



# JAHRESBERICHT 2020

St.Gallen-Bodensee Tourismus

[st.gallen-bodensee.ch](http://st.gallen-bodensee.ch)

  
St.GallenBodensee  
**entdecken erleben wissen**

## Inhaltsverzeichnis

1. Geschäftsjahr im Rückblick	4
2. Business Development	6
3. St.Gallen-Bodensee Convention	8
4. Marketing und Kommunikation	12
5. Erlebnismanagement St.Gallen	14
6. Erlebnismanagement Rorschach	16
7. Netzwerk und Engagement	17
8. Statistiken	18
9. Jahresabschluss (Bilanz / Betriebsrechnung / Anhang zur Jahresrechnung)	20
10. Revisionsbericht	27
11. Organisation	28
12. Organe	29
13. Team	30

### Impressum

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

Druck:  
Ostschweiz Druck AG  
Hofstetstrasse 14, 9300 Wittenbach SG

### Bildnachweise:

Titelseite: Clarissa Schwarz / clarissaschwarz.com  
Seite 5: Roter Platz, Giglio Pasqua  
Seite 7: Aussicht von Drei Weieren, Standortförderung Stadt St.Gallen  
Seite 8: OLMA Messen und Stadt, Standortförderung Stadt St.Gallen  
Seite 10: WBZ, Standortförderung Stadt St.Gallen  
Seite 12: Stand Up Paddling am Bodensee, Thomas Staub  
Seite 14: Stadtführung «Unterwegs mit der Dienstmagd», St.Gallen-Bodensee Tourismus  
Seite 16: Bodenseeufer, Thomas Staub  
Seite 31: Unsere Guides, Foto Lautenschlager

Die Angaben beziehen sich auf Angehörige aller Geschlechter.



# 1. GESCHÄFTSJAHR IM RÜCKBLICK



Markus Isenrich  
Präsident

## «Annus Horribilis» – Das Jahr des Schreckens

«Annus Horribilis»: Das Jahr 2020 wird für den Schweizer Tourismus als grösste Herausforderung seit dem Zweiten Weltkrieg in Erinnerung bleiben. So betitelte Schweiz Tourismus (ST) unlängst seine Jahresmedienkonferenz. Monatelanger Stillstand vieler Betriebe, sehr wenige europäische Gäste, kaum Touristinnen und Touristen aus Übersee. Diese Bilanz wurde auch in unserer Region nicht durch die vielen begeisterten Schweizer Freizeitgäste geschönt. Immerhin, sie blieben deutlich länger als in den Vorjahren! Städtereisen waren bei Schweizerinnen und Schweizern dagegen leider weniger gefragt.



Thomas Kirchhofer  
Direktor

Die Hotellerie verzeichnete in der gesamten Destination insgesamt 284'852 Logiernächte (-34.2% / -162'336 Logiernächte gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode). 83'468 Logiernächte gingen auf das Konto der ausländischen Gäste (-54.6% / -120'000). Die inländischen Gäste generierten 201'483 Logiernächte (-19.2% / -40'744). Verglichen mit dem schweizweiten Durchschnitt stehen wir um 3 bis 6 Prozentpunkte besser da. Die grossen Verlierer sind das Rheintal -45.1% und, wie oben angesprochen, die Stadt St.Gallen mit -44.0%. Die Region Rorschach kommt mit -17.2% deutlich besser durch dieses Pandemiejahr.

**«Die COVID-19-Pandemie trifft den Städtetourismus mit voller Wucht.»**

## Finanzielle Entwicklung

Nach Ausbruch der COVID-19-Pandemie im März 2020 wurde in der Finanzplanung mit einem sogenannten «Worst-Case-Szenario» gerechnet, um auf der sicheren Seite zu sein. Diese Betrachtungsweise, hergeleitet vom Bündner Wirtschaftsforum, beschrieb damals ein düsteres Bild, in welchem viele Unternehmen in grosse Bedrängnisse kommen könnten. Dies hat sich im Grundsatz leider bewahrheitet. Die Logiernächteentwicklung war mit rund 34% Minus gegenüber dem Vorjahr jedoch deutlich besser als im Forecast berechnet. Die rigide Budget-

und Kostenplanung mit einschneidenden Massnahmen in der Stellenplanung, den Verwaltungskosten und einer adäquaten Anpassung der Marketingmittel legten mit Einsparungen von rund einer halben Million Franken die Basis für ein positives Jahresergebnis. Dieses wurde aber nur dank den Unterstützungsbeiträgen der öffentlichen Hand von rund CHF 310'000.– und einer Kurzarbeitsentschädigung von CHF 114'078.85 möglich. Die Rechnung schliesst mit einem Jahresgewinn von CHF 5'942.70.

## Veränderungen im Vorstand

Per 31. Dezember 2020 hat Thomas Scheitlin seinen Rücktritt erklärt, nachdem er auf denselben Termin als Stadtpräsident in den Ruhestand getreten ist. Thomas Scheitlin wurde am 11. Juni 2007 in den Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus gewählt. In den rund 14 Jahren seiner Vorstandstätigkeit hat sich der Tourismus stark gewandelt. Als Vizepräsident von SGBT verfolgte Thomas Scheitlin diese Entwicklungen aufmerksam und gestaltete unsere Strukturen entsprechend den jeweiligen Bedürfnissen zielgerichtet mit. Dazu gehörten nicht nur die Mitwirkung bei der Wahl von drei Tourismusdirektoren, sondern auch der Bezug unserer neuen Räumlichkeiten an der Bankgasse und die Anpassung unserer internen Vereinsorganisation. Ein besonderes Verdienst war die Bereitschaft zum Abschluss einer neuen, zukunftsfähigen Leistungsvereinbarung mit der Stadt St.Gallen, welcher das Stadtparlament im Jahre 2017 zugestimmt hat. Dadurch wurde es möglich, für die Stadt St.Gallen eine adäquate, bedarfsgerechte touristische Unterstützung zu leisten.

Ebenso sind im vergangenen Geschäftsjahr Thomas Müller und Nicolo Paganini aus dem Vorstand ausgeschieden. Thomas Müller wirkte seit 2004 als Vizepräsident in der damals neu geschaffenen Destination St.Gallen-Bodensee. Trotz seiner immer zahlreicher werdenden terminlichen Verpflichtungen brachte er in den Vorstandssitzungen immer wieder neue Ideen ein und setzte massgebliche Impulse. Sein Einsatz für die Region Bodensee und sein unternehmerisches Denken bildeten wichtige Para-

meter für die Entwicklung unserer Destination. Als OLMA-Direktor wurde Nicolo Paganini an der Mitgliederversammlung 2015 in den Vorstand von St.Gallen-Bodensee gewählt. Seine grossen Kenntnisse im Kongress- und Eventbereich haben Aufbau und Betrieb des Convention-Büros bei SGBT fruchtbar gefördert. Nicolo Paganini war ein Garant für die effiziente und zielgerichtete Zusammenarbeit mit den OLMA-Messen. Seine breiten Kenntnisse in Politik, Wirtschaft und Verwaltung brachte er in unserem Vorstand wirksam zum Tragen.

Wir danken den drei scheidenden Vorstandsmitgliedern von Herzen für die vielen Jahre der freundschaftlichen Zusammenarbeit zum Wohle unserer Destination St.Gallen-Bodensee.

## Herzlichen Dank

Ausserordentliche Unterstützungsbeiträge der öffentlichen Hand entlasteten die Jahresrechnung 2020 wesentlich. Bund, Kanton und die Städte Rorschach und St.Gallen haben mit namhaften Beträgen in verdankenswerter Weise ihren grossen Support zu Gunsten des St.Galler Tourismus manifestiert. Aber auch Sie, geschätzte Mitglieder und Partner, leisten Grosses! Wir sind dankbar, dass Sie in diesen herausfordernden Zeiten an unserer Seite sind. Ihnen allen gebührt ein grosser Dank, ebenso wie allen Mitarbeitenden, den Vorstandsmitgliedern sowie allen involvierten Gremien.

**«Wir sind dankbar, dass Sie in diesen herausfordernden Zeiten an unserer Seite sind.»**





## 2. BUSINESS DEVELOPMENT

«Das Virus prüft die Reaktionsfähigkeit und Resilienz unserer Tourismusorganisation.»

### Effektives Krisenmanagement

Die Corona-Krise unterscheidet sich grundsätzlich von früheren Krisen. Sie fordert nicht nur die Wirtschaft und die Politik heraus, sondern stellt unser gesamtes Wertesystem und damit das touristische Nachfrageverhalten auf den Kopf. St.Gallen-Bodensee Tourismus hat am 16. März 2020 mit dem eigentlichen Krisenmanagement begonnen und die Arbeitsorganisation auf die veränderten Bedingungen angepasst. Dieses Krisenmanagement umfasste die Integration und Information der gesamten Branche, die Kommunikation und Verhandlung in Bezug auf die laufenden Kampagnen mit Schweiz Tourismus sowie mit dem Kanton bzw. dem Tourismusrat, wie auch den intensiven Austausch mit der Standortförderung der Stadt St.Gallen. Darüber hinaus galt es mit den touristischen Nachbarorganisationen in der Vierländerregion Bodensee die gemeinsamen Recovery-Massnahmen abzustimmen.

Es zeigte sich sehr rasch, dass sich die bestehende ICT-Umgebung von SGBT mit dem sogenannten «Managed Server» zum grössten Problem für die interne Kommunikation und Kollaboration entwickelte. Schnell wurde eine provisorische Lösung realisiert, die dann im November durch eine professionelle Cloud-Lösung mit zeitgemässen Kollaborations-Tools ersetzt werden konnte. Anlässlich von täglichen Calls mit der Geschäftsleitung, den sogenannten «Virtual Brown Bag Meetings», wurden stehende Traktanden behandelt und Analysen für das Wiedereinsetzen der Tourismusaktivitäten und des Marketings erarbeitet. Zudem wurde die Medienabteilung darauf eingestellt, das weitere Krisengeschehen zu begleiten.

### Marktbeobachtungen und Marktforschung gewannen weiter an Bedeutung

Detaillierte Marktbeobachtungen und eine dezidierte touristische Marktforschung haben zukünftig eine noch zentralere Funktion für die Bewertung künftiger Reiseströme.

Einen ersten Schritt zur systematischen Datensammlung wurde mit dem Einsatz des Tools Chartio vollzogen. Wir wollen das Gäste-Monitoring intensivieren, um einen detaillierten Überblick über das Gäste- und Besuchsaufkommen sowie das Besuchsverhalten zu erlangen, und ein Marktmonitoring anstreben, um Informationen über internationale Quellmärkte zu sammeln. Hier setzt ein zweites, wichtiges Projekt an, welches in diesem Geschäftsjahr aufgelegt wurde. Das Projekt der Fachhochschule Graubünden FHGR «Überprüfung der Fernmarktstrategie». Die Resultate werden im Frühling 2021 präsentiert, sodass die Marktanpassungen rechtzeitig auf den Restart der internationalen Touristenströme bereit sind.

### Wie geht es jetzt weiter mit unserem Tourismus?

Die grossen Chancen liegen in einem Tourismus, der nicht bloss Mass an noch mehr digitalen Daten, sondern an menschlichen Entwicklungsbedürfnissen, an Nachhaltigkeit und vor allem dem Bedürfnis nach Beziehungen nimmt. Der sogenannte Resonanz-Tourismus, der den Weg zurück zum Kern richtig verstandener Gastfreundschaft ebnet. Die Resonanz-Strategie ist eine Schlüsselstrategie für die Angebotsgestaltung im Tourismus, auch zur Sicherung der Fachkräfte. Mitarbeiter können Resonanz vor allem dann erfahren, wenn Gastfreundschaft im Kern der Unternehmenskultur steht. Wer Führung als Dienstleistung und seine Angestellten als Partner versteht, macht den Resonanz-Unterschied. St.Gallen-Bodensee Tourismus hat die Periode mit dem verminderten Gästeaufkommen genutzt, sich auf die Umsetzung diverser Anpassungen in diesem Bereich vorzubereiten.

«Wir orten grosse Chancen im Bereich des sogenannten Resonanz-Tourismus.»

### MICE Strategie 2025

St.Gallen-Bodensee Tourismus hatte im Berichtsjahr vom Tourismusrat des Kantons St.Gallen den Auftrag, die strategische Ausrichtung des MICE-Segments in der Ostschweiz neu zu definieren. Die nun vorlie-



genden Strategiepapiere zeigen den Aufbau, die Struktur und die Massnahmen für die Ostschweiz auf. Gewählt wurde eine Dual-Strategie, das heisst Kongressmarkt-Strategie und Seminarmarkt-Strategie. Der Start für die operative Umsetzung in beiden Teilbereichen, sprich im Kongress- und im Seminarwesen, konnte termingerecht per 1. Januar 2021 erfolgen. «Wir müssen näher zur Wirtschaft und zur Standortförderung rücken, Kontakte zu Meinungsführern knüpfen, um eine Netzwerk-Intelligenz zu entwickeln.»

### Das MICE-Modell

St.Gallen-Bodensee Tourismus konzentriert sich mit seiner Abteilung St.Gallen Convention Bureau (SGCB) auf den Bereich «Kongresse» und Eventsupport für Grossevents. «Seminare» wird ausgegliedert und in einer gemeinsamen GmbH mit Thurgau Tourismus als Seminarland Ostschweiz am Markt tätig sein. «Gruppenausflüge» werden durch den Bereich Guest Services bearbeitet.

STRATEGISCHE GESCHÄFTSFELDER	KONGRESSE (U.A. GROSSEVENTS)		SEMINARE	GRUPPEN-AUSFLÜGE
	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



## 3. ST.GALLEN BODENSEE CONVENTION

### 2020 – EINE CHALLENGE

Der coronabedingte, schlagartige Nachfragestopp stellte SGBC vor grosse wirtschaftliche Herausforderungen. In dieser schwierigen Zeit lag der Fokus auf dem Key Account Management. Weiterhin galt es, die Umsetzung der Dualstrategie vorzubereiten und wichtige Vorarbeiten zu leisten.

**«In dieser schwierigen Zeit lag der Fokus auf dem Key Account Management.»**

Zwischen der ersten und zweiten Coronawelle konnten Anlässe in St.Gallen stattfinden. Dieser Silberstreifen am Horizont gab Zuversicht für SGBC, Leistungsträger und

Kunden. Livia Müller vom STV erinnert sich an diese Zeit so: «Die 88. Generalversammlung des Schweizer Tourismus-Verbands fand Ende August 2020 im St.Galler Stadthaus statt. Es freute uns mehr als je zuvor, unsere jährliche GV physisch unter den geltenden Hygiene- und Abstandsregeln durchzuführen. Trotz den hektischen Zeiten hat uns das Convention Team tatkräftig unter die Arme gegriffen. Die Übernachtung im Hotel Einstein, das Abendessen im Gasthof Schlössli, wie auch der Event selbst haben durchgehend überzeugt. Vielen Dank für die wertvolle Mithilfe und die lückenlose Organisation!»

### 1. Innovation

#### micelab:bodensee

Die Gründung des Bodensee:Meeting e.V. wurde vollzogen und damit die Fortsetzung des Projekts micelab:bodensee gesichert. Mit Ausnahme der Säntis Schwebbahn AG konnten alle Mitglieder gehalten werden. Der Zusammenhalt ist stärker denn je. Das Netzwerk bietet einen geschützten Rahmen für den Austausch rund um Gesetze, Möglichkeiten, Chancen und Risiken. Derzeit plant der Verein den micelab:explorer VIII im hybriden Format, was Anja Salomon

die wertvolle Erfahrung ermöglicht, ein hybrides Event mitzuorganisieren. Daraus lassen sich wertvolle Erkenntnisse ziehen, die in die Arbeit des SGBC einfließen.

### 2. Key Account Management

Kontakthalten zu bestehenden Veranstaltern, Beratung zum weiteren Verfahren bezüglich bereits geplanter Veranstaltungen bis zur Unterstützung im Prozess rund um deren Verschiebung haben ein Vielfaches an Arbeitsaufwand generiert.

**«Diese persönliche Note wurde sehr geschätzt.»**

Parallel hielt SGBC stetigen Kundenkontakt via Telefon, Online-Lunch-Sessions, Social Media Beiträgen, Newslettern, Workshops und Kundenumfragen. Diese persönliche Note wurde sehr geschätzt.

Der Desktop Research rund um Kongresse, die potenziell in St.Gallen stattfinden könnten, wurde vorangetrieben. So konnten 800 Datensätze analysiert, vollständig recherchiert, aktualisiert und bewertet werden – eine wichtige Grundlagenarbeit für die Verbandsakquise, die 2021 stark fokussiert wird.

Aufgrund der Coronamassnahmen konnten folgende geplante Aktivitäten nicht durchgeführt werden:

- Studienreise im Frühling mit Zielgruppe Meeting- und Incentiveplaner
- Studienreise im Sommer mit Zielgruppe Kongressorganisatoren
- Kundenanlass in Bern mit CongressEvents St.Gallen | Zielgruppe Kongressorganisatoren
- The MICE Peak in Cannes
- Sales Calls in Österreich mit SCIB

#### MICE Branchentreff in Starnberg

Die Netzwerkveranstaltung für süddeutsche MICE-Planer fand unter Einhaltung eines Schutzkonzeptes im Juli statt. SGBC nahm gemeinsam mit dem Hotel Säntispark teil und traf vor Ort bekannte Kontakte. Kurzfristig konnten auch in diesem Rahmen keine Anfragen generiert werden. Zur Kundenpflege bestehender Kontakte war der Anlass aber wunderbar.

#### SCIB Associations Evening

Der Anlass wurde coronabedingt von März auf Oktober verschoben und fand online statt. Unter der Thematik «Kongress der Zukunft» bot SCIB Verbandsvertretern und

### Zahlen und Fakten 2020 2019



Anzahl Anfragen:

**118**

181



Total Kommissionsertrag in CHF:

**823.20**

49'920



Realisierungsquote

**23.73%**

40.9%



Anzahl Kontakte aus Sales-/Marketingaktivitäten:

**500**

783



Kongressorganisatoren einen Edutainment Tag, an dem SGBC teilnahm. Online konnten einige bekannte Kontakte ausgemacht werden, so auch Kontaktpersonen, zu denen eine Kontaktaufnahme in der Vergangenheit nicht glückte. Über die Networkplattform konnte ein kleiner Austausch gepflegt werden, der aber dem Stellenwert eines physischen Anlasses nicht ansatzweise gerecht wurde.

### 3. Promotion

#### Messebesuche

Trotz zahlreicher Messeausfälle nahm SGBC an zwei Fachmessen teil. Im Februar vertrat SGBC gemeinsam mit CongressEvents St.Gallen und dem Würth Haus Rorschach die Ostschweiz an der Conference Arena in

**«Trotz zahlreicher Messeausfälle nahm SGBC an zwei Fachmessen teil.»**

Zürich. Im September konnte dann auch der Assistant's Day in Baden durchgeführt werden, an dem SGBC in Form eines Gemeinschaftsstandes mit Seminarland, Hotel Sämtispark und Kartause Ittingen Präsenz zeigte.

### 4. eMarketing

Im 2020 stand die Website st.gallen-convention.ch erneut auf dem Prüfstand und wurde fortlaufend bezüglich der neu geltenden Corona-Bestimmungen aktualisiert. Die Services wurden angepasst und neue, coronakonforme Angebote der Partner, wie auch deren Schutzkonzepte veröffentlicht. Auch Homeoffice-Möglichkeiten in der Region St.Gallen-Bodensee wurden publiziert.

**«Auch Homeoffice-Möglichkeiten in der Region St.Gallen-Bodensee wurden publiziert.»**

Die Social Media Strategie wurde erneut überarbeitet und konsequent umgesetzt, was SGBC neue Follower und Lob von Branchenkollegen und Kunden bescherte.

### 5. Key Media Management

#### MICE-tip

In der ersten Ausgabe platzierte SGBC die Neuerungen der Infrastruktur am MICE Standort St.Gallen unter dem Titel «Tagen in St.Gallen – die Stadt der kurzen Wege». Im Februar wurde SGBC noch einmal im Zusammenhang mit der Vereinsgründung

Bodensee:Meeting e.V. erwähnt. Im September titelte der MICE-Tip «Seminar- und Kongressstrategie in der Ostschweiz: Wie weiter» und berichtete in diesem Rahmen von der Dualstrategie des SGBC und Seminarland.

#### Handelszeitung

Unter der Überschrift «Die Wirtschaftsregion boomt: St.Gallen-Bodensee Kultur- und Wissensvermittlung haben hier Tradition – ein Plus für MICE-Veranstalter» beleuchtete die Handelszeitung ausführlich die Attraktivität des MICE Standorts St.Gallen und die Zukunftspläne des SGBC.

#### LEADER

Die neue SGBC Co-Leitung nahm der Leader im März 2020 zum Anlass für einen Beitrag unter der Schlagzeile «Das ist genetisch verankert». In einem Interview nahmen die Co-Leiterinnen Stellung zur Attraktivität des Standorts, dem St.Galler-USP, Zukunftsplänen und vielem mehr.

#### NZZ EXECUTIVE

Unter der Überschrift «Seminarbranche in Lauerstellung» durfte Bettina Güntensperger im Mai 2020 einen Blick in die Glaskugel werfen und der NZZ Executive ihre Ein-

schätzung der MICE Zukunft schildern. Im Juni 2020 bezog sich das Blatt nochmals auf St.Gallen. Im Beitrag «Geschäftsreisen auf Erholungskurs» gab Bettina Güntensperger erneut einen Überblick über die aktuelle Lage. Zudem wurde die neue Infrastruktur im Hotel Sämtispark geteilt.

#### ESB Marketing Netzwerk

Anja Sachse gab ein Interview unter dem Namen «St.Gallen-Bodensee Tourismus: Umsetzung von Kongressen und Conventions nach der Krise». Neben ihrer Einschätzung zur aktuellen Lage und den zukünftigen Auswirkungen der Pandemie auf Kongresse und Conventions konnte sie vor allem auch das Tätigkeitsfeld und die Dienstleistungen des Convention Bureaus einem breiten Publikum vorstellen.

#### EventEmotion

Die Dezember Ausgabe beschäftigte sich auf gesamthaft vier Seiten mit der neuen Kongress- und Seminarstrategie in der Ostschweiz und beleuchtete intensiv die Gründe für diesen Entscheid, zeigte Vorteile, Akteure und Umsetzung auf.



## 4. MARKETING UND KOMMUNIKATION

### MARKETING

2020 stand im Zeichen der fortschreitenden Digitalisierung der Unternehmenskommunikation sowie der Kampagnenkoordination im Rahmen der Recovery Massnahmen. Die ursprünglich geplanten Angebots- und Produktkampagnen konnten, zu Gunsten der Unterstützung der Hotellerie sowie dem lokalen Handel und Gewerbe, umgeplant werden. Auf Basis der City Management Board Impulskampagne «SANKT» wurde diese für zwei schweizweite Umsetzungen weiterentwickelt. Die beiden Kommunikationswellen hatten zum Ziel, die Region bekannter zu machen (Awareness) sowie Hotelangebote zu verkaufen (Sales). Als Mehrwert wurde die Ostschweizer Gästekarte erfolgreich in die zweite Kampagne integriert.

**«Auf Basis der City Management Board Impulskampagne «SANKT» wurde diese für zwei schweizweite Umsetzungen weiterentwickelt.»**

Im dritten und vierten Quartal wurden die Arbeiten an einer digitalen Marktplatzlösung intensiviert. Es ist geplant, die neue Lösung der Schweizerischen Südostbahn als Basis für die Digitalisierung der regionalen Produkte und Angebote zu nutzen.

### 1. Incoming

Die Plattform Fernmärkte konnte nicht wie geplant umgesetzt und weiterentwickelt werden. Sämtliche Aktivitäten vor Ort in den Märkten mussten storniert und digitale Alternativen gesucht werden. So fanden sowohl für China, Südkorea wie auch USA/Kanada virtuelle Verkaufs- und Medienreisen statt. Auch in den Nahmärkten Deutschland, Österreich und Italien mussten Massnahmen angepasst oder abgesagt werden.

### 2. Promotion

#### Städtepartnerschaft mit Schweiz Tourismus

Auch 2020 setzte St.Gallen-Bodensee Tourismus auf Städtepartnerschaft mit Schweiz Tourismus und nutzte so die Promotionsleistungen in der Schweiz sowie in ausgewählten Märkten. Dem Städtemarketing wurde im zweiten Halbjahr eine noch grössere Bedeutung beigemessen und die Aktivitäten von Schweiz Tourismus zusätzlich verstärkt.

### KOMMUNIKATION

Die Zusammenarbeit mit der Kommunikationsagentur Gretz Communications wurde auch 2020 fortgeführt. Die geplanten Medi-

ereisen konnten nur teilweise durchgeführt werden. Trotzdem darf man in Sachen Medienpräsenz von einem erfolgreichen Jahr sprechen.

### 1. PR und Corporate Publishing

Die gesamte internationale Medienarbeit brach infolge der Pandemie ein. Lediglich Medienreisen aus der Schweiz sowie dem grenznahen Ausland konnten koordiniert und durchgeführt werden. Der obligate Medienabend in Zürich musste abgesagt und auf das kommende Jahr verschoben werden. Bereits im ersten Quartal erschien die zweite Ausgabe des Magazin 612 mit dem Titel «Zufall». Ob die Entstehung von St.Gallen von einem Zufall oder einer Eingebung ausging, kann an dieser Stelle nicht abschliessend beantwortet werden. Die dritte Ausgabe hatte man zusammen mit weiteren Broschüren in der zweiten Jahreshälfte in Angriff genommen. Erstmals koordinierte St.Gallen-Bodensee Tourismus den Inserateverkauf selbstständig. Neu erscheinen 2021 nebst dem Magazin auch eine Stadtführungs- und Erlebnisbroschüre sowie ein Informationsguide und der Veranstaltungskalender.

### 2. eKommunikation

Die Abteilung Marketing und Kommunikation ist für die Führung, inhaltliche Planung und Umsetzung der Website [www.st.gallenbodensee.ch](http://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. So wurde unter anderem die städtische Webseite [meine-stadt.sg](http://meine-stadt.sg) erarbeitet und bewirtschaftet. Im Rahmen der Recovery Massnahmen konnten zwei Kampagnen vollumfänglich über digitale Kanäle umgesetzt werden. Die effizienten Plan- und Messbarkeiten trugen zu klar strukturierten und erfolgreichen Kampagnen bei.

### Zahlen und Fakten 2020 2019



Anzahl betreuter  
Medienschaffender:  
**36** 220

Anzahl Publikationen  
Medien international:  
**224** 397

Anzahl Publikationen  
Medien regional  
und lokal:  
**378** 340



## 5. ERLEBNISMANAGEMENT ST.GALLEN

Fast alles war anders in diesem Jahr. Lange nährte uns die Hoffnung, dass der Bereich Erlebnis mit dem Schwerpunkt Führungen nicht ganz so stark betroffen sein würde. Waren die Menschen doch hungrig nach kulturellen Begegnungen, denen gerade im Aussenbereich eine geringere Gefahr nach-gesagt wurde.

### 1. Tourist Information St.Gallen

Aber auch die Tourist Information mit dem Gästeservice wurde durch die Pandemie-Situation stark getroffen. Durch die Verordnung des Bundes musste die Tourist Information ab Mitte März für zwei Monate ihre Türen schliessen und sämtliche Stadtführungen mussten eingestellt werden. Glücklicherweise konnten die Öffnungszeiten danach für den Rest des Jahres bestehen bleiben, ausserordentlich war lediglich die Schliessung an den Sonntagen ab Dezember.

Der Service Public mit Telefonberatung, E-Mails, Chats sowie Online-Shop funktionierte auch während des Lockdowns reibungslos. Die Optimierung digitaler Tools und die Nutzung diverser Kommunikationskanäle machten dies möglich. Die Teamleistung war stets in der Lage, die Arbeitsabläufe

bestens zu steuern und stand in stetem Austausch mit den Mitarbeitenden. Es war eine Freude als im Mai die Kunden wieder

**«Es war eine Freude, die Kunden ab Mai wieder «live» zu begrüssen.»**

«live» in der Tourist Information begrüsst werden konnten. Selbstverständlich unter Einhaltung sämtlicher Schutzkonzepte.

Auch wenn grosse Unsicherheit für die bevorstehende Saison bestand, bereitete man sich mit neuen Angeboten darauf vor. Sehr guten Anklang fanden die verschiedenen «#lovestgallen-Verkaufsartikel» sowie die diversen Textil-Schutzmasken. Als hervorragende Dienstleistung für die Touristen erwies sich der Verkauf der Stiftsbibliothek-Tickets direkt in der Tourist Information seit Anfang 2020. Dank dieser innovativen Schritte brach der Verkauf im Shop nur um ca. 10 % ein, obwohl die Anzahl der Besucher um beinahe 50 % zurückging.

«Bonjour» und «Au revoir» hiess es gleich zu Beginn der Wiedereröffnung – entdeckten doch viele Gäste aus dem Welschland die Gallusstadt. Ein Trend, der während der Ferienzeit weiter zunahm. Überhaupt waren es

während des ganzen Jahres hauptsächlich Schweizer Gäste, die St.Gallen besuchten. Diese liessen sich gerne und intensiv beraten und zeigten sich recht erlebnisfreudig. Vor allem die Outdoor Aktivitäten, wie der Audio Guide, Wanderungen und die diversen Stadtrails, waren begehrte Aktivitäten.

### 2. Stadtführungen

Der Lockdown wurde genutzt, um mit unseren Guides Rätselvideos über spezielle Orte in der Stadt aufzunehmen. Auf diversen Social Media Kanälen erreichten diese grosse Aufmerksamkeit. Ausserdem brachte unsere Stadtführerin Antoinette Corciulo Stadtführungs-Sequenzen, die an diversen Orten ausgezeichnet worden waren, über diverse Online-Kanäle nach Hause in die Wohnzimmer.

Viele Kunden waren mit definitiven Buchungen der Führungen sehr zurückhaltend und reservierten die Daten nur provisorisch. Ebenso mussten über 400 bereits fest gebuchte, private Führungen wegen Corona storniert werden, davon die öffentlichen Rundgänge ausgeschlossen.

Ende Jahr wurde mit der Ausarbeitung für die neue Führung «Lustwandeln am Alt-

stadtrand» begonnen – analog zum Magazinnamen «Lust». Diese Stadtführung ist ab Mai 2021 buchbar.

Dank der hohen Flexibilität des Teams und der Guides konnten die Arbeitseinsätze laufend angepasst und umgestellt werden. Ihnen gilt allen voran ein grosser Dank.

2020 war auch ein Jahr des Abschieds. Unser langjähriger Mitarbeiter Marco Hermann (21 Jahre), unsere Kollegin Sabrina Niederer (8 Jahre) und die Stadtführerin Christine Kundert (7 Jahre), haben uns verlassen, um sich beruflich neu aufzustellen. Ihnen gebührt ein herzliches Dankeschön.

Im Front-Team neu aufnehmen durften wir Sabina Braun.

### Zahlen und Fakten 2020 2019



Besucherzahl  
Tourist Information:  
**38'100** 72'518



Anzahl Stadtführungen  
und Rundgänge:  
**656** 1'563



Anzahl Teilnehmende  
Stadtführungen  
und Rundgänge:  
ca. **12'000** 28'134





## 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 des Schweizer Tourismusverbandes
- 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 beim Tourist Office Lab
- Vorstand Fördergesellschaft IMP-HSG

#### Ostschweiz

- Einsitz im Vorstand Ostschweiz Tourismus
- Mitglied REGIO Appenzell AR-St.Gallen-Bodensee
- Mitglied Wirtschaft Region St.Gallen (WISG)
- Einsitz im Steueraussschuss 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 Tourismusrats.

#### St.Gallen-Bodensee

- Mitglied Hotels St.Gallen-Bodensee
- Verwaltungsrat der Swiss Casinos AG
- Mitglied 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 Sternstadt St.Gallen
- Leitung der ARGE Kongress
- Mitglied Pro City St.Gallen
- Mitglied Quartierverein Gallusplatz
- 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 2020 durfte St.Gallen-Bodensee Tourismus auf die Unterstützung zahlreicher Mitglieder und Partner zählen.

Mitglieder	Anzahl 2020	Anzahl 2019
Gemeinden, Stadt und Kanton	37	37
Unterkünfte (Hotels, Ferienwohnungen / B&B, Gruppenunterkünfte)	85	86
Gastronomiebetriebe	50	62
Kulturelle Betriebe	21	21
Detailhandel und Drittbranchen	144	159
Privatpersonen	24	25
<b>Total Mitglieder</b>	<b>361</b>	<b>390</b>

## 6. ERLEBNISMANAGEMENT RORSCHACH

### 1. Tourist Information

Die Tourist Information Rorschach blieb zwischen Mitte März und Mitte Mai geschlossen. Danach wurden die Öffnungszeiten

**«Während den Sommermonaten konnte ein Zuwachs an Gästen aus der Romandie verzeichnet werden.»**

angepasst und verkürzt. Die Schifffahrt war bis anfangs Juni nicht in Betrieb und musste auch danach mit einem stark reduzierten Fahrplan agieren. Während den Sommermonaten konnte ein Zuwachs an Gästen aus der Romandie verzeichnet werden. Demgegenüber waren nur sehr wenige ausländische Gäste vor Ort.

Per 31. Dezember 2020 mussten die Tourist Information geschlossen und drei Mitarbeiterinnen verabschiedet werden. Neue Möglichkeiten der Kundeninformation werden im 2021 erarbeitet.

### 2. Events

Veranstaltungen waren von den Restriktionen stark betroffen. So fanden nur wenige Events statt. Das Zeltwerk von Juni bis anfangs September war eine gelungene Serie unterschiedlichster Aktivitäten. Organisiert durch Michèle Müller und Kim Boppart fanden diese bei schönem Wetter auf dem Chabisplatz statt. Die Strandfestwochen boten dieses Jahr ausschliesslich Sportaktivitäten an. Beim Forum Würth wurde ein italienisches Sommercafé eröffnet. Das Mare Mio stand selbstredend für die allgemeine Gefühlslage «Ein Sommer ohne Ferien am Meer? Nicht mit uns!».

### 3. Erlebnisse

Der Carl-Sturm-Preis der gleichnamigen Stiftung ging dieses Jahr an zwölf Organisationen im Pflege- und Betreuungsbereich aus der Region Rorschach sowie in umliegende Gemeinden.

#### Zahlen und Fakten 2020 2019

Besucherdahl Tourist Information:	Anzahl Stadtführungen & Mini E-Bike Touren:	Einnahmen aus Ticketverkäufen SBB & SBS in CHF:
ca. <b>11'717</b> ca. 21'500	<b>18</b> 18	(SBB inkl. Swisspass) <b>411'200</b> 594'586 (SBS) <b>107'100</b> 215'000

# 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
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	
1) Ankünfte	70226	131720	15666	28479	19070	23721	39070	49918	144032	233838	-38.41%
2) Logiernächte	144212	244035	36803	63242	32806	38063	71031	87614	284852	432954	-34.21%

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 2020 vs 2019 in %
	2020	2019	2018	2017	
Schweiz	201 384	249 222	244 557	245 966	-19.19%
Deutschland	46 510	75 643	77 985	77 129	-38.51%
Österreich	9 572	15 068	12 970	16 277	-36.47%
Italien	4 400	9 366	10 943	10 938	-53.02%
Benelux	2 983	6 408	6 263	6 819	-53.45%
Vereinigtes Königreich	1 608	5 895	6 144	6 093	-72.72%
Skandinavien	1 360	5 043	6 074	5 484	-73.03%
Frankreich	3 492	6 189	5 946	5 628	-43.58%
Spanien und Portugal	1 290	3 425	4 137	3 363	-62.34%
Übriges Europa	7 437	22 512	22 270	20 975	-66.96%
<b>Europa Total</b>	<b>280 036</b>	<b>398 771</b>	<b>397 289</b>	<b>398 672</b>	<b>-29.78%</b>
Vereinigte Staaten / USA	1 424	8 095	9 114	8 859	-82.41%
China (mit HKG)	570	6 491	6 310	7 966	-91.22%
SEA*	514	3 565	2 861	3 830	-85.58%
Korea	56	1 980	2 311	1 652	-97.17%
Japan	189	1 755	1 966	3 073	-89.23%
<b>Ausland total</b>	<b>83 468</b>	<b>183 732</b>	<b>190 253</b>	<b>190 204</b>	<b>-54.57%</b>
<b>Gesamttotal</b>	<b>284 852</b>	<b>432 954</b>	<b>434 810</b>	<b>436 170</b>	<b>-34.21%</b>

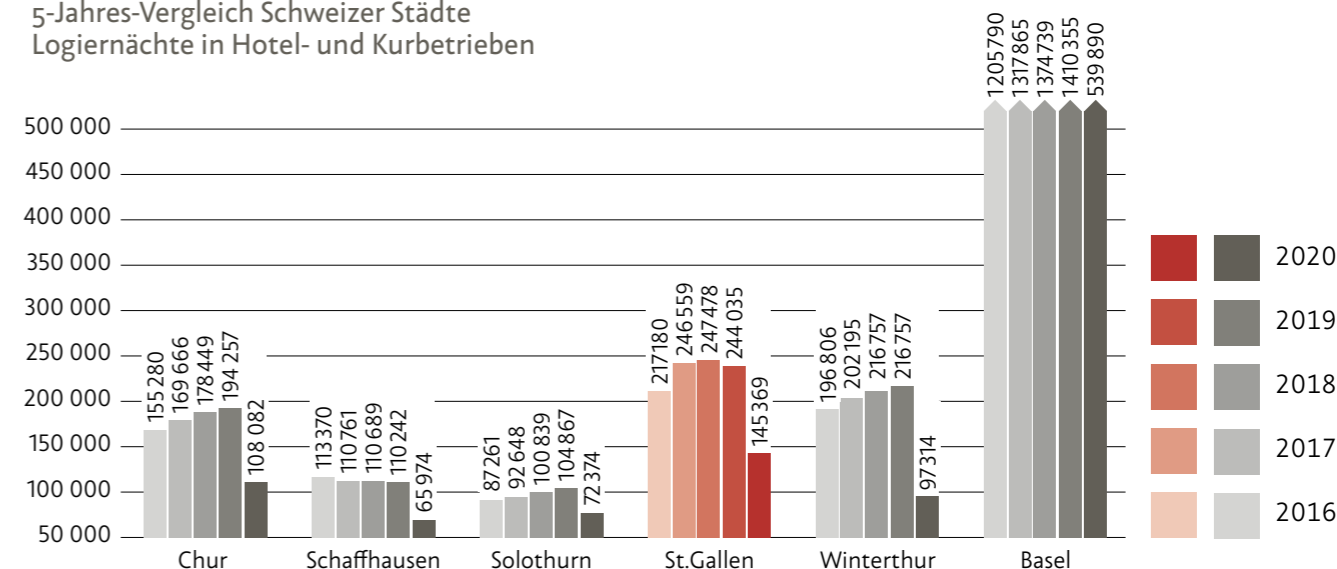
\* Übriges Süd- und Ostasien, Thailand, Singapur, Malaysia, Philippinen, Indonesien



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

	2020	2019
Anzahl Betriebe	11	11
Ankünfte	4 242	7 654
Logiernächte	13 883	16 907

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



## Frequenzzahlen Tagestourismus

	2020	2019
Museen	93 035	181 201
Stiftsbezirk (seit April 2019 mit drei Ausstellungssälen)	85 207	151 765
OpenAir St.Gallen	abgesagt	88 000
davon 4-Tagespässe		13 000
Olma Messen St.Gallen	150 665	701 435
Swiss Casinos St.Gallen	120 162	186 005
Bäderlandschaft Säntispark	*	928 000

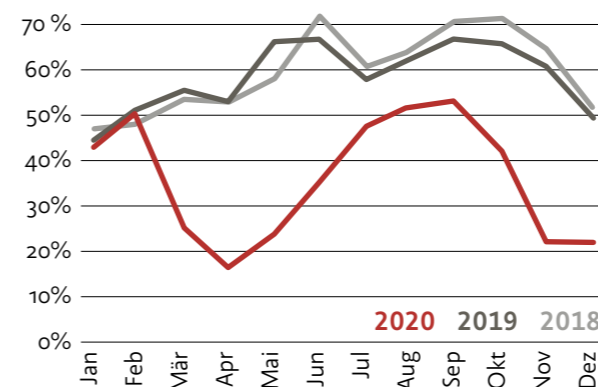
\* verzichtet auf die Bekanntgabe

	2020	2019
Abenteuerland Walter Zoo	234 509	270 334
Bodensee Schifffahrtsbetriebe (Anzahl Ausstiege in Rorschach)	13 184	28 224
Forum Würth Rorschach	28 350	61 942
Maestranì's Chocolarium	65 000	130 000
Konzert und Theater St.Gallen		
Konzert	19/20 17 563	18/19 23 132
Theater	19/20 61 034	18/19 106 992
St.Galler Festspiele *	4 455	10 339

\* Parkspiele als Ersatz für die Festspiele (wegen Corona)



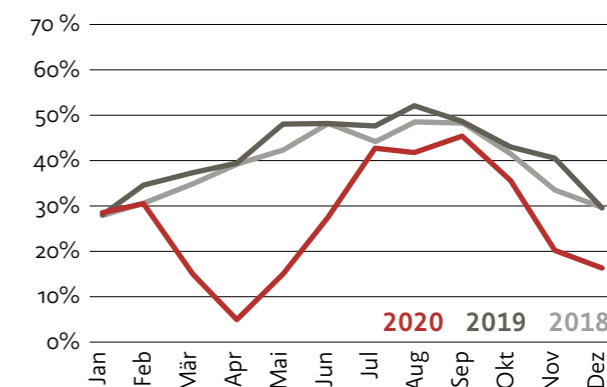
## Nettozimmerauslastung in der Hotellerie der Stadt St.Gallen



Perimeterstand 2017



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



# 9. JAHRESABSCHLUSS

## 9.1 Bilanz

	31.12.2020	31.12.2019
	CHF	CHF
<b>Aktiven</b>		
<b>Umlaufvermögen</b>		
Flüssige Mittel	960 569.02	619 000.72
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	114 031.36	258 032.00
Andere kurzfristige Forderungen	43 085.27	18 650.22
Vorräte	38 194.00	39 637.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen	13 960.00	31 750.00
	<b>1 169 839.65</b>	<b>967 069.94</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Finanzanlagen	200 002.00	200 002.00
	<b>200 002.00</b>	<b>200 002.00</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>1 369 841.65</b>	<b>1 167 071.94</b>
<b>Passiven</b>		
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	225 644.58	204 473.19
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	83 573.96	53 518.34
Passive Rechnungsabgrenzungen	4 100.00	95 500.00
kurzfristige Rückstellungen	25 000.00	33 000.00
	<b>338 318.54</b>	<b>386 491.53</b>
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		
Kredit COVID 19	200 000.00	0.00
Rückstellungen	276 197.50	261 197.50
	<b>476 197.50</b>	<b>261 197.50</b>
<b>Fondskapital zweckgebunden</b>		
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierungen	410 000.00	380 000.00
	<b>410 000.00</b>	<b>380 000.00</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Vereinskapital	139 382.91	145 284.41
Jahresgewinn / -verlust	5 942.70	-5 901.50
	<b>145 325.61</b>	<b>139 382.91</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>1 369 841.65</b>	<b>1 167 071.94</b>

## 9.2 Betriebsrechnung

	2020	2019
	CHF	CHF
<b>Betriebsertrag</b>		
<b>Ertrag aus Beiträgen</b>		
Kanton St. Gallen	725 600.00	580 000.00
Städte St. Gallen & Rorschach	1 005 000.00	945 000.00
Politische Gemeinden (ab 2018 inkl. Verein SG Rheintal)	88 400.00	79 850.00
Mitgliederbeiträge	143 036.00	147 605.00
	<b>1 962 036.00</b>	<b>1 752 455.00</b>
<b>Ertrag aus erbrachten Leistungen</b>		
Gasttaxen	597 576.91	1 035 754.51
Sponsorenbeiträge	596 120.01	559 340.02
Ertrag aus Dienstleistungen	466 792.90	823 264.85
Andere betriebliche Erträge	187 356.69	173 989.77
Ertragsminderungen / Veränderung Delkredere	10 491.19	-6 224.70
	<b>1 858 337.70</b>	<b>2 586 124.45</b>
<b>Total Erträge</b>	<b>3 820 373.70</b>	<b>4 338 579.45</b>
<b>Aufwand für Waren und Dritteleistungen</b>		
Wareneinkauf und Dritteleistungen (Dienstleistungen)	-257 806.72	-424 278.78
Stadtführungen / Stadtrundgänge	-12 739.23	-42 434.82
	<b>-270 545.95</b>	<b>-466 713.60</b>
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>3 549 827.75</b>	<b>3 871 865.85</b>
<b>Betriebsaufwand</b>		
<b>Personalaufwand</b>		
Lohnaufwand	-1 577 311.55	-1 649 713.35
Sozialversicherungsaufwand	-278 280.30	-276 182.40
Kurzarbeitsentschädigungen	114 078.85	0.00
Übriger Personalaufwand	-48 940.65	-67 085.35
	<b>-1 790 453.65</b>	<b>-1 992 981.10</b>

9.2 Betriebsrechnung

	2020	2019
	CHF	CHF
<b>Sonstiger Betriebsaufwand</b>		
Raumaufwand	-210 328.67	-213 585.07
Unterhalt / Reparaturen / Ersatz	-3 456.12	-3 425.24
Sachversicherungen / Abgaben / Gebühren / Bewilligungen	-5 657.68	-10 721.38
Energie- und Entsorgungsaufwand	-6 038.76	-6 498.44
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-540 538.08	-403 226.38
Werbeaufwand	-935 177.25	-1 191 833.45
Übriger Betriebsaufwand	-81 313.83	-90 832.97
	<b>-1 782 510.39</b>	<b>-1 920 122.93</b>
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>-3 572 964.04</b>	<b>-3 913 104.03</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-23 136.29</b>	<b>-41 238.18</b>
<b>Finanzerfolg</b>		
Finanzertrag	79 350.49	45 567.01
Finanzaufwand	-5 271.50	-10 230.33
	<b>74 078.99</b>	<b>35 336.68</b>
<b>Ausserordentlicher Erfolg</b>		
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	0.00
Ausserordentlicher Aufwand	-45 000.00	0.00
	<b>-45 000.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Jahresgewinn / -verlust</b>	<b>5 942.70</b>	<b>-5 901.50</b>

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. Sie sind zu aktuellen Einkaufspreisen bewertet. Zusätzlich sind Souvenirs mit einem Pauschalbetrag 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

	31.12.2020	31.12.2019
	CHF	CHF
<b>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>		
Offene Debitorenrechnungen	121 208.86	272 194.80
Kreditkartenguthaben, übrige Guthaben	4 822.50	12 837.20
<b>Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)</b>	<b>126 031.36</b>	<b>285 032.00</b>
./. Pauschale Wertberichtigung	-12 000.00	-27 000.00
<b>Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)</b>	<b>114 031.36</b>	<b>258 032.00</b>
<b>Andere kurzfristige Forderungen</b>		
Verrechnungssteuer	27 657.00	15 770.90
Frankiermaschine	2 528.87	2 879.32
übrige kurzfristige Guthaben	12 899.40	
<b>Total andere kurzfristige Forderungen</b>	<b>43 085.27</b>	<b>18 650.22</b>
<b>Anlagevermögen (Finanzanlagen)</b>		
Aktien	180 002.00	180 002.00
Anteilscheine	20 000.00	20 000.00
<b>Total Anlagevermögen (Finanzanlagen)</b>	<b>200 002.00</b>	<b>200 002.00</b>
<b>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>		
Offene Kreditorenrechnungen	225 644.58	204 289.48
Anzahlungen / Doppelzahlungen von Kunden	0.00	183.71
<b>Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>225 644.58</b>	<b>204 473.19</b>
<b>Andere kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Mehrwertsteuer	27 593.51	20 096.54
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	10 655.30	4 357.55
Verbindlichkeiten ggü. der Pensionskasse Stadt St.Gallen	18 878.65	20 247.30
Verbindlichkeiten aus Vorverkäufen / übrige Verbindlichkeiten	26 446.50	8 816.95
<b>Total andere kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>83 573.96</b>	<b>53 518.34</b>

Bestand / Veränderung der Rückstellungen und des zweckgebundenen Fondskapitals				
	Bestand	Zuweisung	Verwendung	Bestand
	1.1.			31.12.
<b>Kurzfristige Rückstellung</b>				
Für Ferien und Überzeit	33 000.00	0.00	8 000.00	25 000.00
	<b>33 000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>8 000.00</b>	<b>25 000.00</b>
<b>Langfristige Rückstellung</b>				
Für Informatikprojekte	34 000.00	15 000.00	0.00	49 000.00
Für Umbau Büro	100 000.00	0.00	0.00	100 000.00
Für Kongressmanagement	127 197.50	0.00	0.00	127 197.50
	<b>261 197.50</b>	<b>15 000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>276 197.50</b>
<b>Fondskapital zweckgebunden</b>				
Für Projekte und Anschubfinanzierung	380 000.00	30 000.00	0.00	410 000.00
	<b>380 000.00</b>	<b>30 000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>410 000.00</b>

COVID-19-Kredit

St.Gallen-Bodensee Tourismus hat im Berichtsjahr einen verbürgten COVID-19-Kredit von 0.2 Mio Franken in Anspruch genommen. Dieser wird aktuell zu 0.0% verzinst. Diese Zinskonditionen können jeweils per 31. März durch den Bundesrat angepasst werden. Die Laufzeit des Kredits beträgt 5 Jahre. Der Kreditbetrag ist spätestens am Ende der Laufzeit zusammen mit den dann zumal ausstehenden Zinsen vollständig zurück-zuzahlen.

	31.12.2020	31.12.2019
	CHF	CHF
<b>Ausserordentlicher Aufwand</b>		
Rückstellung für Projekt Telefonie	15 000.00	0.00
Rückstellung für Restart-Aktionen Corona	30 000.00	0.00
<b>Total ausserordentlicher Aufwand</b>	<b>45 000.00</b>	<b>0.00</b>



### 3. Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.

### 4. Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten

	31.12.2020	31.12.2019
Kopiergeräte	0.00	1 273.25

### 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 2020 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, 5. März 2021

#### Beilagen:

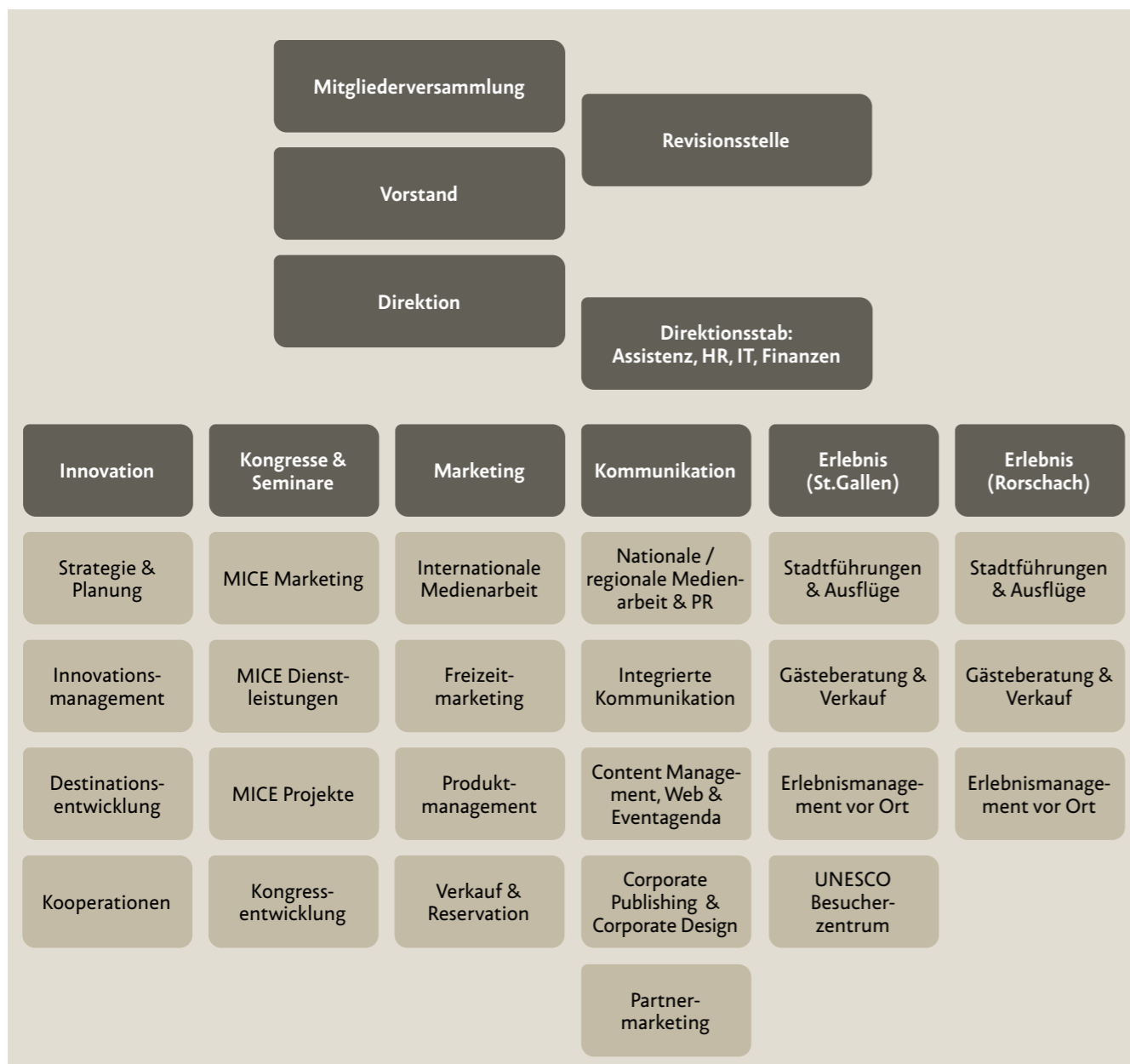
Jahresrechnung 2020 bestehend aus:

- Bilanz
- Erfolgsrechnung
- Anhang

# 11. ORGANISATION

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

## Aufgabenprofil St.Gallen-Bodensee Tourismus



# 12. ORGANE

## Vorstand



Präsident  
Markus Isenrich

Verwaltungsratspräsident der acrevis Bank AG, St.Gallen  
 Seit 2014 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
 • Präsident der Berufsfachschulkommission am Berufs- und Weiterbildungszentrum für Gesundheits- und Sozialberufe, St.Gallen  
 • Handelsrichter am Handelsgericht St.Gallen  
 • Präsident Wildparkgesellschaft Peter und Paul



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



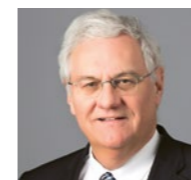
Vizepräsident  
Thomas Scheitlin

Stadtpräsident St.Gallen  
 Seit 2007 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
 • Kantonsrat  
 • Verwaltungsratspräsident Olma Messen St.Gallen  
 • Universitätsrat HSG



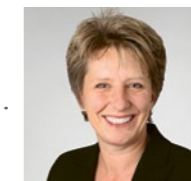
Bruno Hensler

Verwaltungsdirektor Universität St.Gallen  
 Seit 2018 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
 • Betriebsverantwortung Weiterbildungszentrum Holzweid (WBZ), St.Gallen



Vizepräsident  
Thomas Müller

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



Katrin Meier

Leiterin Amt für Kultur des Kantons St.Gallen  
 Seit 2015 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
 • Stiftungsrätin Lokremise St.Gallen, Schloss Werdenberg



Robert Rath

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



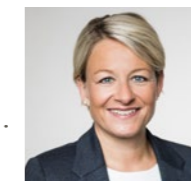
Nicolo Paganini

Direktor Olma Messen St.Gallen  
 Seit 2015 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
 • Nationalrat  
 • Verwaltungskommission Pensionskasse Stadt St.Gallen  
 • Verwaltungsrat Klinik Gais AG



Karin Bischoff

Textilunternehmerin  
 Seit 2015 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
 • Inhaberin «Die Manufaktur GmbH»  
 • CEO «Bischoff Interior AG»  
 • Verwaltungsrätin «Bischoff Holding AG»



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

## Revisionsstelle

• Finanzkontrolle der Stadt St.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



# 13. TEAM

## Direktion ▶



**Thomas Kirchhofer\***  
Direktor (100%)  
bis 30. Juni



**Anja Geiger**  
Direktions-  
assistentin &  
Personal (100%)  
bis 30. Juni



**Ramona Lendenmann**  
Direktions-  
assistentin &  
Personal (100%)  
ab 1. Mai



**Andrea Bieri**  
Sachbearbeiterin  
Finanzen (90%)



**Moritz Nägeli**  
Projektleiter  
Business Deve-  
lopment  
(60%)



**Bettina Güntensperger\***  
Co-Leiterin  
Convention  
(50%)



**Anja Salomon**  
Co-Leiterin  
Convention  
(100%)



**Deborah Jakus**  
Sachbearbeiterin  
Kongressakquise  
(nach Aufwand)  
(100%)  
bis 30. Juni



**Kismet Özdemir**  
Projektleiterin  
Operating &  
Marketing,  
(100%)  
ab 1. Juni



**Linda Moser**  
Projektleiterin  
Operating &  
Marketing (100%)  
bis 31. Mai



**Moritz Nägeli**  
Projektleiter  
Operating  
(40%)



**Marion Azzato**  
Co-Leiterin  
Convention  
(50%)  
bis 31. August



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



**Tanja Nägele**  
Projektleiterin  
Digital Marketing  
Services  
(100%)



**Alexander Kuhn**  
Projektleiter  
Kommunikation  
PR & Medien-  
arbeit (100%)  
bis 31. Mai



**Nicole Berger**  
Projektleiterin  
Print & Online  
(60%)



**Alisa Haag**  
Experience  
Manager  
(100%)



**Christine Gründler**  
Marketing &  
Kommunikation  
Services (20%)



**Martina Zuberbühler**  
Geschäftsstellen-  
leiterin OSKAR  
(40%, ab Juli  
60%)



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



**Daniela Fries**  
Sachbearbeiterin  
(60%)



**Linda Geier**  
Sachbearbeiterin  
(100%)



**Marco Hermann**  
Sachbearbeiter  
(80%)



**Sabrina Niederer**  
Sachbearbeiterin  
(80%)  
April bis Oktober



**Karin Etterlin**  
Sachbearbeiterin  
(60%)



**Sabina Braun**  
Sachbearbeiterin  
(40%)  
ab 1. Februar



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



**Claudia Büchler**  
Sachbearbeiterin  
(35%)

## Lernende und PraktikantInnen ▶



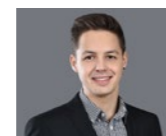
**Jacqueline Eugster**  
Sachbearbeiterin  
(35%)



**Fiorela Eggenberger**  
Lernende (100%)  
bis 4. Dezember



**Kismet Özdemir**  
Praktikantin  
(100%)  
bis 31. Mai



**Jeanot Mattle**  
Praktikant  
(100%)



**Ilenia Vanin**  
Praktikantin  
(100%)  
ab 1. Juli



**Jeanne Müller**  
Praktikantin  
(100%)  
ab 1. August

\* Mitglieder der  
Geschäftsleitung

Anzahl Vollzeit-  
stellen per  
31.12.2019: 20.4  
(davon 1 Lernende,  
2 PraktikantInnen)

Anzahl Vollzeitstellen  
per 31.12.2020: 19.2  
(3 PraktikantInnen)

## St.Gallen-Bodensee Convention ▶



**Bettina Güntensperger\***  
Co-Leiterin  
Convention  
(50%)



**Anja Salomon**  
Co-Leiterin  
Convention  
(100%)

## Marketing & Kommunikation ▶



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



**Tanja Nägele**  
Projektleiterin  
Digital Marketing  
Services  
(100%)

## OSKAR



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



**Daniela Fries**  
Sachbearbeiterin  
(60%)

## Erlebnismagement St.Gallen ▶



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



**Daniela Fries**  
Sachbearbeiterin  
(60%)

## Erlebnismagement Rorschach ▶



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



**Claudia Büchler**  
Sachbearbeiterin  
(35%)

## Unsere Guides



Von links nach rechts: Verena Plassard, Klaus Stahlberger, Ulrike Brülisauer, Faustino Malaguti, Antoinette Corciulo, Katrin Paganini, Christine Kundert, Cristina Duttweiler, Karin Bredul, Enza Barra, Christa Nüesch, Felix van den Berg, Erika Akermann, Jennifer Deuel, Claudia Macht, Yvonne Herold, Susan Widrig, Monika Raschle, Claudia Schneider.

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





## Unterhaltsame Stunden mit Ostschweizer Charme

American Roulette, Black Jack oder Poker? Das Casino St. Gallen bietet Ihnen an zehn Spieltischen spannende Unterhaltung. Versuchen Sie Ihr Glück zudem an einem der 200 Spielautomaten mit vielen attraktiven Jackpots. Der Eintritt ist kostenlos.

Öffnungszeiten

Sonntag bis Donnerstag 09.00 – 03.00 Uhr

Freitag und Samstag 09.00 – 04.00 Uhr

CASINO  ST. GALLEN