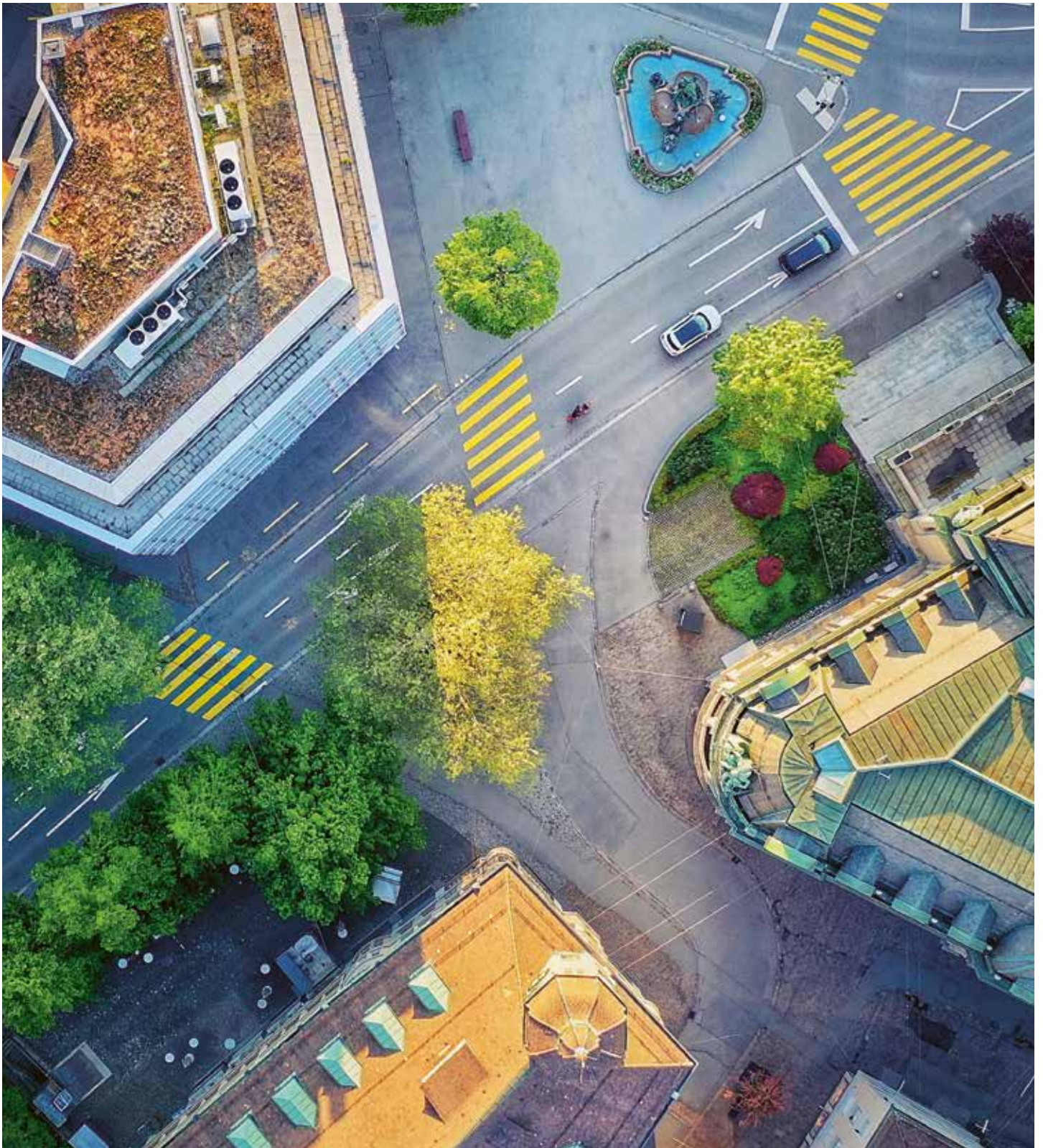


Jahresbericht 2019

St.Gallen-Bodensee Tourismus



Inhaltsverzeichnis

1. Geschäftsjahr im Rückblick	4
2. Business Development	6
3. St.Gallen-Bodensee Convention	8
4. Marketing und Kommunikation	12
5. Erlebnismangement St.Gallen	16
6. Erlebnismangement Rorschach	18
7. Netzwerk und 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

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

Druck:
Ostschweiz Druck AG
Hofstetstrasse 14, 9300 Wittenbach SG

Bildnachweise:
Titelseite: Broderbrunnen und Multertor, Chris Oswald / chrispix.ch
Seite 5: Hinterlauben, Mattias Nutt Photography
Seite 7: Stadthaus St. Gallen, André Meier
Seite 8: SMALLNIK, Patrik Riklin / At elier f ur Sonderaufgaben
Seite 10: Wirtschaft Rossb uchel, Beat Belser
Seite 12: W rth Haus Rorschach, Ueli Steingruber
Seite 14: Olma Messen St. Gallen, Daniel Oswald
Seite 15: Lokremise St. Gallen, Ingenieure Bart AG; 2014
Seite 16: St.Galler Altstadt, Mattias Nutt Photography
Seite 18: Badh utte Rorschach, Beat Belser
Seite 19: Strandfestwochen Rorschach, Thomas Staub
Seite 20: Café Kunstmuseum St. Gallen, Sebastian Stadler

Aus Gr unden der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form gewählt,
nichtsdestoweniger beziehen sich die Angaben auf Angehörige aller Geschlechter.

1. Geschäftsjahr im Rückblick



Markus Isenrich
Präsident

Der aktuelle Tourismus-Barometer

Die Schweizer Konjunktur hat in den vergangenen Monaten ein wenig von ihrem Schwung eingebüsst. Ungeachtet dessen expandierte der Dienstleistungssektor in der Schweiz deutlich. Für die privaten Haushalte war dies im eigenen Portemonnaie spürbar, dank kräftigen Lohnzuwächsen sowie einer guten Arbeitsmarktlage. So konnte sich das Tourismusjahr auf dem hohen Niveau des Vorjahres halten. Trotz einem Minus bei den Ankünften von 1,9 % und bei den Logiernächten (0,4 %) entwickelte sich die Aufenthaltsdauer positiv. Dies ist ein Beleg dafür, dass der Qualitätstourismus weiter Einzug hält. Besonders positiv ist auch das Plus bei Schweizer Gästen von 1,9 %, während ein Rückgang aus den USA von 11 % zu vermelden ist.

«Die Aufenthaltsdauer entwickelt sich positiv. Damit hält der Qualitätstourismus weiter Einzug.»



Thomas Kirchofer
Direktor

Boomender Städtetourismus

Die städtischen Gebiete der Schweiz erleben derzeit einen regelrechten Boom. Die Logiernächte sind in den letzten zehn Jahren um beeindruckende 35 % angestiegen. Auch St. Gallen konnte 2017 ein signifikantes Wachstum von 13 % verzeichnen und seither dieses hohe Niveau halten. Dass kein weiteres Wachstum möglich war, liegt daran, dass in den letzten zwei Jahren aufgrund von Renovationen nur ein reduziertes Angebot von Hotelbetten zur Verfügung stand.

Ebenfalls verantwortlich für den insgesamt positiven Trend sind eine veränderte Gästestruktur und der an Bedeutung gewinnende Geschäftstourismus. Auch immer mehr Schweizerinnen und Schweizer besuchen die Region, wobei nicht nur der Sommer hoch in ihrer Gunst steht, sondern auch der Wintertourismus stetig zulegt und immer beliebter wird.

Finanzielle Entwicklung

Das leichte Minus von 0,4 % bei den Logiernächten steht im Kontext eines generell herausfordernden Jahres 2019, was sich auch im Betriebsergebnis zeigt. Im gleichen Zeitraum nahm die Anzahl der Hotelbetriebe um 8,8 % ab. Hinzu kamen krankheitsbedingte Personalausfälle. Mit einem Jahresverlust von CHF 5'901.50 schliesst die Rechnung damit unter den guten Ergebnissen der beiden Vorjahre ab.

Ein herzliches Dankeschön

Nach dem überaus erfreulichen Start ins laufende 2020 zeigt sich in der aktuellen Krisensituation, hervorgerufen durch das Coronavirus – COVID-19, von einem Tag auf den anderen, dass wir näher zusammengerücken und uns gemeinsam den Herausforderungen stellen müssen. Schön, Sie in guten wie in schlechteren Zeiten an unserer Seite zu wissen, geschätzte Mitglieder und Partner. Ihnen allen gebührt ein grosser Dank, ebenso allen Mitarbeitenden, den Vorstandsmitgliedern sowie allen involvierten Gremien.



2. Business Development

«Die Zukunft soll man nicht voraussehen wollen, sondern möglich machen.»

Antoine de Saint-Exupéry (1900–1944)

Auch das vergangene Berichtsjahr zeigt deutlich, dass die Veränderungen im wirtschaftlichen Umfeld Anpassungen unserer Destination Management Organisation erfordern. In der touristischen Liga, in welcher St.Gallen-Bodensee Tourismus mitspielen muss, sind gemäss Fachleuten mindestens 600'000 Logiernächte als Grössenvorgabe gefordert. Bekanntlich liegen wir mit aktuell 432'964 Logiernächten deutlich darunter.

Das Ziel ist nun, dass St.Gallen-Bodensee Tourismus zusammen mit der Stadt St. Gallen und weiteren Partnern aus Wirtschaft und Politik die Wettbewerbsfähigkeit der Region gesamthaft und nachhaltig erhöht. Die Weichen sollen nun für die Zukunft gestellt und allfällige Änderungen im System möglichst zeitnah umgesetzt werden. Dies manifestiert sich konkret in Kooperationen wie auch im gelebten Credo: «Vom Tourismus- zum Standortfokus».

Die Weichen werden nun für die Zukunft gestellt und Änderungen im System möglichst zeitnah umgesetzt.

Erfolgreiches erstes Amtsjahr des Tourismusrates

Der Tourismusrat traf sich im vergangenen Jahr zu zehn Sitzungen. Seine intensive Arbeit beinhaltet, die Grundleistungsvereinbarungen mit den Destinationen festzulegen und zu überwachen, Projektanträge zu beurteilen und die Leistungsvereinbarung mit dem Kanton umzusetzen. Die Ratsmitglieder sind:

- **Max Nadig**, Toggenburg Tourismus, Präsident
- **Pietro Beritelli**, Heidiland Tourismus
- **Markus Isenrich**, St.Gallen-Bodensee Tourismus
- **Simon Elsener**, Rapperswil Zürichsee Tourismus
- **Walter Tobler**, GastroSt.Gallen
- **Michael Vogt**, Hotellerie Ostschweiz
- **Patrick Vogler**, Casino Bad Ragaz

Nicht nur die Tourismusorganisationen können Projekte lancieren. Über die Seite www.tourismusrat-stgallen.ch kann jeder Projektträger einen Förderantrag stellen. Die regional zuständige Destination prüft in einem ersten Schritt die Vollständigkeit sowie die Zweckmässigkeit und leitet den Antrag an den Tourismusrat zur Beurteilung weiter.

Gäste holen war gestern – Mythen im Destinationsmarketing

Die St. Galler Professoren Christian Laesser und Pietro Beritelli haben zu Beginn des Berichtsjahres eine bemerkenswerte Studie veröffentlicht, worin die beiden darlegen, dass Tourismusorganisationen «nicht wirklich «Gäste holen»». Vorstand und Direktion haben im jährlichen Strategiereview die Erkenntnisse aus den in der Studie erwähnten elf ausgewählten Mythen aus der Praxis von Tourismusorganisationen mit unseren acht Handlungsfeldern gespiegelt. Die auf den ersten Blick manchmal polemisch anmutenden Aussagen bieten auf den zweiten Blick viel Stoff zur kritischen Selbstanalyse.

Fazit: Konzentration auf Kernkompetenzen, Fokussierung auf angebotsrelevante Bereiche, Aufgaben und Produkte, die oftmals marktwirtschaftlich nicht erbracht werden können und dennoch sinnstiftend sind. Ebenso ist es die Reduktion sowie das Weglassen von Mythen und eine nachvollziehbare Nutzenstiftung für die Tourismuswirtschaft, welche uns herausfordern.

MICE Strategie 2025

St.Gallen-Bodensee Tourismus (SGBT) will die strategische Ausrichtung des MICE-Segments in der Ostschweiz neu definieren und dynamisieren.

Die Abteilung St.Gallen-Bodensee Convention (SGBC) bearbeitet seit vielen Jahren sowohl den Kongress- wie auch den Seminarmarkt in der Ostschweiz. Im Mai 2019 wurde die vom Kanton St. Gallen in Auftrag gegebene MICE-Strategie an die Hand genommen. Der Prozess hat ergeben, dass SGBC inskünftig eine duale Strategie fahren wird (Kongressmarkt- und Seminarmarktstrate-

gie). Im Fokus stehen die Ausrichtung auf die Marktbedürfnisse, die Steigerung der Marktpresenz sowie die Nutzung von Synergien.

Wir möchten langfristig die strategische Ausrichtung des MICE-Segments in der Ostschweiz dynamisieren.

Mit der engen Verknüpfung der Kongressinfrastruktur und der Stadt St. Gallen will sich SGBC in Zukunft verstärkt der Kongressakquisition widmen. Die Seminarinfrastruktur ist hingegen breit über den ganzen Kanton verteilt. Aus diesen Überlegungen heraus befasst sich SGBC mit der Frage, ob die Seminarmarktstrategie eigenständig «inhouse» umgesetzt wird oder sich eine Kooperationsmöglichkeit mit Seminarland.ch von Thurgau Tourismus anbietet. Der Prozess sollte Mitte 2020 abgeschlossen sein, damit die Strategie spätestens zu Beginn 2021 greifen kann.





3. St.Gallen-Bodensee Convention

Die intensive und kontinuierliche Marktbeurteilung mit gezielten Aktivitäten und die höhere mediale Präsenz in Fachmagazinen zahlten sich aus: Das Operating-Team bearbeitete 2019 mit über 180 Anfragen rund einen Drittel mehr als im Vorjahr. Auch die Conversion-Rate erhöhte sich auf über 40%.

Das Operating-Team bearbeitete 2019 über 180 Anfragen.

Das Team um Bettina Güntensperger und seit September in Co-Leitung mit Anja Sachse implementierte das neue Partnerschaftsmodell erfolgreich, optimierte den Anfrageprozess, verbesserte das CRM und Reporting-Tool und setzte auf regelmässigen Austausch mit den wichtigsten Anbietern in Sales-Meetings und in der ARGE Kongress.

«Wir haben uns sehr willkommen und sehr gut betreut gefühlt und würden den Standort St.Gallen für andere Veranstaltungen dieser Grösse und Art absolut weiter empfehlen!» Diese Rückmeldung erhielt das Convention Bureau von einem PCO (Professional Congress Organizer), der einen medizinischen Kongress mit 550 Teilnehmern organisiert hat. Dieser hatte 2019 erstmals in St. Gallen stattgefunden.

1. Innovation

micelab:bodensee

Seit März ist die neue Website micelab-bodensee.com online. Anja Sachse fungiert als erste Ansprechpartnerin für Interessenten und ist eine von vier Botschaftern. Ende Juni 2019 endete die Förderphase durch Interreg. Die 13 Projektpartner entschieden sich, zur Weiterführung von micelab:bodensee per Anfang 2020 einen Verein zu gründen.

2. Key Account Management

Association Evening

Zusammen mit Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) organisierte das Convention Bureau im März einen Association Evening, um gezielt mit potenziellen Kongressveranstaltern aus St.Gallen ins Gespräch zu kommen.

Studienreisen

Zusammen mit Partnern aus dem DACH-Raum wurden drei Studienreisen organisiert. Aus der neuen Key-Partnerschaft mit der People's Airline entstand der Wunsch nach einer Studienreise für Wiener Eventagenturen und SGBC führte fünf Eventmanager durch die MICE-Region Ostschweiz.

SCIB organisiert jährlich für die erfolgreiche Medienmarke «BlachReport» eine Studienreise, die hochwertig und aussergewöhnlich sein soll. SGBC gewann den Pitch und zehn Livekommunikations-Agenturen liessen sich von der Region beeindrucken.

Aus dem Projekt micelab:bodensee resultierte eine erste länderübergreifende Kooperation in Form der viertägigen Edutainment-Veranstaltung «Grenzenloses Eventdesign». 20 Veranstaltern wurden drei verschiedene Eventlocations in der DACH-Region gezeigt. Fachleute aus Raumpsychologie, Trendforschung und Improvisation gingen der Frage nach, was die Erfolgsfaktoren einer gelungenen Veranstaltung sind.

Kundenevent «Digital?! Versuch's doch mal»

Die Digitalisierung findet auch in der Veranstaltungswelt statt und erleichtert Arbeitsabläufe. Sie wird aber «Events» – also Begegnungsplattformen, wo sich der Mensch mit Menschen austauscht – nicht ersetzen können. Das Thema beschäftigt die Branche, weshalb dazu im September ein Kundenevent organisiert wurde. Die Einladung wurde getreu dem Thema als Video-Botschaft verschickt – es folgten ihr knapp 20 Kunden.

Key Account Management mit SCIB

Im internationalen Kontext und in Bezug auf die Verbände nutzte SGBC vorwiegend die Plattformen von SCIB. Anfang April nahm SGBC erstmals am Format «The MICE PEAK» teil, das zahlreiche Möglichkeiten für Networking angeboten hat. Ende August war SGBC Teil einer viertägigen Sales-Tour durch Nordostdeutschland, an der potenzielle Neukunden über die MICE-Region St.Gallen-Bodensee informiert wurden.

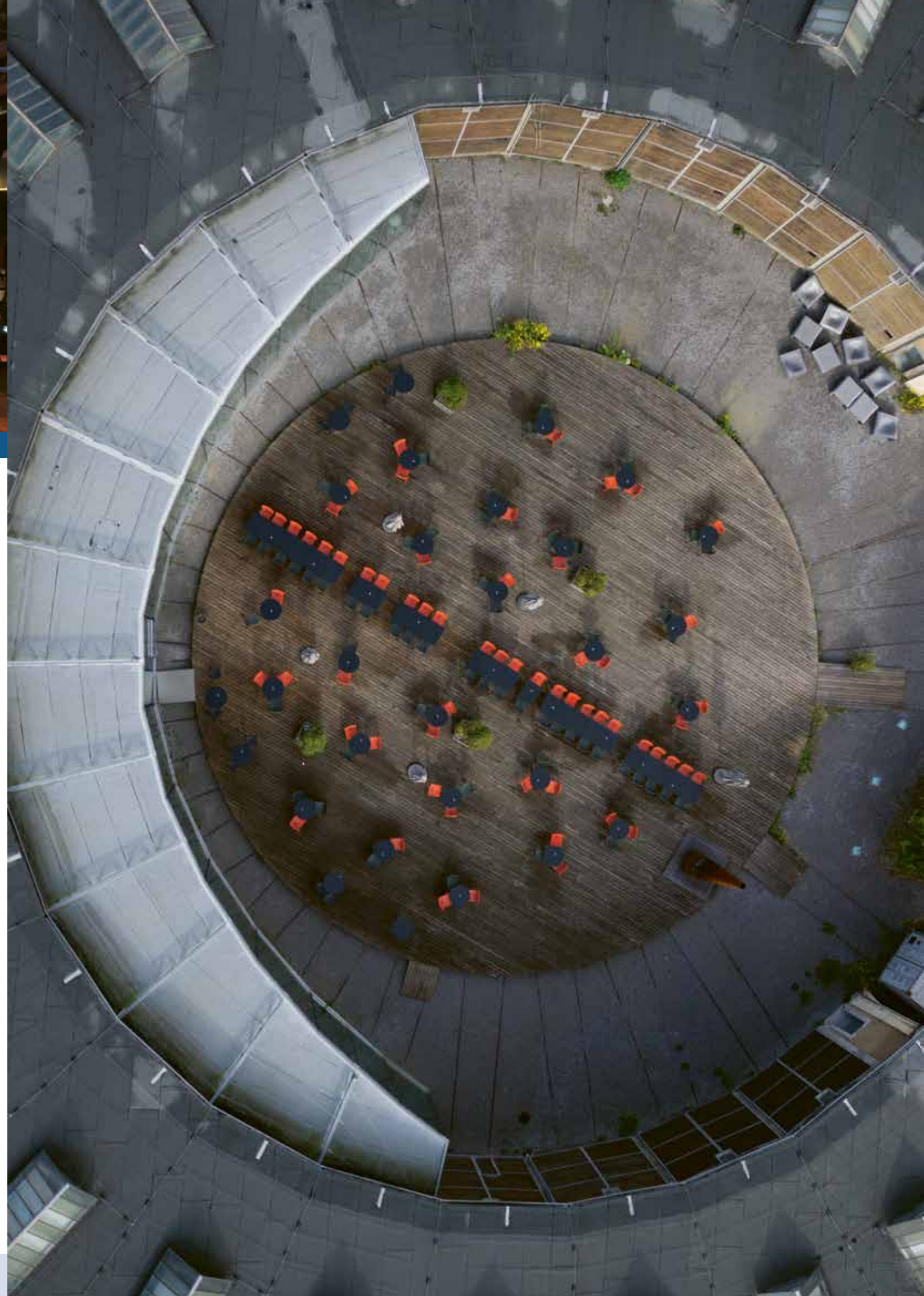
3. Promotion

Meetingplaner 2019

Über 60 Partner sind im Meetingplaner mit ihrem Angebot vertreten. Die Broschüre gilt in der Branche als beliebtes Nachschlagewerk. Er wurde im Januar an den bestehenden Adressstamm verschickt. Ausserdem war er an allen Marketingaktivitäten aufgelegt.

Fachmessen

Das Convention Bureau war 2019 aktiv an Fachmessen vertreten: Es präsentierte die Destination mit vier Partnern an der ConferenceArena in Zürich und trat zusammen mit Seminarland am Assistants' Day im Trafo Baden auf. Mitte Jahr reiste Anja Sachse nach Berlin an den Verbaende.com Infotag.



Im Herbst wurde erstmals der österreichische Markt am «Event Innovation Forum» in Wien getestet, und weiter ging es mit dem Hotel Säntispark noch an die «LOCATIONS» Messe nach München.

4. eMarketing

Die Website st.gallen-convention.ch wurde 2019 stetig weiterentwickelt. Darauf sind nebst den einzelnen Leistungsträgern im Venue Finder auch die gesamte Dienstleistungskette dargestellt. Des Weiteren steckte das Team viel Engagement und Leidenschaft in den Aufbau und die Weiterentwicklung der Social-Media-Kanäle.

5. Key Media Management

MICE-tip

In der ersten Ausgabe des Fachmagazins «MICE-tip» präsentierte sich die Bodensee-region im Fokusthema «Tagen auf dem Wasser». In der dritten Ausgabe war der Schwerpunkt «Tagen auf Weingütern» und die Destination konnte auch hier mit attraktiven Anbietern auftrumpfen.

LEADER

Die März-Ausgabe des Unternehmermagazins «LEADER» widmete mehr als 20 Seiten der Ostschweizer MICE-Branche. Mit Thomas Kirchhofer auf der Titelseite und seinem Interview «Mit einer Stimme für St. Gallen» war St.Gallen-Bodensee Tourismus prominent vertreten.

EventEmotion

«Tagen auf dem Weingut» war auch im Fachmagazin «EventEmotion» ein Thema und das Rheintal ein Teil davon. Eine grössere Berichterstattung über «Die Kongressstadt St.Gallen rüstet auf» gab es in der zweiten Ausgabe. Das letzte Magazin präsentierte mit «Unvergessliche Momente im Team» verschiedene Rahmenprogramm-Ideen in der Destination.

Zahlen und Fakten 2019 2018



Anzahl Anfragen:

181

137



Total Kommissions-
ertrag in CHF:

49'920

55'887



Realisierungsquote
(im 2019 durch-
geführt oder bestätigt
für 2020ff):

40.9%

34.6%



Anzahl Kontakte
aus Sales-/Marke-
tingaktivitäten:

783

599



4. Marketing und Kommunikation

MARKETING

2019 stand im Zeichen der Produktentwicklung und der fortschreitenden Digitalisierung der Marketingaktivitäten von St.Gallen-Bodensee Tourismus. Mit dem erfolgreichen Projektabschluss der Neugestaltung der Website wurde die Grundlage geschaffen, die digitalen Kanäle verstärkt in den Mittelpunkt der Vermarktungsaktivitäten zu stellen. Buchbare Angebote und Erlebnisse wie z. B. das SMALLNIK oder der Fondue-Rucksack wurden im eigenen Buchungssystem TOMAS systematisch erfasst und Werbemassnahmen darauf konzentriert. Mitte des Jahres galt der Fokus der Lancierung unseres ersten Guide-Magazins. Der Name «612» erinnert an die Gründungsgeschichte

der Stadt St.Gallen und ist zudem Indiz für die Vielfalt der Aktivitäten in der Region.

Mitte des Jahres galt der Fokus der Lancierung unseres ersten Guide-Magazins.

In der zweiten Jahreshälfte galt die Aufmerksamkeit sowohl der Weiterentwicklung der Plattform Fernmärkte sowie dem geplanten Rollout des neuen Prozess- und Projektmanagementsystems «Stratsigner».

1. Incoming

St.Gallen-Bodensee Tourismus betreibt kein Incoming Büro, arbeitet aber gezielt an Inhalten der Verfügbarkeit sowie der einfachen Buchbarkeit und Vermarktung. Neue Pauschalangebote und Erlebnisse wurden geschaffen und bestehende weiterentwickelt. Dank der intensiven Zusammenarbeit mit TOMAS und dem zielführenden Austausch mit der Digital-Agentur TSO AG konnten technische Prozesse erweitert und verbessert werden. Im Sinne des Gastes und Nutzers wurden so die Informations- und Buchungsprozesse optimiert. Die Plattform Fernmärkte ist weiterhin in Asien und in den USA aktiv. 2019 konnte aus

den genannten Märkten kein signifikantes Wachstum verzeichnet werden, jedoch tragen sie zu einem ausgeglichenen Logiernächteportfolio bei. Die Sales-Reise nach China im November 2019 war wiederum erfolgreich. Gemeinsam mit dem lokalen Startup LocalBini wurde ein attraktives Rahmenprogramm für diese Gäste erarbeitet. St.Gallen-Bodensee Tourismus präsentierte sich 2019 am «Top of Switzerland» in Stuttgart, einem Verkaufs- und Showabend von Beat Antenen, sowie an einer zweitägigen Verkaufstour in der Umgebung von Wien. Diese kam dank der Zusammenarbeit mit der Fluggesellschaft People's zustande.

2. Promotion

Städtepartnerschaft mit Schweiz Tourismus
St.Gallen präsentierte sich auch 2019 als A-Stadt und verbleibt im Kreis der grössten Schweizer Städte. Das Kampagnen-Thema war «Swiss urban feeling. Boutique Städte». Dabei handelte es sich um spezielle Städtelerlebnisse aus einer überraschenden Perspektive. Der neugewählte Präsident des FC St. Gallen 1879, Matthias Hüppi, war Protagonist in der Key Story. Der Film drehte sich um die Herkunft St.Gallens mit deren Traditionen und Werten. Der älteste Fuss-

ballclub Kontinentaleuropas spielte dabei eine ebenso bedeutende Rolle wie auch der Stiftsbezirk.

St.Gallen präsentierte sich auch 2019 als A-Stadt und verbleibt im Kreis der grössten Schweizer Städte.

Überregionale Zusammenarbeit

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 Medienreisen sowie Messeauftritte in Mailand und Rimini. Zudem präsentierten sich an der CMT in Stuttgart sowie der ITB in Berlin einige Bodenseeakteure sowie Liechtenstein Marketing im Rahmen des jährlichen Pressefrühstücks.

Zahlen und Fakten 2019 2018



Anzahl betreuter
Medienschaffender:
220 291

Anzahl Publikationen
Medien international:
397 420
national:
30 70

Anzahl Publikationen
Medien regional
und lokal:
340 259



3. Sternenstadt St.Gallen

Die St.Galler Sternenbeleuchtung wurde 2019 standesgemäss mit der Sternvernissage eröffnet. Zum 10-jährigen Jubiläum wurden zusätzliche Aktivitäten und Attraktionen durchgeführt. Zentral war dabei die erstmalige Aktion der Sternenpatenschaft. Interessierte Privatpersonen sowie Unternehmen konnten Patin oder Pate eines oder mehrerer Sterne werden.

KOMMUNIKATION

Die Zusammenarbeit mit der Kommunikationsagentur Gretz Communications wurde 2019 weiter intensiviert. Gemeinsam durfte der neue Ausstellungssaal im Stiftsbezirk kommuniziert und eine Klosterplan-Medienreise umgesetzt werden. Der MICE-Bereich wurde weiter systematisch platziert und die Kommunikationsmassnahmen in der Westschweiz verstärkt.

1. Public Relations

Neben der Medienarbeit ist die Erstellung von redaktionellen Inhalten die Hauptaufgabe der Kommunikationsabteilung. Das In-

teresse der internationalen Medien an der Destination St.Gallen-Bodensee war auch 2019 ungebrochen. So organisierte und betreute die Marketing- und Kommunikations-Abteilung über 60 Medienreisen mit 220 Teilnehmenden aus der ganzen Welt. Als kleines Highlight konnte sich St.Gallen 2019 als Post-Destination beim Internationalen Influencer Summit einer ausgewählten Gruppe von renommierten Influencern von der besten Seite zeigen. Dazu beigetragen hat auch der erstmals durchgeführte «Instawalk». Lokalen Instagrammern wurden spezielle Orte in der Stadt präsentiert. Gemeinsam mit einer Stadtführerin konnten so neue Aspekte von St.Gallen fotografisch und textlich festgehalten werden. Ebenfalls erfolgreich verlief der zweite Medienabend in Zürich. Gemeinsam mit den Appenzeller Bahnen sowie der Schweizerischen Südostbahn wurde das Schwerpunktthema 2020 «Bahn» vorgestellt. Die Schokoladenfabrik des Glücks, Maestranì, und die Brauerei Schützengarten komplettierten den gelungenen Auftritt.

2. Corporate Publishing

2019 wurden die Stadtpläne für St.Gallen sowie Rorschach inhaltlich und optisch über-

arbeitet. Sie erscheinen nun in einem einheitlichen Erscheinungsbild. Der Fokus galt jedoch dem Guide-Magazin «612», welches erstmals konzipiert und Mitte 2019 erfolgreich lanciert wurde. Die Titelbotschaft «Grenzenlos» spielte dabei eine zentrale Rolle. Sie entspricht der touristischen Denkweise von St.Gallen-Bodensee Tourismus und widerspiegelt sich in den redaktionellen Inhalten. Die erfolgreiche Lancierung der Erstausgabe und die zahlreichen positiven Kommentare stimmten uns erfreulich, so dass die zweite Ausgabe kurz danach in Angriff genommen wurde.

3. eKommunikation

Die Abteilung Marketing und Kommunikation ist für die Führung, inhaltliche Planung und Umsetzung der Website www.st.gallenbodensee.ch verantwortlich. Sie kümmert sich zudem um sämtliche digitalen Kanäle wie Google Ads oder Social Media und ist treibende sowie unterstützende Kraft bei der Umsetzung digitaler Marketing- und Unternehmensprojekte. Mit dem Abschluss des Web-Relaunchs wurde zudem der digitale Kundendienst «Live-Chat» in Betrieb genommen. Dieser konnte um die Applikation «Guuru» ergänzt werden. So können

Kundenanfragen während 24 Stunden und sieben Tage die Woche entgegenommen und bearbeitet werden. Die gesteckten Social-Media-Ziele wurden bereits Ende des dritten Quartals erreicht. Mit der neuen Social Wall «Getflowbox» können Beiträge themenspezifisch kuratiert und eigenen Produkten zugewiesen werden. «User Generated Content» belebte die Interaktivität der Website zusätzlich und trug positiv zum angestrebten Wachstum bei.

Nebst dem Einsatz von Videos in der digitalen Kommunikation spielten auch 360°-Panorama-Aufnahmen eine immer wichtigere Rolle. Gemeinsam mit First Media aus St.Gallen wurden Aufnahmen für St.Gallen-Bodensee Tourismus erstellt und den Mitgliedern ein attraktives Angebot zur Nutzung unterbreitet.

Im vierten Quartal nahmen die Bereiche Business Development sowie Marketing und Kommunikation die Arbeit mit dem neuen Prozess- und Projektmanagement-Tool «Stratsigner» auf. Diese Softwarelösung dient der operativen Darstellung von Prozessen, Projekten sowie der Budget- und Erfolgskontrolle innerhalb der Unternehmung.



5. Erlebnismangement St.Gallen

1. Tourist Information

Die Tourist Information im Stiftsbezirk ist die Anlaufstelle für Einheimische und Gäste aus aller Welt. Der Dienstleistungsgedanke steht dabei stets im Zentrum. Gäste werden persönlich am Schalter, per E-Mail, am Telefon oder im Live-Chat bedient.

Auch 2019 wurde das Verkaufssortiment mit vielen attraktiven Produkten und Angeboten erweitert. Unter anderem erfreuen sich seither die neuen FC St.Gallen 1879-Artikel grosser Beliebtheit. Mit der Möglichkeit Geschenk-Gutscheine online erwerben zu können, konnte ein zusätzlicher Service geschaffen werden.

Der Stadtplan wurde überarbeitet und präsentiert sich nun in einem modernen Look mit einem grösseren Stadtausschnitt. Erhältlich ist er als Faltpapier oder Abreissblock.

Um Kunden noch gezielter anzusprechen, wird das Online-Angebot auch zukünftig stetig erweitert.

Der Beitritt in das Projekt Tourist Office 3.0, der Wissens- und Netzwerkplattform für alle Themen rund um Gästeinformation und -betreuung im Schweizer Tourismus, ermöglicht einen konstruktiven Austausch zwi-

schen den verschiedenen Destinationen und zeigt, dass St.Gallen-Bodensee Tourismus in einigen Bereichen bereits sehr gut aufgestellt ist. Das zukunftsorientierte Projekt vernetzt die Schweizer Tourist Offices mit dem Fokus auf die Chancen der Digitalisierung. Um Kunden noch gezielter anzusprechen, wird das Online-Angebot zukünftig erweitert. Wiederum organisierte das Team von Konzert und Theater St.Gallen den Vorverkauf für die St.Galler Festspiele vor Ort in der Tourist Information. Ausserdem standen die hilfsbereiten Tourist Angels wieder mit vollem Elan in der Stadt im Einsatz.

2. Stadtführungen

Im Geschäftsjahr 2019 koordinierte das Stadtführungsteam über 300 öffentliche Rundgänge und mehr als 1'260 private Stadtführungen. So nahmen ca. 28'100 Personen an den traditionellen Altstadt-UNESCO-Führungen und den verschiedenen Themenführungen teil. Dies entspricht einem Plus von 6.8% gegenüber dem Vorjahr.

Das Angebot wurde durch drei neue Führungen ergänzt. Mit der Führung «Unterwegs mit der Dienstmagd» hat St.Gallen-Bodensee Tourismus die erste szenische Führung in der Gallusstadt lanciert. Für die

Winterzeit wurden «Mittwinter in St.Gallen» und «Kunst & Tradition zur Adventszeit» erarbeitet. Die beiden letztgenannten Führungen eignen sich insbesondere für Weihnachtsanlässe bestens. Im Fackelschein in der Mühlenenschlucht oder im Geschäft der Buchbinderei erfahren Interessierte spannende Geschichten zur Weihnachtszeit.

Alternative Erlebnisführungen werden nebst den klassischen Stadtführungen immer beliebter.

Spezielle und eindrückliche Geschehnisse werden für Gäste und Besucher immer beliebter. Der Trend ist eindeutig: Für alternative Szene- und Erlebnisführungen besteht nebst den klassischen Stadtführungen eine erhöhte Nachfrage. Die Erarbeitung neuer Angebote und die stetige Weiterentwicklung bestehender Formate wird jeweils mit viel Engagement und Effort gemeinsam mit den Guides vorgenommen. Am UNESCO-Welterbetag im Juni wurden zum Thema «Klosterkirche damals und Kathedrale heute» kostenlose Rundgänge angeboten. Beim Anlass «NZZ Geschichte on Tour 2019» im September war St.Gallen-Bodensee Tourismus ebenfalls ein Teil davon. Mit dem vorgegebenen Thema «St.Gallen:

Aufstieg und Fall der Textilindustrie» wurden vier ausgebuchte Führungen durch die Stadt durchgeführt.

Mit dem neu eingeführten Feedbackformular für Stadtführungen konnte noch gezielter auf Wünsche und Anregungen eingegangen werden. Ebenfalls wurde das Angebot mit den Online-Reservierungen erweitert und rege genutzt.

Beim Stadtführungsteam stiessen fünf neue Guides dazu: Rahel Werner, Karin Bredull, Faustino Malaguti, Klaus Stahlberger und Felix van den Berg. Sie haben sich bestens ins Team eingelebt und sind mit viel Leidenschaft und Begeisterung für St.Gallen-Bodensee Tourismus unterwegs.

Ein herzliches Dankeschön gilt allen Guides und Tourist Angels für ihre hervorragende Leistung und ihr Engagement.

Zahlen und Fakten 2019 2018



Besucherzahl
Tourist Information:
72'518 76'639



Anzahl Stadtführungen
und Rundgänge:
1'563 1'468



Anzahl Teilnehmende
Stadtführungen
und Rundgänge:
ca. **28'134** 26'424



6. Erlebnismangement Rorschach

1. Tourist Information

2019 war für Rorschach ein erfolgreiches Jahr, geprägt von abwechslungsreichen Anlässen und Angeboten. Etwa 21'500 Besucher und Gäste fanden den Weg in die Tourist Information Rorschach.

St.Gallen-Bodensee Tourismus setzte sich für Projekte und Anlässe vor Ort ein und unterstützte das Netzwerk Rorschach mit einem Beitrag. Dieses förderte mit den Mitteln lokale Projekte und Veranstaltungen, so u.a. die Eisarena, die Coop Beachtour Rorschach, das Sandskulpturenfestival, Weihnachten in Rorschach und viele weitere. Die einzigartige Erlebnisrundfahrt ab Rorschach mit zwei Bergbahnen war auch dieses Jahr ein Publikumsmagnet.

Das Dampfschiff «Hohentwiel» und das neue Schiff «Art déco MS Oesterreich» machten für Rundfahrten Halt im Hafen Rorschach. Die beiden Schiffe sind wahre Besucherattraktionen.

2. Events

Neben vielen traditionellen Anlässen wurde zum 1250-jährigen Jubiläum von Steinach das musikalische Festspiel «WasserLand – ein Sommernachtssturm» am Seeufer erfolgreich aufgeführt.

3. Ausstellungen

Tausende Besucher feierten die Eröffnung des neuen Flieger- und Fahrzeugmuseums in Altenrhein. Historische Flugzeuge und edle Oldtimer können dort bestaunt werden. Faszinierende Flugshows sorgten für atemberaubende Unterhaltung. Zudem öffnete das Festungsmuseum Haldenberg in St. Margrethen sein Festungstor von April bis Oktober 2019.

Die Markthalle Altenrhein lockte Besucher mit Kunstführungen und Besichtigungen an und das Museum im Kornhaus präsentierte die faszinierende Sonderausstellung «Bewegung 2.0».

Zahlen und Fakten 2019 2018



Besucherdahl
Tourist
Information:

ca. **21'500**
ca. 22'250



Anzahl Stadt-
führungen & Mini
E-Bike Touren:

18
18



Einnahmen aus Ticketverkäufen
SBB & SBS in CHF:

594'586	215'000
(SBB inkl. Swisspass)	(SBS)
625'657	235'800



7. Netzwerk und Engagement

1. Netzwerk

International

- IBT Internationale Bodensee Tourismus GmbH
- Bodensee Meeting
- Koordination der Projektgruppe micelab:bodensee
- Vierländerregion-Projekt «Kirchen, Klöster und Weltkultur»

National

- Mitglied und Partner von Schweiz Tourismus
- Mitglied und Beirat des Schweizer Tourismus-Verbandes
- Mitglied der World Heritage Experience Switzerland
- Mitglied und Vorstand Verband Schweizer Tourismusmanager
- Mitglied des Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB)
- Mitglied des Vereins Grand Tour of Switzerland (GToS)
- Mitglied und Revision im Verein Grand Train Tour of Switzerland
- Mitglied bei ESB Marketing Netzwerk AG
- Mitglied bei Celebrationpoint
- Mitglied im Städtepool
- Mitglied bei Tourist Office 3.0
- Vorstand Fördergesellschaft IMP-HSG

Ostschweiz

- Einsitz im Vorstand Ostschweiz Tourismus
- Einsitz im Steuerungsausschuss und der Arbeitsgruppe Rheintalwein
- Mitglied im Verein CULINARIUM
- Mitglied der Geschäftsführerkonferenz Ostschweiz

Die weiteren Mitglieder sind:

- Appenzellerland Tourismus AR
- Appenzellerland Tourismus AI
- Heidiland Tourismus AG
- Liechtenstein Marketing
- Schaffhauserland Tourismus
- Thurgau Tourismus
- Toggenburg Tourismus
- Rapperswil Zürichsee Tourismus

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 Textiland
- Mitglied Verkehrsverein Altenrhein
- Mitglied Netzwerk Rorschach

Stadt St.Gallen

- Beirat Olma Messen St.Gallen
- Vorstand des Vereins UNESCO-Weltkulturerbe sowie Fachgruppe Vermittlung
- Einsitz in der Museumsplattform Stadt St.Gallen
- Vorstand Sternenstadt St.Gallen
- Leitung der ARGE Kongress
- Einsitz im Vorstand der IG Wirtschaft
- Mitglied Pro City St.Gallen
- Mitglied Wilder Osten

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 2019 durfte St.Gallen-Bodensee Tourismus auf die Unterstützung zahlreicher Mitglieder und Partner zählen.

Mitglieder	Anzahl	Anzahl
	2019	2018
Gemeinden, Stadt und Kanton	37	37
Unterkünfte (Hotels, Ferienwohnungen / B&B, Gruppenunterkünfte)	86	96
Gastronomiebetriebe	62	65
Kulturelle Betriebe	21	23
Detailhandel und Drittbranchen	159	165
Privatpersonen	25	28
Total Mitglieder	390	414



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
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	
1) Ankünfte	131 720	135 376	28 479	25 761	23 721	25 152	49 918	52 148	233 838	238 437	-1.93%
2) Logiernächte	244 035	247 478	63 242	57 549	38 063	39 481	87 614	90 302	432 954	434 810	-0.43%

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 2019 vs 2018 in %
	2019	2018	2017	2016	
Schweiz	249 222	244 557	245 966	222 592	1.91%
Deutschland	75 643	77 985	77 129	68 859	-3.00%
Österreich	15 068	12 970	16 277	10 717	16.18%
Italien	9 366	10 943	10 938	9 880	-14.41%
Benelux	6 408	6 263	6 819	7 662	2.32%
Vereinigtes Königreich	5 895	6 144	6 093	6 002	-4.05%
Skandinavien	5 043	6 074	5 484	4 293	-16.97%
Frankreich	6 189	5 946	5 628	5 639	4.09%
Spanien und Portugal	3 425	4 137	3 363	3 067	-17.21%
Übriges Europa	22 512	22 270	20 975	20 140	1.09%
Europa Total	398 771	397 289	398 672	358 851	0.37%
Vereinigte Staaten / USA	8 095	9 114	8 859	8 571	-11.18%
China (mit HKG)	6 491	6 310	7 966	6 048	2.87%
SEA*	3 565	2 861	3 830	3 637	24.61%
Korea	1 980	2 311	1 652	784	-14.32%
Japan	1 755	1 966	3 073	2 519	-10.73%
Ausland total	183 732	190 253	190 204	168 536	-3.43%
Gesamttotal	432 954	434 810	436 170	391 128	-0.43%

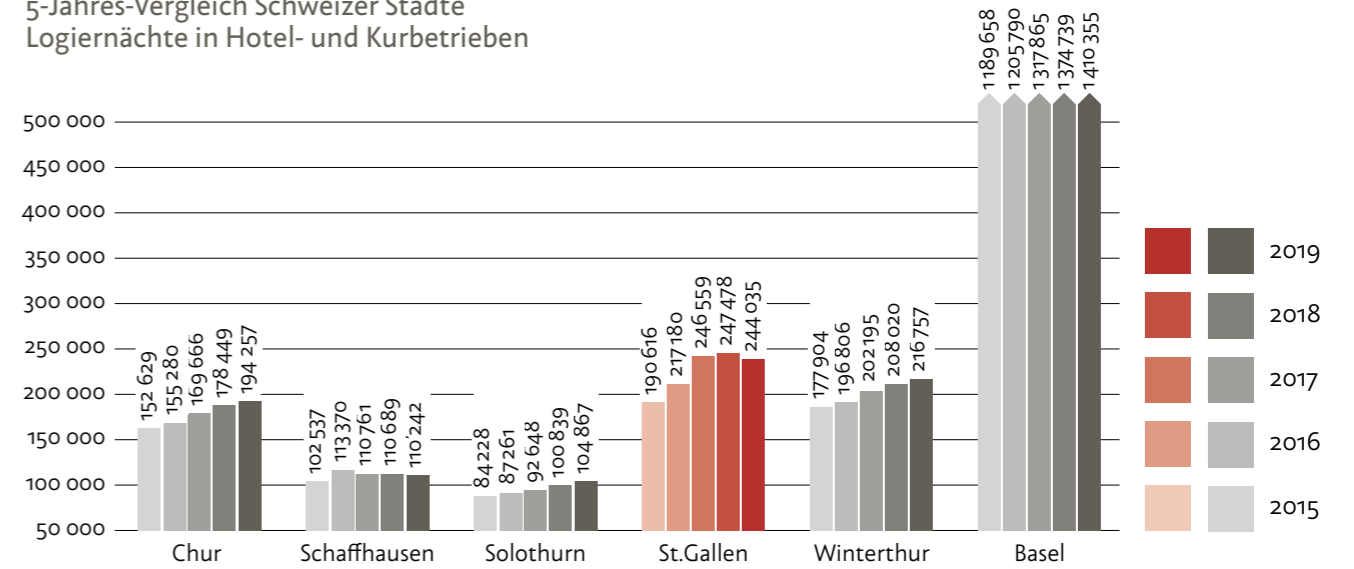
* Übriges Süd- und Ostasien, Thailand, Singapur, Malaysia, Philippinen, Indonesien



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

	2019	2018
Anzahl Betriebe	11	11
Ankünfte	7 654	6 389
Logiernächte	16 907	16 019

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

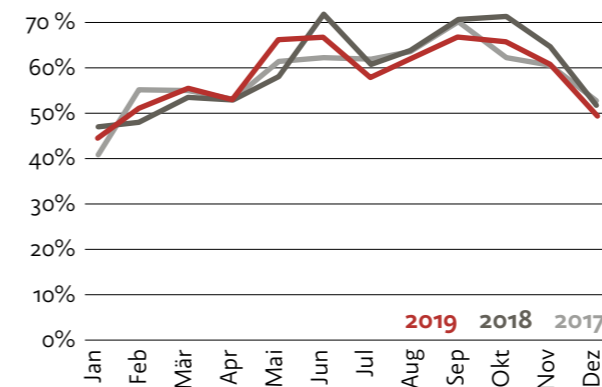


Frequenzzahlen Tagestourismus

	2019	2018	2019	2018	
Museen	181 201	160 828	Abenteuerland Walter Zoo	270 334	280 323
Stiftsbezirk (seit April 2019 mit drei Ausstellungssälen)	151 765	139 370	Bodensee Schifffahrtsbetriebe (Anzahl Ausstiege in Rorschach)	28 224	30 724
OpenAir St.Gallen	88 000	100 000	Forum Würth Rorschach	61 942	59 871
davon 4-Tagespässe	13 000	18 000	Maestrani's Chocolarium	130 000	130 000
Olma Messen St.Gallen	701 435	741 779	Konzert und Theater St.Gallen		
Swiss Casinos St.Gallen	186 005	183 501	Konzert	18/19 23 132	17/18 26 868
Bäderlandschaft Säntispark	928 000	880 000	Theater	18/19 106 992	17/18 118 843
			St.Galler Festspiele	10 339	10 029



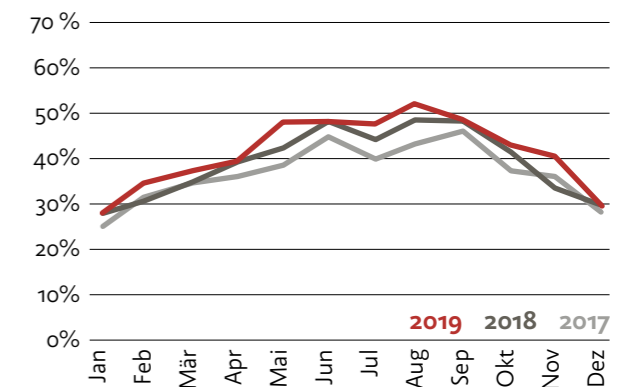
Nettozimmerauslastung in der Hotellerie der Stadt St.Gallen



Perimeterstand 2017



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





9. Jahresabschluss

9.1 Bilanz

	31.12.2019	31.12.2018
	CHF	CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	619 000.72	839 810.15
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	258 032.00	186 142.36
Andere kurzfristige Forderungen	18 650.22	59 711.02
Vorräte	39 637.00	26 058.50
Aktive Rechnungsabgrenzungen	31 750.00	31 675.10
	967 069.94	1 143 397.13
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	200 002.00	200 002.00
	200 002.00	200 002.00
Total Aktiven	1 167 071.94	1 343 399.13
Passiven		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	204 473.19	220 628.37
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	53 518.34	79 395.85
Passive Rechnungsabgrenzungen	95 500.00	185 893.00
kurzfristige Rückstellungen	33 000.00	30 000.00
	386 491.53	515 917.22
Langfristiges Fremdkapital		
Rückstellungen	261 197.50	282 197.50
	261 197.50	282 197.50
Fondskapital zweckgebunden		
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierungen	380 000.00	400 000.00
	380 000.00	400 000.00
Eigenkapital		
Vereinskapital	145 284.41	121 377.55
Jahresgewinn / -verlust	-5 901.50	23 906.86
	139 382.91	145 284.41
Total Passiven	1 167 071.94	1 343 399.13

9.2 Betriebsrechnung

	2019	2018
	CHF	CHF
Betriebsertrag		
Ertrag aus Beiträgen		
Kanton St. Gallen	580 000.00	545 000.00
Städte St. Gallen & Rorschach	945 000.00	945 000.00
Politische Gemeinden (ab 2018 inkl. Verein SG Rheintal)	79 850.00	84 250.00
Mitgliederbeiträge	147 605.00	159 758.00
	1 752 455.00	1 734 008.00
Ertrag aus erbrachten Leistungen		
Gasttaxen	1 035 754.51	1 032 479.25
Sponsorenbeiträge	559 340.02	577 730.00
Ertrag aus Dienstleistungen	823 264.85	824 537.87
Andere betriebliche Erträge	167 765.07	186 525.56
	2 586 124.45	2 621 272.68
Total Erträge	4 338 579.45	4 355 280.68
Aufwand für Waren und Dritteleistungen		
Wareneinkauf und Dritteleistungen (Dienstleistungen)	-424 278.78	-477 554.74
Stadtführungen / Stadtrundgänge	-42 434.82	-46 302.38
	-466 713.60	-523 857.12
Bruttoergebnis	3 871 865.85	3 831 423.56
Betriebsaufwand		
Personalaufwand		
Lohnaufwand	-1 649 713.35	-1 577 076.60
Sozialversicherungsaufwand	-276 182.40	-256 223.95
Übriger Personalaufwand	-67 085.35	-45 563.90
	-1 992 981.10	-1 878 864.45

9.2 Betriebsrechnung

	2019	2018
	CHF	CHF
Sonstiger Betriebsaufwand		
Raumaufwand	-213 585.07	-209 950.02
Unterhalt / Reparaturen / Ersatz	-3 425.24	-15 271.78
Sachversicherungen / Abgaben / Gebühren / Bewilligungen	-10 721.38	-6 580.39
Energie- und Entsorgungsaufwand	-6 498.44	-7 083.25
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-403 226.38	-423 599.26
Werbeaufwand	-1 191 833.45	-1 055 147.65
Übriger Betriebsaufwand	-90 832.97	-73 947.79
	-1 920 122.93	-1 791 580.14
Total Betriebsaufwand	-3 913 104.03	-3 670 444.59
Betriebsergebnis	-41 238.18	160 978.97
Finanzerfolg		
Finanzertrag	45 567.01	71 031.99
Finanzaufwand	-10 230.33	-8 104.10
	35 336.68	62 927.89
Ausserordentlicher Erfolg		
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	0.00
Ausserordentlicher Aufwand	0.00	-200 000.00
	0.00	-200 000.00
Jahresgewinn / -verlust	-5 901.50	23 906.86

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 Vereinskapi- tal 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 Vereinskapi- tal verrechnet.

9.3 Anhang zur Jahresrechnung

2. Erläuterungen zur Jahresrechnung

	31.12.2019	31.12.2018
	CHF	CHF
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Offene Debitorenrechnungen	272 194.80	206 237.96
Kreditkartenguthaben, übrige Guthaben	12 837.20	904.40
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)	285 032.00	207 142.36
./ . Pauschale Wertberichtigung	-27 000.00	-21 000.00
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)	258 032.00	186 142.36
Andere kurzfristige Forderungen		
Verrechnungssteuer	15 770.90	56 615.90
Frankiermaschine	2 879.32	3 095.12
Total andere kurzfristige Forderungen	18 650.22	59 711.02
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	204 289.48	220 074.99
Anzahlungen / Doppelzahlungen von Kunden	183.71	553.38
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	204 473.19	220 628.37
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten		
Mehrwertsteuer	20 096.54	24 669.35
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	4 357.55	3 915.50
Verbindlichkeiten ggü. der Pensionskasse Stadt St.Gallen	20 247.30	19 264.40
Verbindlichkeiten aus Vorverkäufen / übrige Verbindlichkeiten	8 816.95	31 546.60
Total andere kurzfristige Verbindlichkeiten	53 518.34	79 395.85

9.3 Anhang zur Jahresrechnung

	31.12.2019	31.12.2018
	CHF	CHF
Kurzfristige Rückstellung für Ferien und Überzeit		
Bestand per 1.1.	30 000.00	34 000.00
Zuweisungen	3 000.00	0.00
Verwendungen	0.00	-4 000.00
Bestand per 31.12.	33 000.00	30 000.00
Langfristige Rückstellung für Informatikprojekte		
Bestand per 1.1.	40 000.00	40 000.00
Zuweisungen	0.00	0.00
Verwendungen	-6 000.00	0.00
Bestand per 31.12.	34 000.00	40 000.00
Langfristige Rückstellung für Umbau Büro		
Bestand per 1.1.	100 000.00	0.00
Zuweisungen	0.00	100 000.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	100 000.00	100 000.00
Langfristige Rückstellung für Kongressmanagement		
Bestand per 1.1.	142 197.50	142 197.50
Zuweisungen	0.00	0.00
Verwendungen	-15 000.00	0.00
Bestand per 31.12.	127 197.50	142 197.50
Langfristige Rückstellung für Pensionskasse		
Bestand per 1.1.	0.00	8 000.00
Zuweisungen	0.00	0.00
Verwendungen	0.00	-8 000.00
Bestand per 31.12.	0.00	0.00
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierung		
Bestand per 1.1.	400 000.00	300 000.00
Zuweisungen	0.00	100 000.00
Verwendungen	-20 000.00	0.00
Bestand per 31.12.	380 000.00	400 000.00
Ausserordentlicher Aufwand		
Rückstellung für Umbau Büro Parterre	0.00	100 000.00
Rückstellung Integrierte Stadtvermarktung	0.00	50 000.00
Rückstellung Projekte (Eventplattform / Gruppenbuchungstool / Fernradweg)	0.00	50 000.00
Total ausserordentlicher Aufwand	0.00	200 000.00



9.3 Anhang zur Jahresrechnung

3. Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.

4. Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten

	31.12.2019	31.12.2018
Kopiergeräte	1273.25	5393.93

5. 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.



10. Revisionsbericht

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 2019 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, 24. Februar 2020

Beilagen:

Jahresrechnung 2019 bestehend aus:

- Bilanz
- Erfolgsrechnung
- Anhang

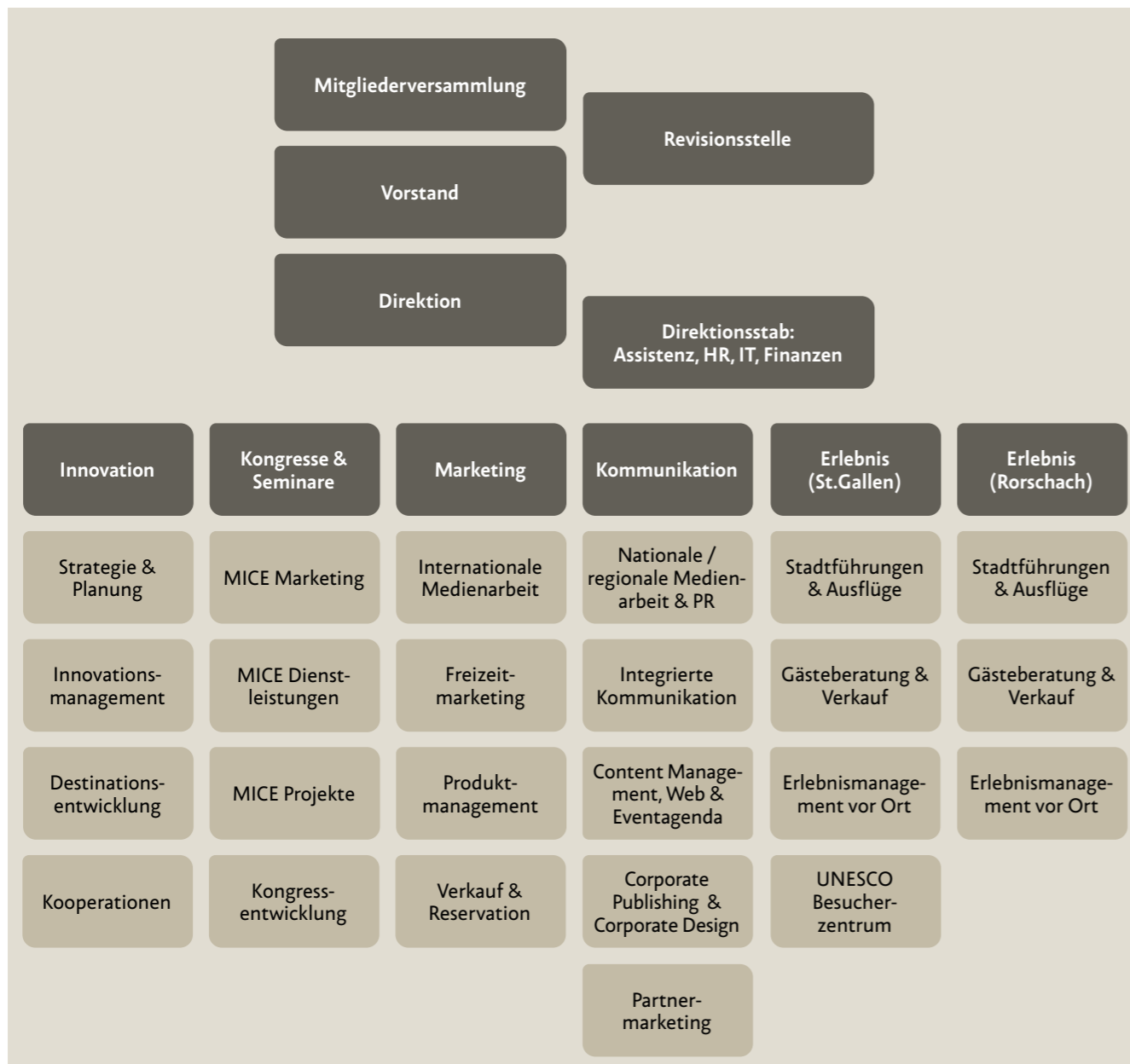


11. Organisation

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 acervis 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



Nicolo 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



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



Vizepräsident
Thomas Müller

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

- Nationalrat



Walter Tobler

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

- Verwaltungsratspräsident huus-braui ag
- Präsident GastroSt.Gallen



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»



Michael Vogt

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

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



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

Revisionsstelle

- Finanzkontrolle der Stadt St.Gallen



13. Team

Direktion ▶



Thomas Kirchhofer*
Direktor (100%)



Ariana Krizko
Direktions-
assistentin und
Personal (100%)
bis 30. April



Anja Geiger
Direktions-
assistentin und
Personal (100%)
ab 1. Mai



Andrea Bieri
Sachbearbeiterin
Finanzen (90%)



Moritz Nägeli
Projektleiter
Business Deve-
lopment
(60%)



Bettina Güntensperger*
Co-Leiterin
Convention
(50%)



Anja Sachse
Co-Leiterin
Convention
(100%)
ab 1. September

St.Gallen-Bodensee Convention ▶



Martina Zuberbühler
Projektleiterin
Sales im Con-
vention (40%)
ab 1. Juni



Anja Geiger
Projektleiterin
Operating &
Marketing (100%)
bis 30. April



Anja Sachse
Projektleiterin
Operating &
Sales (100%)
bis 31. August



Linda Moser
Projektleiterin
Operating &
Marketing
(100%) ab 1. Mai



Marion Azzato
Co-Leiterin
Convention
(50%)



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



Andrea Federer
Marketing-
assistentin
(100%)

Marketing & Kommunikation ▶



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



Nicole Berger
Projektleiterin
Print & Online
(60%)



Alisa Haag
Experience
Manager
(100%)



Christine Gründler
Marketing &
Kommunikation
Services (20%)



Caroline Grob*
Leiterin
Erlebnismange-
ment St.Gallen
(80%)



Daniela Fries
Sachbearbeiterin
(60%)



Linda Geier
Sachbearbeiterin
(100%)

Erlebnismangement St.Gallen ▶



Marco Hermann
Sachbearbeiter
(80%)



Sabrina Niederer
Sachbearbeiterin
(80%)
April bis Oktober



Karin Etterlin
Sachbearbeiterin
(60%)



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



Claudia Büchler
Sachbearbeiterin
(35%)



Jacqueline Eugster
Sachbearbeiterin
(35%)

Erlebnismangement Rorschach ▶



Malsore Zenuni
Lernende
(100%)
bis 31. Juli



Fiorela Eggenberger
Lernende
(100%)
ab 1. August



Deborah Jakus
Praktikantin
(100%)



Nadine Richoz
Praktikantin
(100%)
bis 30. Juni



Kismet Özdemir
Praktikantin
(100%)
ab 1. Juli

* Mitglieder der Geschäftsleitung

Anzahl Vollzeitstellen per
31.12.2018: 18.9
(davon 1 Lernende, 2 PraktikantInnen)

Anzahl Vollzeitstellen per
31.12.2019: 20.4
(davon 1 Lernende, 2 PraktikantInnen)

Unsere Guides

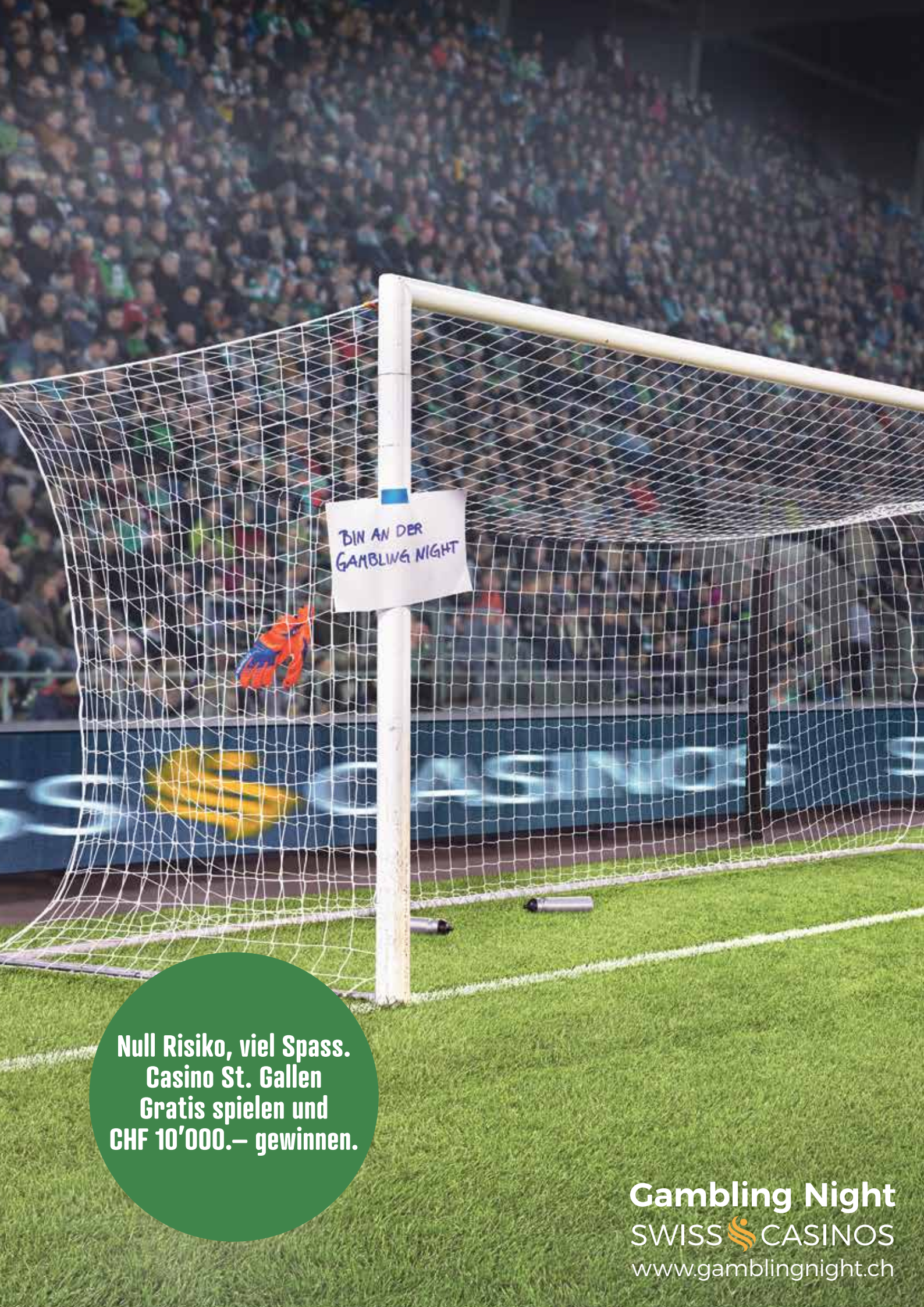


Hinten von links nach rechts: Claudia Macht, Cristina Duttweiler, Faustino Malaguti, Christine Kundert, Klaus Stahlberger, Erika Akermann, Claudia Schneider und Antoinette Corciulo.

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

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.



BIN AN DER
GAMBLING NIGHT

**Null Risiko, viel Spass.
Casino St. Gallen
Gratis spielen und
CHF 10'000.– gewinnen.**

Gambling Night
SWISS  CASINOS
www.gamblingnight.ch