieder und Partner, in diesen herausfordernden Zeiten an unserer Seite sind. Ihnen allen gebührt ein grosser Dank, ebenso wie allen Mitarbei-

tenden, den Vorstandsmitgliedern sowie allen involvierten Gremien und Behördenmitgliedern.

«Wir sind dankbar, dass Sie, geschätzte Mitglieder und Partner, in diesen herausfordernden Zeiten an unserer Seite sind.»

Thomas Kirchofer
Direktor





2. BUSINESS DEVELOPMENT

«Die Corona-Pandemie: Treiber von Veränderung und Chancen zur Innovation.»

Bedeutung des Tourismus für die Region

Die Abhängigkeit vom und die Wertschöpfung durch den Tourismus ist erheblich. Beleg hierfür sind über 500 Tourismusbetriebe, die über unsere Organisation koordiniert werden. Über 2'500 Menschen sind in unserer Tourismuswirtschaft beschäftigt. Daraus resultieren etwa 180 Millionen Franken Jahresumsatz sowie ein entsprechend Vielfaches an Steuereinnahmen. Gerade in der aktuellen Corona-Pandemie wird deutlich: Durch die Verzweigungen der Wertschöpfungsketten der Tourismuswirtschaft mit anderen Bereichen wie dem Detailhandel, der Transportbranche, der Hotellerie und Gastronomie, der Messe-, Kongress- und Seminarbranche oder der Kultur entstehen Wechselwirkungen und gegenseitige Abhängigkeiten in Grössenordnungen, die weit über die Einzelbedeutung des Tourismus hinausgehen. Insofern ist die Tourismuswirtschaft durchaus auch eine Schlüsselbranche für unsere Region. Insbesondere wegen des sehr bedeutsamen Geschäftstourismus.

Die Entwicklungstreiber der aktuellen Lage im Tourismusgeschäft

Im Berichtsjahr 2021 hat St.Gallen-Bodensee Tourismus die Entwicklungstreiber, siehe Aufstellung, genau analysiert und für die operativen Geschäfte drei Schwerpunkte definiert.

1. Nachhaltige Tourismusentwicklung
2. Investition in digitale Prozesse (mehr dazu auf Seite 10/11)
3. Neues, schlagkräftiges Partnermanagement (mehr dazu auf Seite 14/15)

Darüber hinaus wurde von Vorstand und Geschäftsführung eine weitere, wichtige Entscheidung getroffen. Um auf die neuen Herausforderungen optimal vorbereitet zu sein, haben wir im November eine grundlegende Überarbeitung der touristischen Standortstrategie angestossen. Leistungsanbieter, Verbände, Organisationen sowie Vertreter aus Einzelhandel, Kultur, Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft

werden in einen gemeinsamen Strategieprozess eingebunden. Bis Mitte 2022 werden die touristische Positionierung, die Kooperationslogik und das Geschäftsmodell unserer Organisation überarbeitet und zur Umsetzung bereitstehen.

Entwicklungstreiber im Tourismusgeschäft

- Reisetypen (Business, Leisure) vermischen sich
- Trend zu mehr «Purpose» in der Reiseentscheidung (Verwesentlichung)
- weiterhin mehr Gäste im Segment «Silver Society»
- Gesundheitstourismus, Trend zu Bewegung
- die Zahlungsbereitschaft der Gäste verändert sich positiv
- Raum ist Wert
- Resonanz ist gefragt, d.h. die kritische Auseinandersetzung mit der Beschleunigungsgesellschaft
- Klimawandel, Ressourcenverknappung gewinnen an Bedeutung
- ein nachhaltiger Lebensstil ist gefragt
- Short Breaks und Tagestourismus sind im Trend
- die Digitalisierung beschleunigt sich weiter
- die Kommunikationsmuster und Informationstechnologien entwickeln sich rasant
- gesteigerter Bedarf an angebotsorientiertem Projektmanagement
- mehr Nähe und Unterstützungsleistungen für die Branchenpartner

Nachhaltige Tourismusentwicklung

St.Gallen hat das Potential, als eine der nachhaltigsten Reisedestinationen im Bodensee-raum auf der «Bucket List» der nationalen und internationalen Gäste wahrgenommen zu werden.

Wir haben das vergangene Jahr genutzt, um in diesem Bereich entscheidende Fortschritte zu machen und haben uns gleich zwei Nachhaltigkeitschecks unterzogen. Als Erstes sei das Nachhaltigkeitsprogramm

«Wir möchten die nächsten Jahre nutzen, um in Nachhaltigkeits-themen ganz vorne mitmischen zu können. Unsere Ausgangslage ist gut und unser Potential dafür riesig!»

Swisstainable von Schweiz Tourismus genannt. Hierbei handelt es sich um ein nationales Programm, welches zwölf verschiedene Aspekte beleuchtet und jedem Tourismusbetrieb zu empfehlen ist. Basierend auf der Selbstanalyse wurden Massnahmen zur Behebung von Schwachstellen oder zur Profilierung des Betriebs festgelegt. Aufgrund bereits getätigter Nachhaltigkeitsbestrebungen und der fortlaufenden Weiterentwicklung ist unsere Organisation seit Ende November 2021 stolzer Inhaber des Levels II engaged.

Des Weiteren figuriert St.Gallen-Bodensee Tourismus seit 2021 zusammen mit 73 weiteren europäischen Destinationen auf der Liste des GDS-Index und ist damit Partner vom Global Destination Sustainability Movement. Dies ist ein Leistungssteigerungsprogramm, um den Geschäfts- und Freizeit-tourismus nachhaltiger zu gestalten. In einer gemeinsamen Anstrengung unterstützt es Destination Management Organisationen und Kongressbüros dabei, verantwortungsvolle und regenerative Praktiken zu übernehmen, zu fördern und anzuerkennen. Dabei werden vier Schlüsselbereiche bewertet, welche für die Nachhaltigkeitsleistung eines Reiseziels von entscheidender Bedeutung sind: Umweltstrategie und Infrastruktur, soziale Nachhaltigkeitsleistung, Leistungen der Zulieferer sowie die Strategie und Initiativen der Destination Management Organisation. Hierfür wurden bei SGBT seit Frühling 2021 bis Herbst 2021 umfangreiche Daten gesammelt. Das Ranking deckt den grossen Handlungsbedarf auf und motiviert, künftig mehr in diesen Bereich zu investieren. Von den 73 Destinationen figuriert der Standort St.Gallen noch weit hinten in der Rangliste.

Zu guter Letzt haben wir ebenfalls im 2021 eine Zusammenarbeit mit der Stiftung myclimate unter dem Projekt «Cause We Care» gestartet. Hierbei hat der Kunde die Möglichkeit, CO₂-Emissionen, welche sich nicht

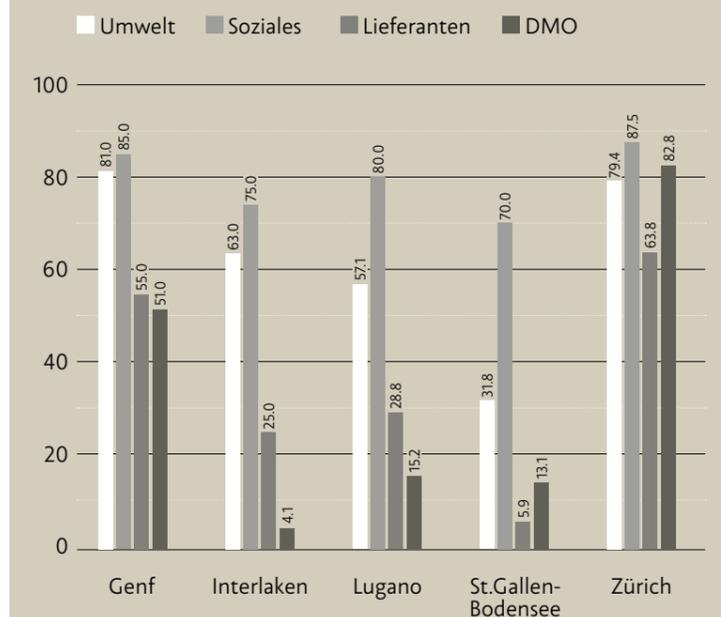
komplett vermeiden lassen, durch myclimate Klimaschutzprojekte auszugleichen. Dafür leistet er einen freiwilligen Klimaschutzbeitrag zum gebuchten Erlebnis. Die Kompensations-Gelder werden für interne oder externe Klimaschutzprojekte eingesetzt.

Die Mission, touristische Angebote für alle zugänglich zu machen, beschäftigt St.Gallen-Bodensee Tourismus seit Jahresfrist. Deshalb unterstützen wir die «OK:GO Initiative» vom Förderverein Barrierefreie Schweiz. Ziel ist es, die Reiseplanung für Menschen mit Behinderung, für Familien und für Senioren und Seniorinnen zu erleichtern.

Und als ob das nicht schon genug wäre, ist St.Gallen-Bodensee Tourismus seit März 2021 engagiertes Mitglied der Initiative «Made in St.Gallen». Dies aus Überzeugung, denn der Zusammenschluss verschiedenster Hersteller, Kleinst- und Industriebetrieben für Produkte, die im Kanton St.Gallen hergestellt werden, schafft eine offizielle Herkunftsbezeichnung, mehr Sichtbarkeit und versteht sich als Anreiz und Verpflichtung zu Nachhaltigkeit, Innovation und Exzellenz.



GDS-Index Resultate 2021 Schweizer Destinationen



NACHHALTIGKEIT: WIR ENGAGIEREN UNS.



3. ST.GALLEN CONVENTION BUREAU

Die Umsetzung der MICE Strategie 2025 hat begonnen.

Der Kongressmarkt und der Seminarmarkt sollen getrennt voneinander bearbeitet werden. Mit der engen Verknüpfung der Kongressinfrastruktur und der Stadt St.Gallen wird sich die Abteilung Convention Bureau in Zukunft verstärkt der Kongressakquisition widmen. Die Seminarinfrastruktur ist breit über den ganzen Kanton verteilt. Aus diesen Überlegungen heraus wurde die Seminarmarktstrategie gemeinsam mit Thurgau Tourismus angegangen. 2021 startete die Dual-Strategie im MICE-Bereich. Die operative Umsetzung in beiden Teilbereichen, d.h. im Kongress- und im Seminarwesen erfolgte termingerecht.

Das MICE-Modell

St.Gallen-Bodensee Tourismus konzentriert sich mit seiner Abteilung St.Gallen Convention Bureau (SGCB) auf die Bereiche Kongresse und Eventsupport für Grossevents. Das Seminarwesen wurde per 1.1.2021 ausgliedert und ist seit diesem Datum in der kooperativ mit Thurgau Tourismus gegründeten Seminarland Ostschweiz GmbH am Markt tätig, siehe Grafik Seite 31.

Seminarwesen

Seminarland Ostschweiz! – Ein Brand, eine Organisation und ein Team vermarkten und verkaufen seit Januar 2021 die Seminarhotels in der Ostschweiz. Aus Effizienzgründen wurde die neue GmbH auf der bestehenden Plattform Seminarland.ch aufgebaut. Die Seminarland Ostschweiz GmbH ist in einem aussergewöhnlich schwierigen Jahr erfolgreich gestartet und hat insgesamt 418 Anfragen bearbeitet, woraus exakt 200 Buchungen resultierten. Die Conversion-Rate betrug 47.8 %. Bei 24 Anfragen ist der Status noch offen. Insgesamt wurde ein Umsatz von CHF 1'190'329.– erzielt. CHF 920'636.– bei den eigentlichen Partnern und die restlichen CHF 269'693.– bei Nicht-Partnern, welche eine erhöhte Kommission an Seminarland Ostschweiz GmbH zahlen.

Buchungen/Umsatz nach Destinationen 01.01.2021 – 31.12.2021, siehe Grafik Seite 31.

Kongresswesen

Die nach dem ersten Pandemiejahr auf 2021 geplante Wiederbelebung des Städte- und Geschäftstourismus wick sehr bald einer generellen Unsicherheit über die unmittelbare Zukunft der MICE Branche. Die beiden wichtigsten Unbekannten waren die Wirksamkeit der Impfprogramme und die allgemeine Reisefähigkeit und -bereitschaft der Menschen. Das St.Gallen Convention Bureau musste sich in dieser Situation damit begnügen die Vorbereitungen für die Umsetzung der neuen Strategie zu tätigen und eine neue Website zu erstellen. Marktaktivitäten mussten zurückgestellt oder in angepasster Form getätigt werden. Generell gesehen richteten wir uns in der vergangenen Berichtsperiode auf die signifikanten Veränderungen auf dem Markt aus:

- die stärkere Hybridisierung von Tagungen und Veranstaltungen ist zu berücksichtigen
- eine stärkere Unterstützung der Akteure mit Informationen und Daten ist notwendig
- gefragt ist mehr Aufmerksamkeit für Wellness, Nachhaltigkeit und das soziale Erbe von Tagungen
- die Gesundheits-, Sicherheits- und Hygienebedingungen an den Reisezielen werden von grösster Bedeutung sein
- von der persönlichen Teilnahme an Tagungen wird generell mehr Wert erwartet
- gefragt sind noch mehr Networking-Möglichkeiten, mehr Authentizität und weniger Oberflächlichkeit
- der Trend für eine Aufteilung grosser internationaler Konferenzen auf eine Reihe regionaler Zentren zeichnet sich ab
- die stärkere Nutzung aller digitalen Marketinginstrumente wird sich durchsetzen

Die Wiederbelebung des Städte- und Geschäftstourismus in St.Gallen hat unter diesen Vorzeichen eine besonders gute Chance. Gefragt sind «Boutique-Kongressorte» mit authentischem Flair, hoher Serviceori-



entierung und einer Top-Infrastruktur. Letzteres wird durch die aktuellen Investitionen

«Die Zielsetzung ist klar: St.Gallen gilt als Wunschdestination für Geschäftstourismus und gehört zu den Top 3 Kongress-, Messe- und Event-Destinationen im Bodenseeraum und zu den Top 7 innerhalb der Schweiz.»

in die Messe-, Event- und Kongressinfrastruktur und auch in die Beherbergung richtiggehend dynamisiert!

Positionierung und künftiges Kongressmodell

Für die Stadt St.Gallen und die umliegenden Regionen wurde im Jahr 2021 eine eigenständige und selbstbewusste Kongressstrategie entwickelt. Im Kern liegt die konsequente Fokussierung auf der Akquisition von Verbandskongressen («Associations») sowie auf der Akquisition und dem Aufbau von Kongressen sowie Schlüssevents, welche die Themenführerschaften der Region («Clusters») unterstützen. Quellen und Fundus für authentische Themenführerschaften sind die Universität St.Gallen, die Fachhochschule OST und weitere Bildungsinstitute, das Kantonsspital, die EMPA, das Bundesverwaltungsgericht, bestehende Events wie zum Beispiel die OLMA und darüber hinaus natürlich die vielen marktführenden Unternehmen der Region, siehe Grafik Seite 31.

Die Region St.Gallen ist mit ihren weltweit führenden Unternehmen, der renommierten Universität St.Gallen und dem UNESCO-Weltkulturerbe Stiftsbezirk St.Gallen der Schweizer Schmelztiegel der Wirtschaftsgeschichte und lebt diese Tradition seit 612 n. Chr. Die malerische Altstadt St.Gallen's – eingebettet zwischen Säntis, Appenzellerland und Bodensee – ist der perfekte Hub für Kongresse in der Nordostschweiz und in der Bodenseeregion.

Mit der flexiblen Kongressinfrastruktur, einem sehr attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis sowie der bekannten Ostschweizer Dienstleistungsbereitschaft wird der Kongress ein garantierter Erfolg. Der Veranstalter profitiert von weitreichenden Unterstützungsleistungen und kurzen Entscheidungswegen zu Stadt, Kanton und Tourismusorganisation.

Zahlen und Fakten 2021 2020



Anzahl Anfragen:

63

118



Total Kommissionsertrag in CHF:

5'286.88

823.20



Realisierungsquote

38.1%

23.73%



Anzahl Kontakte aus Sales-/Marketingaktivitäten:

74

500



NEUE WEBSITE



4. MARKETING & CUSTOMER EXPERIENCE



DIGITALER
MARKTPLATZ

MARKETING

Per Anfang Jahr wurde die überarbeitete Unternehmensstruktur offiziell operativ. Der Bereich Marketing & Kommunikation wurde mit dem Erlebnismangement vereint und neu als Marketing & Customer Experience geführt. Der Fokus auf den Kunden und seine Bedürfnisse kann so weiter geschärft und optimiert werden.

Incoming

Die Plattform Fernmärkte wurde per Ende 2020 aufgelöst. Dies, nachdem eine Studie der Fachhochschule Graubünden diesen Entscheid bestärkte. Während im 2021 auf Sales-Reisen gänzlich verzichtet werden musste, fanden vereinzelte Aktivitäten, wie z.B. Webinars, statt.

Promotion

Auch im 2021 setzte St.Gallen-Bodensee Tourismus auf die Städtepartnerschaft mit Schweiz Tourismus und nutzte so die Promotionsleistungen in der Schweiz sowie in ausgewählten Märkten. Zudem wurde dem Rheintal als Weinregion im Rahmen der Herbstkampagne besondere Beachtung ge-

schenkt. Ebenfalls eine Herbstkampagne wurde mit der Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT) sowie Ostschweizer und Bodensee Destinationen umgesetzt. Dabei lag der Fokus auf der länderspezifischen Kulinarik.

DIGITAL MARKETING SERVICES

Mit der neu geschaffenen Stelle der Digital Marketing Services stellte man die Weichen noch konsequenter auf die digitale Transformation der Unternehmung sowie auf Onlinemarketingaktivitäten. Im Rahmen der Vermittlung des UNESCO-Weltkulturerbe Stiftsbezirk St.Gallen wurde zum Beispiel eine gross angelegte Onlinekampagne geplant und umgesetzt. Weiter nahm das Digitalprojekt «Destination.Data» konkretere Formen an. Dieses NRP-Projekt hat zum Ziel, Daten von Leistungsträgern für Maschinen lesbar zu machen und diese schneller, in besserer und international normierter Qualität Dritten zur Verfügung stellen. Nebst der unternehmenseigenen Webseite erarbeitete man in Zusammenarbeit mit der Standortförderung die lokale Webseite meine-stadt.sg. Eine Initiative des City Management Boards mit dem Ziel, die Innenstadt sowie den Standort Stadt St.Gallen zu beleben und zu fördern.

Digitale Vertriebslösungen

Die digitale Welt dreht sich immer schneller und effiziente Vertriebslösungen müssen für die Kunden von morgen bereitgestellt werden. Eine solche Chance bot sich mit dem Digitalen Marktplatz der Schweizerischen Südostbahn AG (SOB), in Zusammenarbeit mit der Alturos Destinations AG und Schwyz Tourismus. Der Digitale Marktplatz wird das Einkaufserlebnis des Kunden positiver gestalten.

KOMMUNIKATION

Trotz anhaltender Planungsschwierigkeiten infolge der Pandemie konnten über 20 Medienreisen organisiert und durchgeführt werden. Wiederum durfte man auf die tatkräftige Unterstützung der Kommunikationsagentur Gretz Communications zählen. So fand unter anderem zu Beginn des Jahres eine reine Frauen-Medienreise zum Thema Wiborada und 50 Jahre Frauenstimmrecht Schweiz statt.

PR & Corporate Publishing

Im 2021 sind erneut keine internationalen Medienreisen durchgeführt worden. Erfreu-

lich hingegen waren die unterschiedlichen Begegnungen mit Medienschaffenden aus dem In- und nahen Ausland. Nach einjähriger Abwesenheit wurde der Medienabend

«Vor allem aus Frankreich zeigte sich ein wachsendes Interesse.»

in Zürich wieder durchgeführt. Mit grossem Interesse lauschten die Anwesenden den Worten der Gastgeber. Mit grosser Spannung und Freude erwartete man die dritte Ausgabe des Magazin 612. «Lust» sollte dieses auf die verschiedenen Facetten der Stadt und Region St.Gallen machen. Ebenfalls, und zugleich erstmalig, erschienen sind die überarbeitete Stadtführungs- und Erlebnisbroschüre sowie der Kompass.

Zahlen und Fakten 2021 2020



Anzahl betreuter
Medienschaffender:
30 36

Anzahl Publikationen
Medien international:
356 224

Anzahl Publikationen
Medien regional
und lokal:
372 378



ERLEBNIS-
ANGEBOTE

GUEST SERVICES

Der neue Bereich Guest Services, bestehend aus der Tourist Information St.Gallen, neu Front-Office, sowie dem rückwärtigen Back-Office, agiert dabei als wichtiges Verbindungsglied zwischen dem Marketing sowie dem direkten Kundenservice.

Anfang des Jahres wurde TSMART als Buchungssystem neu eingeführt, um so ein schnelleres und einfacheres Buchen über unsere Webseite zu ermöglichen. Dies betrifft in erster Linie Tickets für die öffentlichen Stadtführungen wie auch für die Erlebnisse (kulinarischer Stadtbummel, kulinarische Wanderung, SMALLNIK und Fondue-rucksack). Die gestiegenen Buchungszahlen tragen dieser Umstellung und dem gesteigerten Bedürfnis nach digitalen Angeboten Rechnung.

Zwischen April bis Anfang September 2021 fand zum zweiten Mal die Stellplatz-Saison auf dem OLMA-Gelände statt. Entstanden ist die Zusammenarbeit zwischen Olma Messen und St.Gallen-Bodensee Tourismus im Jahr zuvor, als coronabedingt viele Messen und Veranstaltungen abgesagt werden mussten. Aufgrund dessen war das Messe-

gelände für neue Nutzungsmöglichkeiten offen. Rasch war die benötigte Infrastruktur bereitgestellt. Ganz im Zeichen der Digitalisierung waren die Stellplätze im 2021 nur über das Buchungssystem TOMAS buchbar, was hervorragend funktionierte und der Stadt inklusive Umgebung viele neue Gäste bescherte.

«Wir danken unseren Freiwilligen für ihre zahlreichen Einsätze und freuen uns schon auf die kommende Saison.»

Die Tourist Angels waren auch im Sommer 2021 wieder in der Altstadt von St.Gallen unterwegs. Sie gaben den Feriengästen Tipps und Empfehlungen, um sich in der Stadt zu orientieren und das eigene Wohlbefinden zu steigern.

FRONT OFFICE UND STADTFÜHRUNGEN

1. Front Office

Es bleibt eine grosse Unsicherheit für die Tourismusbranche, noch immer schwebt die Pandemie über uns, die Touristen aus aller Welt bleiben fern. Entgegen den widri-

gen Umständen konnten in der Saison viele Gäste begrüsst werden. Einmal mehr glich ein «Grüezi» oder «Bienvenue» mit unseren Schweizergästen die Lücke der internationalen Touristen aus.

Die missliche Situation gebot, die Möglichkeit, Zeit zu nutzen, um interne Prozessabläufe zu überarbeiten und zu verbessern. Auch die Verteilung der Broschüren wurde optimiert. In Zusammenarbeit mit Nachbardestinationen findet zukünftig die Verteilung gemeinsam statt.

2. Stadtführungen

Im Geschäftsjahr 2021 wurden insgesamt 213 öffentliche Rundgänge und 712 private Stadtführungen organisiert. So nahmen rund 16'700 Personen an den traditionellen Führungen oder auch den verschiedenen Themenführungen teil. Zu den beliebtesten Führungen zählten die Themen: UNESCO/Altstadt, «Unterwegs mit der Dienstmagd», «Tatort St.Gallen» und die neu lancierte «Lust und Laster»-Führung.

Von Mai bis Juni wurden thematische Führungen im Zusammenhang mit dem Wiborada Projekt 2021 angeboten. Jeweils nach

der Einschliessung wurden Gäste zu einem kurzen Rundgang im St.Mangen Quartier geladen und erfuhren Interessantes über das Leben der heiliggesprochenen Inklusin Wiborada.

Neu im Sortiment ist das virtuelle Angebot «Best of St.Gallen». In Zusammenarbeit mit Virtual City Tours wurde ein virtueller Rundgang durch die Stadt realisiert. Gerade in unsicheren Zeiten ist es den Gästen nun möglich, eine Stadtführung durch St.Gallen zu erleben.

Im Team Guest Services neu aufgenommen wurden im Februar Jacqueline Abegg, im Oktober Lara Schöffeler und im November stiess Britta Müller zum Team dazu.



ONLINE-SHOP



STADTFÜHRUNGEN

Zahlen und Fakten 2021 2020



Besucherzahl
Tourist Information:
40'200 38'100



Anzahl Stadtführungen
und Rundgänge:
925 656



Anzahl Teilnehmende
Stadtführungen
und Rundgänge:
ca. **16'700** 12'000



5. PARTNERMANAGEMENT



PARTNER-
PLATTFORM



NETZWERK

1. Partner- und Mitgliedermodell

Mit der Annahme des neuen Mitgliedermodells an der schriftlichen Vereinsversammlung 2021 traten verschiedene Änderungen in Kraft. Das Modell weist eine vereinfachte Grundstruktur auf, wobei die Hotellerie finanziell weniger belastet wird. Es beabsichtigt, aktiv mit den Mitgliedern in den Austausch zu treten und die Leistungen

«Mit dem neuen Modell wird die Hotellerie weniger belastet.»

transparent zu kommunizieren. Darüber hinaus können interessante Kooperationsmöglichkeiten gebucht werden. Der monatliche Partner-Newsletter dient als Kommunikationsstool zwischen SGBT und den Mitgliedern.

Kategorie	Mitglieder	Gönner
Gemeinden, Stadt und Kanton	37	–
Unterkünfte	68	–
Gastronomiebetriebe	56	1
Kulturelle Betriebe	20	–
Weitere touristische Betriebe	45	–
Detailhandel und Drittbranchen	117	–
Privatpersonen	14	6
Total	357	7

2. Key Partner und Mitglieder

Im 2021 durfte St.Gallen-Bodensee Tourismus auf verschiedene Key Partnerschaften zählen, die aus einer engen Zusammenarbeit und Leistungen beider Parteien bestehen und welche in einer Jahresplanung festgelegt sind. Nebst den Key Partnern leisten die Mitglieder und Gönner einen wesentlichen Beitrag zur Förderung des Tourismus in unserer Region.

Während des Jahres 2021 konnten 23 Mitglieder sowie sieben Gönner gewonnen werden. Im Gegenzug verzeichnen wir 27 Austritte. Die Austritte sind auf die Erhöhung des Jahresbeitrags für bestimmte Mitgliedergruppen sowie die Covid-Situation zurückzuführen.

3. Partnerplattform

Als zentrale Informationsplattform dient die Partnerplattform, die seit Frühjahr 2021 online ist. Neben Dienstleistungen für touristische Betriebe, aktuellen Projekten und Neuigkeiten ist ein geschützter Mitgliederbereich mit Daten und Statistiken angeschaltet.

4. Netzwerk und Engagement

Als Destinationsmanagementorganisation haben wir Einsitz bei verschiedenen touristischen Vereinen, Verbänden und Netzwerken. Unser Netzwerk finden Sie mittels QR-Code am linken Seitenrand.

PRODUKTENTWICKLUNG

Mit der Produktentwicklung wird beabsichtigt, neue touristische Angebote zu schaffen und die Mitglieder und Partner aktiv einzubinden.

1. Südufer Bodensee

Der Bodensee ist eine Stärke der Ostschweiz, von dessen Strahlkraft die ganze Region profitiert. Er trägt wesentlich zum Image der Region als attraktiver Tourismustandort bei. Um mehr touristische Strahlkraft zu erzeugen, arbeiten Thurgau Tourismus, St.Gallen-Bodensee Tourismus sowie die REGIO St.Gallen–Bodensee–Appenzell AR gemeinsam am Projekt Südufer Bodensee. Daraus resultierten im 2021 die Angebote PADL Bodensee und Velo-Rallye Bodensee.

Das NRP-Projekt PADL Bodensee verfolgt die Vision, das Südufer des Bodensees als Padelregion zu positionieren und neue Angebote zu schaffen. Mit der Velo-Rallye Bodensee entstand ein buchbares Angebot mit Sammelcharakter, wobei 14 Partnerbetriebe zu besuchen sind.

2. RheinGenussRoute

Zwölf Tourismusdestinationen, sechs Kantone, zwei Länder und eine SchweizMobil-Route: Mit dem Projekt RheinGenussRoute werden kulinarische und kulturelle Perlen entlang des Rheins erlebbar. Im Berichtsjahr lag der Fokus auf der Angebotsentwicklung.

TEXTILLAND

Seit 2020 kümmert sich St.Gallen-Bodensee Tourismus um die Vermarktung des Textillands Ostschweiz. Seit 2021 präsentiert sich das Textilland mit frischem Webauftritt in Deutsch, Englisch und Französisch. Desweiteren wurde eine Informationsbroschüre erstellt. Über diverse Social Media Kanäle und durch Medienaktivitäten wird auf die Angebote im Textilland aufmerksam gemacht.



PROJEKTE



TEXTILLAND

6. 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
	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	
1) Ankünfte	95 505	70 648	23 695	15 560	24 491	19 070	49 233	40 153	192 924	145 431	32.7%
2) Logiernächte	187 058	145 369	53 218	36 320	41 035	32 806	93 233	73 053	374 544	287 548	30.3%

1) Ankünfte 2) Logiernächte

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

Herkunftsland	LN in Hotel-/Kurbetrieben				Veränderung LN 2021 vs 2020 in %
	2021	2020	2019	2018	
Schweiz	262 616	204 759	249 222	244 557	28.26%
Deutschland	59 402	47 073	75 643	77 985	26.19%
Österreich	10 214	9 020	15 068	12 970	13.24%
Italien	9 525	4 377	9 366	10 943	117.61%
Benelux	4 523	2 989	6 408	6 263	51.32%
Vereinigtes Königreich	1 707	1 575	5 895	6 144	8.38%
Skandinavien	2 482	1 311	5 043	6 074	89.32%
Frankreich	4 323	3 511	6 189	5 946	23.13%
Spanien und Portugal	1 707	1 262	3 425	4 137	35.26%
Übriges Europa	10 597	6 859	22 512	22 270	54.50%
Europa Total	367 096	282 736	398 771	397 289	29.84%
Vereinigte Staaten / USA	2 272	1 413	8 095	9 114	60.79%
China (mit HKG)	190	498	6 491	6 310	-61.85%
SEA*	467	488	3 565	2 861	4.30%
Korea	212	71	1 980	2 311	198.59%
Japan	207	186	1 755	1 966	11.29%
Ausland total	111 928	82 789	183 732	190 253	35.20%
Gesamttotal	374 544	287 548	432 954	434 810	30.25%

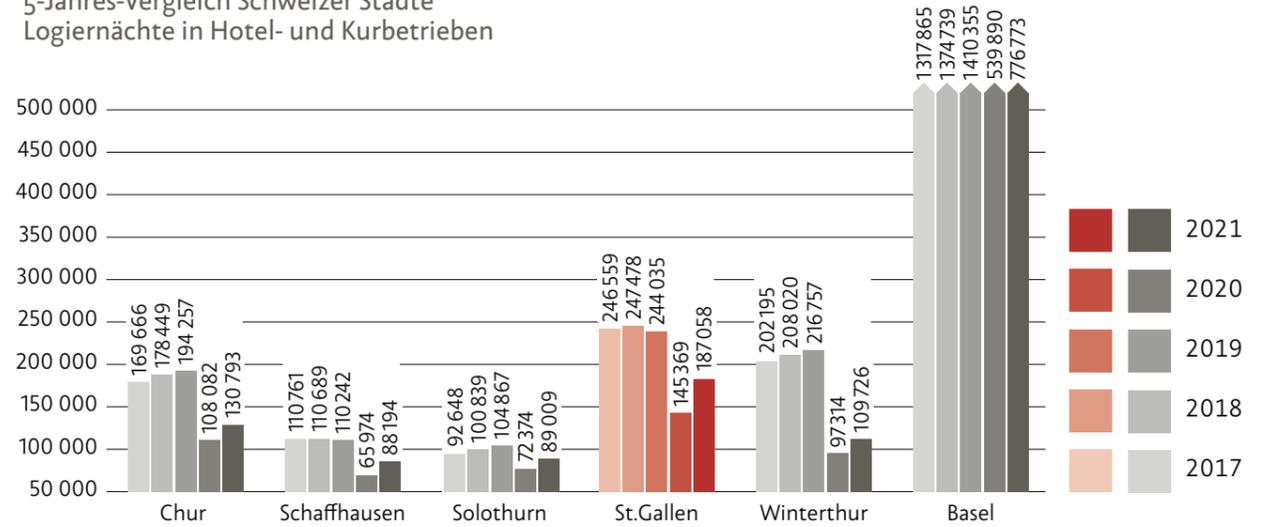
* Übriges Süd- und Ostasien, Thailand, Singapur, Malaysia, Philippinen, Indonesien



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

	2021	2020
Anzahl Betriebe	11	11
Ankünfte	6 545	4 242
Logiernächte	20 481	13 883

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



Frequenzzahlen Tagestourismus

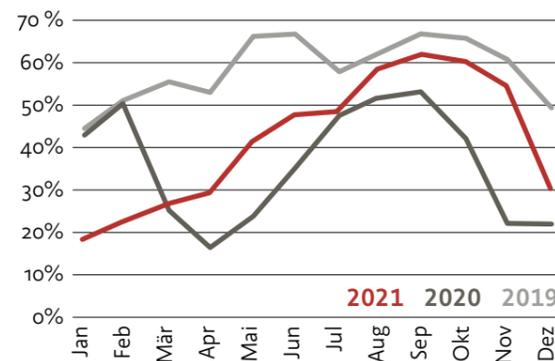
	2021	2020
Museen	121 386	93 035
Stiftsbezirk <small>Stiftsbibliothek, Ausstellungssaal und Gewölbekeller</small>	94 554	85 207
OpenAir St.Gallen	abgesagt	abgesagt
Olma Messen St.Gallen	220 000	150 665
Swiss Casino St.Gallen	89 981	120 162
Walter Zoo	237 287	234 509

Bodensee Schifffahrtsbetriebe (Anzahl Ausstiege in Rorschach)	2021	2020
Forum Würth Rorschach	31 400	28 350
Maestraní's Chocolarium	71 100	65 000
Konzert und Theater St.Gallen		
Konzert (inkl. Livestreams)	20/21 29 871	19/20 17 563
Theater (inkl. Livestreams)	20/21 16 498	19/20 61 034
St.Galler Festspiele	5 150	4 455*

* Parkspiele als Ersatz für die Festspiele (wegen Corona)



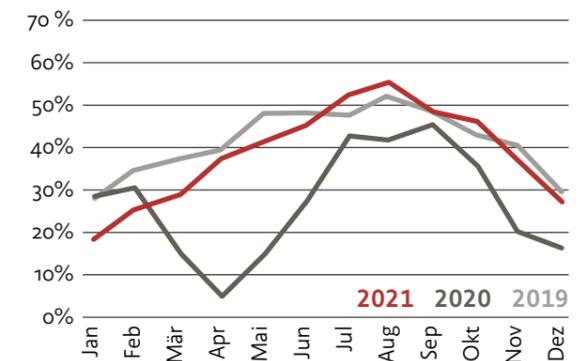
Nettozimmerauslastung in der Hotellerie der Stadt St.Gallen



Perimeterstand 2017



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



7. JAHRESABSCHLUSS

7.1 Bilanz

	31.12.2021	31.12.2020
	CHF	CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	911 028.64	960 569.02
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	130 435.98	114 031.36
Andere kurzfristige Forderungen	11 732.82	43 085.27
Vorräte	16 537.00	38 194.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen	142 188.83	13 960.00
	1 211 923.27	1 169 839.65
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	160 003.00	200 002.00
	160 003.00	200 002.00
Total Aktiven	1 371 926.27	1 369 841.65
Passiven		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	205 184.69	225 644.58
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	79 021.71	83 573.96
Passive Rechnungsabgrenzungen	44 895.50	4 100.00
kurzfristige Rückstellungen	25 000.00	25 000.00
	354 101.90	338 318.54
Langfristiges Fremdkapital		
Kredit COVID 19	0.00	200 000.00
Rückstellungen	449 000.00	276 197.50
	449 000.00	476 197.50
Fondskapital zweckgebunden		
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierungen	410 000.00	410 000.00
	410 000.00	410 000.00
Eigenkapital		
Vereinskapital	145 325.61	139 382.91
Jahresgewinn / -verlust	13 498.76	5 942.70
	158 824.37	145 325.61
Total Passiven	1 371 926.27	1 369 841.65

7.2 Betriebsrechnung

	2021	2020
	CHF	CHF
Betriebsertrag		
Ertrag aus Beiträgen		
Tourismus Fonds des Kantons St.Gallen	710 100.00	725 600.00
Projektbeiträge NRP	292 450.00	0.00
Städte St.Gallen & Rorschach	908 882.00	1 005 000.00
Politische Gemeinden (ab 2018 inkl. Verein SG Rheintal)	114 877.00	88 400.00
Mitgliederbeiträge	122 152.38	143 036.00
	2 148 461.38	1 962 036.00
Ertrag aus erbrachten Leistungen		
Gasttaxen	833 197.32	597 576.91
Sponsorenbeiträge	554 209.98	596 120.01
Ertrag aus Dienstleistungen	497 978.58	466 792.90
Andere betriebliche Erträge	96 314.22	187 356.69
Ertragsminderungen / Veränderung Delkredere	-2 343.10	10 491.19
	1 979 357.00	1 858 337.70
Ertrag sonstiges		
Härtefallgelder COVID	42 500.00	0.00
Total Erträge	4 170 318.38	3 820 373.70
Aufwand für Waren und Drittleistungen		
Wareneinkauf und Drittleistungen (Dienstleistungen)	-337 212.48	-257 806.72
Stadtführungen / Stadtrundgänge	-14 839.19	-12 739.23
	-352 051.67	-270 545.95
Bruttoergebnis	3 818 266.71	3 549 827.75
Betriebsaufwand		
Personalaufwand		
Lohnaufwand	-1 452 676.00	-1 577 311.55
Sozialversicherungsaufwand	-251 290.50	-278 280.30
Kurzarbeitsentschädigungen	13 325.05	114 078.85
Übriger Personalaufwand	-38 265.20	-48 940.65
	-1 728 906.65	-1 790 453.65

7.2 Betriebsrechnung

	2021	2020
	CHF	CHF
Sonstiger Betriebsaufwand		
Raumaufwand	-200 961.79	-210 328.67
Unterhalt / Reparaturen / Ersatz	-212.99	-3 456.12
Sachversicherungen / Abgaben / Gebühren / Bewilligungen	-4 731.92	-5 657.68
Energie- und Entsorgungsaufwand	-4 445.96	-6 038.76
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-482 583.81	-540 538.08
Werbeaufwand	-1 060 352.29	-935 177.25
Übriger Betriebsaufwand	-94 075.84	-81 313.83
	-1 847 364.60	-1 782 510.39
Total Betriebsaufwand	-3 576 271.25	-3 572 964.04
Betriebsergebnis	241 995.46	-23 136.29
Finanzerfolg		
Finanzertrag	175.29	79 350.49
Finanzaufwand	-55 869.49	-5 271.50
	-55 694.20	74 078.99
Ausserordentlicher Erfolg		
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	0.00
Ausserordentlicher Aufwand	-172 802.50	-45 000.00
	-172 802.50	-45 000.00
Jahresgewinn / -verlust	13 498.76	5 942.70

7.3 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. Sie sind zu aktuellen Einkaufspreisen bewertet. Souvenirs sind mit einem Pro-Memoria-Franken 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

	31.12.2021	31.12.2020
	CHF	CHF
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Offene Debitorenrechnungen	140 777.66	121 208.86
Kreditkartenguthaben, übrige Guthaben	3 658.32	4 822.50
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)	144 435.98	126 031.36
./. Pauschale Wertberichtigung	-14 000.00	-12 000.00
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)	130 435.98	114 031.36
Andere kurzfristige Forderungen		
Verrechnungssteuer	0.00	27 657.00
Frankiermaschine	1 256.72	2 528.87
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	10 476.10	0.00
übrige kurzfristige Guthaben	0.00	12 899.40
Total andere kurzfristige Forderungen	11 732.82	43 085.27
Anlagevermögen (Finanzanlagen)		
Aktien	181 200.00	181 200.00
./. Wertberichtigung	-31 198.00	-1 198.00
Total Aktien	150 002.00	180 002.00
Stammanteile	10 000.00	0.00
./. Wertberichtigung	-9 999.00	0.00
Total Stammanteile	1.00	0.00
Anteilscheine	20 000.00	20 000.00
./. Wertberichtigung	-10 000.00	0.00
Total Anteilscheine	10 000.00	20 000.00
Total Anlagevermögen (Finanzanlagen)	160 003.00	200 002.00
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Offene Kreditorenrechnungen	202 998.69	225 644.58
Anzahlungen / Doppelzahlungen von Kunden	2 186.00	0.00
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	205 184.69	225 644.58

7.3 Anhang zur
Jahresrechnung

	31.12.2021	31.12.2020
	CHF	CHF
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten		
Mehrwertsteuer	26 722.91	27 593.51
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	0.00	10 655.30
Verbindlichkeiten ggü. der Pensionskasse Stadt St.Gallen	0.00	18 878.65
Verbindlichkeiten aus Vorverkäufen / übrige Verbindlichkeiten	52 298.80	26 446.50
Total andere kurzfristige Verbindlichkeiten	79 021.71	83 573.96

Bestand / Veränderung der Rückstellungen und des zweckgebundenen Fondskapitals				
	Bestand	Zuweisung	Verwendung	Bestand
	1.1.			31.12.
Kurzfristige Rückstellung				
Für Ferien und Überzeit	25 000.00	0.00	0.00	25 000.00
	25 000.00	0.00	0.00	25 000.00
Langfristige Rückstellung				
Für Informatikprojekte	49 000.00	0.00	0.00	49 000.00
Für Umbau Büro	100 000.00	0.00	0.00	100 000.00
Für Kongressmanagement	127 197.50	92 802.50	0.00	220 000.00
Für Informationsprojekte Print / Digital	0.00	80 000.00	0.00	80 000.00
	276 197.50	172 802.50	0.00	449 000.00
Fondskapital zweckgebunden				
Für Projekte und Anschubfinanzierung	410 000.00	0.00	0.00	410 000.00
	410 000.00	0.00	0.00	410 000.00

COVID-19-Kredit

Der im Jahr 2020 von St.Gallen Bodensee Tourismus aufgenommene COVID-19-Kredit von 0.2 Mio Franken wurde am 9.12.2021 vollständig zurückbezahlt.

8. REVISIONSBERICHT

	31.12.2021	31.12.2020
	CHF	CHF
Finanzaufwand		
Zinsen, Spesen, Kursverlust	5 870.49	5 271.50
Wertberichtigung Finanzanlagevermögen	49 999.00	0.00
Total Finanzaufwand	55 869.49	5 271.50
Ausserordentlicher Aufwand		
Rückstellung für Projekt Telefonie	0.00	15 000.00
Rückstellung für Restart-Aktionen Corona	0.00	30 000.00
Rückstellung für Kongressmanagement	92 802.50	0.00
Rückstellung für Informationsprojekte Print / Digital	80 000.00	0.00
Total ausserordentlicher Aufwand	172 802.50	45 000.00

7.3 Anhang zur Jahresrechnung

3. Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.

4. Weitere vom Gesetz verlangte Angaben

St.Gallen-Bodensee Tourismus hat für die Geschäftsräumlichkeiten an der Bankgasse 9 einen Mietvertrag mit einer festen Mietdauer von zehn 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 2021 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.

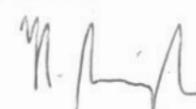
Bei unserer Prüfung sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Finanzkontrolle der Stadt St.Gallen



J. Schnider

Revisionsexperte
Leitender Revisor



H. Bürgler

Revisionsexperte

St.Gallen, 4. März 2022

Beilagen:

Jahresrechnung 2021 bestehend aus:

- Bilanz
- Erfolgsrechnung
- Anhang



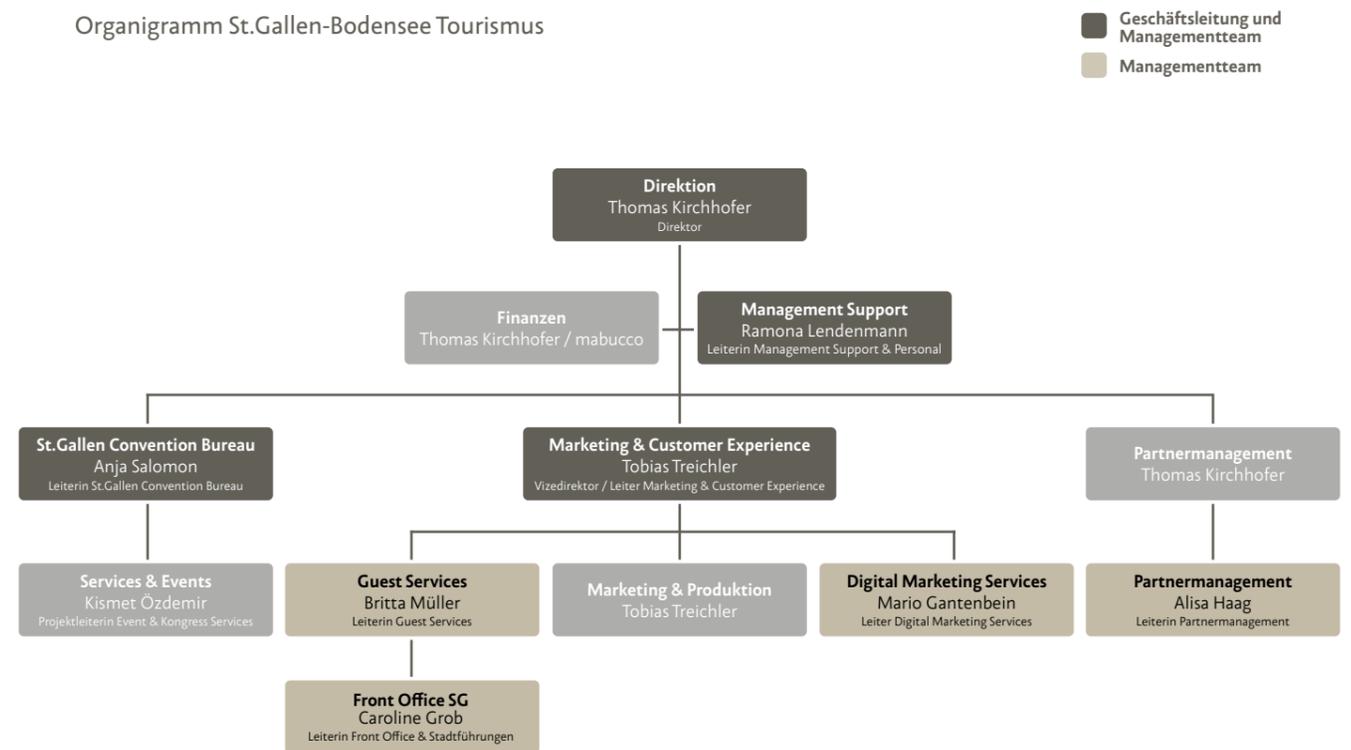
9. ORGANISATION

Was wir tun – wofür wir stehen

Die Wirtschaftsregion St.Gallen-Bodensee ist das politische, wirtschaftliche und kulturelle Zentrum der Ostschweiz. Kultur und Wissensvermittlung gehören seit jeher zu den Kernkompetenzen der Region. St.Gallen-Bodensee Tourismus trägt als Non-Profit-

Organisation dazu bei, dass die Stadt und die Region als attraktiver Wirtschafts-, Bildungs-, Kultur- sowie Freizeitstandort mit hoher Lebensqualität wahrgenommen werden.

Organigramm St.Gallen-Bodensee Tourismus



10. ORGANE

Vorstand



Präsident
Markus Isenrich

Verwaltungsratspräsident der acrevis Bank AG, St.Gallen bis April 2021
Seit 2014 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Handelsrichter am Handelsgericht St.Gallen
- Vorstandsmitglied Wildparkgesellschaft Peter und Paul



Vizepräsidentin
Maria Pappa

Stadtpräsidentin St.Gallen
Seit 2021 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Kantonsrätin
- Präsidentin Einbürgerungsrate St.Gallen und St.Gallen-Tablat
- Stiftungsrätin Stiftung Lokremise



Robert Raths

Stadtpräsident Rorschach
Seit 2020 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Kantonsrat



Karin Bischoff

Textilunternehmerin
Seit 2015 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Inhaberin «Die Manufaktur GmbH»
- CEO «Bischoff Interior AG»
- Verwaltungsrätin «Bischoff Holding AG»



Andreas Deuber

Leiter Institut für Tourismus und Freizeit an der Fachhochschule Graubünden FHGR
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



Bruno Hensler

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

- Betriebsverantwortung Weiterbildungszentrum Holzweid (WBZ), St.Gallen



Christine Bolt

Direktorin Olma Messen St.Gallen
Seit 2020 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Vorstandsmitglied Wirtschaftsforum Toggenburg
- VR-Mitglied Theater St.Gallen
- Mitglied FHS Fachbeirat «Wirtschaft»



Walter Tobler

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

- Verwaltungsratspräsident huus-braui ag
- Präsident GastroSt.Gallen



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

11. TEAM

Direktion ▶



Thomas Kirchhofer*
Direktor (100%)



Ramona Lendenmann*
Leiterin Management Support & Personal (100%)



Alisa Haag
Leiterin Partnermanagement (100%)



Andrea Bieri
Sachbearbeiterin Finanzen (90%) bis 31. März



Joelle Weyermann
Finanzen & Personal (100%) ab 1. Mai



Jeanne Müller
(30%)
ab 1. August

St.Gallen Convention Bureau ▶



Bettina Güntensperger
Seminarland GmbH (50%)



Anja Salomon*
Leiterin St.Gallen Convention Bureau (100%)



Kismet Özdemir
Projektleiterin Event & Kongress Services (100%)



Nathalie Erlach
Projektmitarbeiterin Operating & Marketing (100%) ab 1. August



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



Tanja Nägele
Leiterin Digital Marketing Services (100%) bis 28. Februar



Mario Gantenbein
Leiter Digital Marketing Services (100%) ab 1. April

Marketing & Customer Experience ▶

OSKAR



Nicole Berger
Projektleiterin Print & Online (60%)



Christine Gründler
Marketing & Customer Experience (20%, ab September 40%)



Martina Zuberbühler
Geschäftsstellenleiterin OSKAR (40%, ab November 60%)



Moritz Nägeli
Leiter Guest Services (100%) bis 31. August



Britta Müller
Leiterin Guest Services (100%) ab 1. November



Caroline Grob
Leiterin Front Office & Stadtführungen (80%)



Lara Schäffler
Stadtführungen & Gästeberatung (100%) ab 1. Oktober

Guest Services

Front Office St.Gallen ▶



Linda Geier
Back Office & Vertrieb (100%)



Jacqueline Abegg
Gästeberatung (60%) ab 1. Februar



Daniela Fries
Gästeberatung (60%)



Karin Etterlin
Gästeberatung (60%)



Sabina Braun
Gästeberatung (40%, ab Juni 60%)

Praktikantinnen ▶



Ilenia Vanin
Praktikantin (100%) bis 30. Juni



Jeanne Müller
Praktikantin (100%) bis 31. Juli



Luisa Gomringer
Praktikantin (100%)



Alessia Oertig
Praktikantin (100%) ab 1. Juli



Celina Vöge
Praktikantin (100%) ab 1. Juli

* Mitglied der Geschäftsleitung

Anzahl Vollzeitstellen per 31.12.2020: 20.4 (davon 1 Lernende, 2 PraktikantInnen)

Anzahl Vollzeitstellen per 31.12.2021: 20.5 (3 PraktikantInnen)



GRAFIKEN ZUM KAPITEL 3. ST.GALLEN CONVENTION BUREAU

Das MICE-Modell

STRATEGISCHE GESCHÄFTSFELDER	KONGRESSE (U.A. GROSSEVENTS)		SEMINARE	GRUPPENAUUSFLÜGE
	ASSOCIATIONS	CLUSTERS		
TEILNEHMERTAGE	> = 300 – 2000	–	< 300	> 10
AUFTRAG	Akquisition wertschöpfungsintensiver Kongresse von Schweizer & DACH-Verbänden (Associations) ausgetragen werden (oft rotierend).	Akquisition & Aufbau wertschöpfungsintensiver Kongresse entlang definierter Clusters und regional verankerten Themenführerschaften (Ziel: permanent in SG).	Halten/ Akquisition wertschöpfungsintensiver Seminare für die Ostschweiz durch überzeugenden Service, differenzierende Angebote und zukunftsweisende Vermarktung.	Akquisition von Gruppen- und Teamausflügen durch attraktive und differenzierende Angebote.
ZIELMARKT	Schweiz / DACH	Territorial (je nach Cluster)	Ostschweiz / Grossraum Zürich	Schweiz
VERANTWORTUNG	SGCB (in Kooperation/ Aufgabenteilung mit Stadt, Kanton, CongressEvents, etc.)		Seminarland.ch	SGBT Guest Services

Seminarwesen – Buchungen und Umsatz nach Destinationen

Nach Destinationen	Thurgau-Bodensee	St.Gallen-Bodensee	Appenzellerland AR/AI	Toggenburg	übrige
Seminare	87	44	13	25	14
Anzahl Pax	1 756	958	183	391	439
Gruppengrösse Ø	20	22	14	16	31
Anzahl LN	1 309	656	314	615	537
Teamevents	9	5	3	1	1
Umsatz	CHF 496 675	CHF 292 828	CHF 83 791	CHF 159 815	CHF 191 474

Das Kongressmodell

ANGEBOT	Attraktivstes Preis-Leistungsverhältnis; adaptierte Cluster von Stadt & Kanton; Tradition in Wirtschaftsgeschichte seit 612 n. Chr.; verkehrsgünstige Lage; Zusammenspiel zwischen Stadt, Kanton und Infrastruktur.
KOMPETENZTRÄGER	Universität, OST, EMPA, Kantonsspital, Wirtschaft, Verbände, Landwirtschaft, Olma Messen, Stadt, Kanton
ERLEBNIS	Perfekter Hub zwischen Säntis, Appenzellerland, Bodensee, Stiftsbezirk, Altstadt, Gastronomie
Priorisierte Cluster in der Standortpolitik (Stadt & Kanton St.Gallen), Themenführerschaft durch Bildungs- & Forschungsinstitutionen sowie regional verankerte Wirtschaftsunternehmen	
BUSINESS ENABLING	Standortförderung durch Stadt & Kanton, Destinationsmarketing (SGBT), SCIB (Schweiz Tourismus), IHK, WISG, andere Plattformen
AKQUISE	Associations, Fachkongresse, Grossevents, Conventions
STRATEGISCHE GESCHÄFTSFELDER	1. Kongress / Schlüssevents in den Clustern aufbauen 2. Nationale Kongresse und Kongresse von DACH-Verbänden 3. Bestehende Kongresse halten

12. UNSERE GUIDES

Hinten von links nach rechts: Claudia Macht, Cristina Duttweiler, Faustino Malaguti, (Christine Kundert bis 2020), Klaus Stahlberger, Erika Akermann, Claudia Schneider und Antoinette Corciulo.

Mitte: Katrin Paganini, Enza Barra, Verena Plassard und Karin Bredull.

Vorne: Susan Widrig, Monika Raschle, Christa Nüesch, Felix van den Berg, Yvonne Herold, Ulrike Brülisauer und Jennifer Deuel.

Es fehlen: Ursula Dommann, Juliane Henneberger, Yukari Keller, Haigui Liu Resenterra und Rahel Werner.



Faites vos jeux

Spielen Sie American Roulette, Black Jack und Poker oder knacken Sie an einem der Spielautomaten mit etwas Glück den Jackpot. Der Eintritt ist kostenlos.

Öffnungszeiten

Sonntag – Donnerstag: 11.00 – 3.00 Uhr

Freitag und Samstag: 11.00 – 4.00 Uhr

CASINO  ST. GALLEN