



Jahresbericht 2012

St. Gallen-Bodensee Tourismus



St. Gallen Bodensee
entdecken erleben wissen
www.st.gallen-bodensee.ch

INHALTSVERZEICHNIS

1. Gedanken des Präsidenten	1
2. Bericht des Tourismusdirektors	2
3. Marketing	4
4. Gästeinformation	6
5. St.Gallen-Bodensee Convention	7
6. Statistiken	10
7. Jahresrechnung 2012	12
8. Struktur St.Gallen-Bodensee Tourismus	15



1. Gedanken des Präsidenten



*René Romanin
Präsident SGBT*

Drei Ereignisse haben das abgelaufene Tourismusjahr besonders stark geprägt:

Das Gallusjahr 612–2012, der Führungswechsel in unserer Direktion und der Wegzug des internationalen Brustkrebskongresses nach dreizehn Durchführungen nach Wien.

Die beeindruckenden Aktivitäten rund um das Gallusjahr werden im Bericht des Tourismusdirektors nochmals in Erinnerung gerufen. Als Mitglied des Lenkungsausschusses kann auch ich eine sehr positive Bilanz ziehen. Die nationale und internationale Resonanz war gross und man konnte spüren, dass die vielfältigen Angebote dem von uns geförderten Kulturtourismus neue Impulse verliehen haben.

Seit längerer Zeit war spürbar, dass sich unser Tourismusdirektor Boris Tschirky zur Politik hingezogen fühlte. Wir haben das aktiv unterstützt und gefördert, wird doch gemessen an anderen Branchen und die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus politisch eher stiefmütterlich behandelt. Gleichwohl kam der Wechsel in ein politisches Vollamt früher als erwartet. Ich bin überzeugt, dass Boris Tschirky auch als Gemeindepräsident von Gaiserwald Massstäbe setzen und dem Tourismus als verlässlicher Partner erhalten bleiben wird. Präsident, Vorstand und Mitarbeitende danken ihm für neun Jahre engagierten und innovativen Einsatz. Die breite Anerkennung und Wertschätzung fand an einem Abschiedsanlass am 20. Dezember 2012 sichtbaren Ausdruck.

Auf dem Berufungsweg konnte mit dem Walliser Frank Bumann, lic. oec. HSG, ein anerkannter Tourismusfachmann mit internationaler Erfahrung verpflichtet werden. Diese Wahl ist ausnahmslos bei allen Partnern auf grösste Akzeptanz gestossen. Sie stellt sicher, dass St.Gallen-Bodensee Tourismus als bedeutendste touristische Organisation im Verbund von Ostschweiz Tourismus wiederum kompetent geführt wird. Frank Bumann trat seine Stelle am 1. Januar 2013 an. Wir freuen uns auf eine gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit und heissen ihn herzlich willkommen!

Der Wegzug eines Grosskongresses ist für jede touristische Destination ein einschneidendes Ereignis. Überraschend kommt das nicht. Seit über fünf Jahren ist uns klar, dass die Profilierung unserer Destination als Kongress- und Seminarstandort nur möglich ist, wenn mehr Hotelzimmer angeboten werden können. Zugegeben: Seit 2012 stehen rund 140 Hotelzimmer mehr zur Verfügung und rund 100 befinden sich in Bau. Aber drei wichtige Projekte in Rorschach und St. Gallen harren der Umsetzung, obwohl Investoren bereitstehen. Die Gründe, weshalb dies so ist, sind bekannt.

Allerdings hätte auch die Umsetzung dieser Projekte den Wegzug nicht verhindern können. Der internationale Brust-

krebskongress ist mit 4500 Teilnehmenden nicht nur unserer Stadt, sondern auch der Schweiz erwachsen. Der teure Franken und ein weit überdurchschnittlicher logistischer Aufwand führten zu Kosten, die nicht mehr zu verantworten waren. Aber es stellt sich unseres Erachtens generell die Frage nach der Zukunft solcher Grosskongresse. Kostenbewusstsein und Nachhaltigkeit sind die Stichworte dazu.

Beim heutigen «kongressfähigen» Bettenangebot sind wir für Veranstaltungen mit bis zu 800 Personen sehr gut aufgestellt und wenn die drei offenen Projekte doch noch umgesetzt werden können, erhöht sich diese Zahl auf über 1200. Um Kongresse in diesem Bereich zu akquirieren, haben wir das neue Projekt «Kongressentwicklung» angestossen. Erfolg wird uns aber nur beschieden sein, wenn alle am gleichen Strick ziehen, aus der Vergangenheit lernen und offen sind für neue Entwicklungen. Dazu zählen auch Überlegungen, wie in Zusammenarbeit mit anderen Destinationen überregional noch grössere Bettenangebote generiert werden können. Nur so wird es auch künftig möglich sein, weiterhin grössere Kongresse in der Ostschweiz durchzuführen.



2. Bericht des Tourismusdirektors



Boris Tschirky
Tourismusdirektor

Gallus kam ins Stolpern ...

...und zimmerte sich im Tal der Steinach vor 1400 Jahren eine einfache Zelle, woraus sich im Laufe der Jahrhunderte ein Kloster entwickelte, das sich über die Region hinaus ein bemerkenswertes Renommee erwarb. Im Zuge des blühenden Klosterlebens entstand eine Stadt, die sich ebenfalls kaufmännischen Ruhm durch die Leinenweberei und später durch die Stickerei erwarb. Sowohl das reiche Erbe des ehemaligen Klosters St.Gallen als auch die nachhaltigen Schätze der textilen Wirtschaft spielen in der Tourismusdestination St.Gallen-Bodensee eine enorm wichtige Rolle und prägten das Jahr 2012 in besonderer Weise.

...und brachte auch nach 1400 Jahren Tausende von Menschen zusammen

Unter dem Motto «Aufbrechen – Ausstrahlen – Vernetzen» wurde im ganzen Kanton zu über 300 Veranstaltungen eingeladen: Musik, Kunst, Vorträge, Ausstellungen, Wanderungen, Kongresse, Führungen. Die 150 Seiten des Festführers reichten viel Interessantes, Unterhaltsames und «Gluschtiges» auf. Der älteste historisch fassbare Heilige der Schweiz – ob Ire oder Elsässer ist weiterhin unklar – wurde in vollen Zügen sowohl akademisch als auch ausgelassen gefeiert. Und wie es sich für «Schützengarten», die älteste (gegründet 1779), noch vollkommen eigenständig existierende Brauerei der Schweiz, gehört, kreierte sie zum Jubiläumsjahr ein Gallus-Bier. Nebst dem Bier gab es aber auch noch das Gallusbrot, die Galluswaffel, den Galluswein ... und an der Gallusstrasse 11 neu auch ein Besucherzentrum. Nur auf eine speziell «ausbaldowierte» Gallusbratwurst wurde verzichtet.

Ansonsten konnte jedoch am 22. Oktober 2012, an der Bilanzmedienorientierung der ARGE Gallusjubiläum im Besucherzentrum eine positive Bilanz gezogen werden – allen Unkenrufen zum Trotz. Insgesamt realisierten nämlich rund 50 Projektträger mit über 400 Verantwortlichen, Helferinnen und Helfern mehr als 320 Angebote, Veranstaltungen und Projekte.

Zu den Auftaktwochen vom 20. April bis 13. Mai folgten Zehntausende den Einladungen in die Kantonshauptstadt: Rund 3000 Personen genossen den Auftakt mit Festakt, Fissanstich, Eröffnungen und Gala-Konzerten. Das Kleinkunstfestival «Herein!» mit seinen 70 Veranstaltungen zog 1600 Gäste an. 1200 Interessierte nahmen an über 80 Themenführungen in St.Gallen teil. Am 4./5. Mai feierten am Gallusfest «Aufgetischt!» gemäss Schätzungen der Polizei insgesamt 25 000 bis 30 000 Festbesucherinnen und Festbesucher in den Gassen des Klostersviertels und liessen sich von den 25 Strassenkünstlerformationen begeistern. Rund 2200 Personen besuchten die dreiwöchige Ausstellung «Gallus-

kloster und Gallusstadt – nebeneinander und miteinander» im Stadthaus der Ortsbürgergemeinde.

Zum Jubiläum wurden im ganzen Kanton St.Gallen 40 000 Festführer, 175 000 Zeitungsbeilagen und 110 000 Flyer verteilt. Rund 1500 Medienbeiträge in der Schweiz, in Deutschland, Irland und bis nach Spanien berichteten über das Jubiläum und die Vorbereitungen oder wiesen auf Angebote hin. Auf der Jubiläums-WebTV www.gallusTV.ch lebt das Jubiläum in 100 Beiträgen weiter. St.Gallen-Bodensee Tourismus hat sich insbesondere im Medienbereich sehr stark engagiert – mit grossem Erfolg, wie die genannten Beitragszahlen zeigen. Das Gallusjubiläum trug somit wesentlich dazu bei, die Besonderheiten unserer Destination international zur Kenntnis zu bringen. Darauf gilt es auch künftig aufzubauen.

Vor diesem Hintergrund wurde im vergangenen Jahr die SGBT-Kommunikationslinie weiterentwickelt. Dies kommt künftig speziell beim Foto- und Bildmaterial zum Ausdruck und wird somit die Auftritte in den elektronischen sowie Printmedien positiv beeinflussen und prägen. Darüber hinaus hat auch die Stadt St.Gallen die Bedeutung des Betriebs eines Besucherzentrums an der Gallusstrasse 11 erkannt und in der Folge den jährlichen Grundbeitrag an St.Gallen-Bodensee Tourismus um CHF 100 000.–erhöht. Schliesslich konnte mit der Erhöhung der Gasttaxe in der Hotellerie die finanzielle Nachhaltigkeit unserer Organisation gestärkt werden.

... und sein Geist verhilft dazu, textile Schätze sichtbar zu machen

Seit rund zwei Jahren arbeitet der Verein «Textilland Ostschweiz» daran, attraktive Angebote aus der Textilindustrie über eine umfassende Plattform für die touristische Vermarktung zu bündeln und aufzubereiten. Ende Juni 2012 wurde die Vereinbarung zwischen dem Volkswirtschaftsdepartement des Kantons St.Gallen und den Tourismusorganisationen Appenzellerland Tourismusmarketing AG, Verein Appenzellerland Tourismus AI, Verein St.Gallen-Bodensee Tourismus, Verein Thurgau Tourismus betreffend die Vermarktungs- und Vertriebsaktivitäten im Rahmen des Projekts «Textilland Ostschweiz» unterzeichnet.

Zugleich baute der Verein seine finanzielle Basis und den Kreis seiner Mitglieder weiter aus: Aktuell zählt der Verein rund 35 Mitglieder, assoziierte Partner und Gönner, darunter die führenden Textilunternehmen der Ostschweiz, ein Dutzend Hotels und die Tourismusdestinationen beider Appenzell, St.Gallen-Bodensee und Thurgau. Zur Private-Public-Partnership tragen auch die vier Kantone sowie die Region

Appenzell AR-St.Gallen-Bodensee bei. Bei der Vorstellung der neuen Webplattform www.textilland.ch und der Textilland-Broschüre im September 2012 wurden gleich auch weitere Textilland-Hotels präsentiert.

Seitdem können auch textile Produkte und Geschenkartikel gekauft werden, sei es in Hotels, in Geschäften (Chocolaterie am Klosterplatz), im Besucherzentrum oder in der Tourist Information. Vorerst umfasst die Palette der Artikel zwanzig Erstprodukte, mehrere davon in verschiedenen Ausführungen, so dass insgesamt rund dreissig einzelne Artikel erhältlich sind.

Für all diese Anstrengungen konnte «Textilland Ostschweiz» im November 2012 bereits einen Milestone für den 2. Platz in der Kategorie «Herausragende Projekte» in Bern entgegennehmen.

... und weist hoffentlich noch besser den Weg

Ein Dauerthema im Jahr 2012 waren einmal mehr die längst überalterten Autobahntafeln, die Signaletik in der Stadt St.Gallen sowie die Beschriftung der Tourist informationen (TI). Während es in Rorschach im Mai 2012 gelang, die Visibilität der TI am Hafengebäude durch die Auswechslung der 30cm x 30cm grossen «i»-Tafel an der Nordwestecke des Gebäudes durch ein 60cm x 60cm messendes «i»-Schild beim Eingang zur TI massiv zu verbessern, harrt die Wegweisung zum Besucherzentrum (BZ) an der Gallusstrasse 11 in St.Gallen und die dortige grosszügige Kennzeichnung nach wie vor einer Lösung.

Ebenfalls Geduld gefragt ist in Bezug auf den Ersatz der alten Autobahntafeln, die den motorisierten Individualverkehr auf die Hauptsehenswürdigkeiten in der Destination hinweisen. Nachdem das Bundesamt für Strassen am 14. Mai 2012 die neuen Weisungen über die touristische Signalisation an Autobahnen und Autostrassen erlassen hat, wurde seitens SGBT der in diesem Dokument festgehaltene Verfahrensweg beschritten. An einer Besprechung Mitte Oktober zwischen dem Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons St.Gallen, dem Tiefbauamt des Kantons St.Gallen sowie der Kantonspolizei (Verkehrstechnik) kam man zum Schluss, dass nun ein kantonales Grundkonzept hinsichtlich der touristischen Signalisation an Autobahnen und Autostrassen unter der Federführung der Standortentwicklung und zusammen mit den Destinationsverantwortlichen, (Tourismudirektoren), Vertretungen der Nationalstrassen sowie der Kantonspolizei erarbeitet werden müsse. An einer diesbezüglichen Zusammenkunft Ende November 2012 wurden erste Lösungsvorschläge diskutiert.

... und liess die Menschen zu ihm «pilgern»

Damit noch mehr Gäste überzeugt werden können, in die Destination St.Gallen-Bodensee zu reisen, unterstützt unsere Organisation das Ansinnen der Geschäftsführer/innen sämtlicher Ostschweizer Destinationen, die Raiffeisen-Mitgliederaktion 2014 in unseren Destinationen über die Bühne gehen zu lassen. Diejenigen Schweizer Destinationen, in denen diese Aktion in den letzten Jahren durchgeführt wurde, generierten dadurch Logiernächte in der Grössenordnung von rund 40000 bis 120000. Diese Aktion würde sich auch für die Ostschweiz nachhaltig auszahlen.

Der Verband der Schweizer Raiffeisenbanken hat diesbezüglich Interesse signalisiert, jedoch von den Ostschweizer Destinationen verlangt, diesbezüglich bis September/Oktober 2012 die relevanten Leistungsträger aus Hotellerie sowie Transport (Seilbahnen, Schifffahrt) an der 50%-Aktion mit «im Boot zu haben». Bis Mitte Oktober 2012 wurden dem Verband der Schweizer Raiffeisenbanken sämtliche Listen aller Ostschweizer Destinationen und der Unterkunftsleistungsträger, welche an der Raiffeisen-Mitgliederaktion 2014 mitmachen werden, übermittelt. Zu Beginn des Jahres 2013 wird dann nach der Verifikation des Hotelangebots und der Lösung der Frage der Bergbahnenrabattierung definitiv durch den Verband der Schweizer Raiffeisenbanken über die Durchführung der Aktion in der Ostschweiz 2014 entschieden.

... und vermittelt das Wissen weiter

Veränderte Trends auf dem Tourismusmarkt haben St.Gallen-Bodensee Tourismus schon im Jahre 2003 bewogen, den Bereich Kongresse & Events neben dem Kulturtourismus als zweites strategisches Geschäftsfeld aufzubauen. Mit dem Projekt «SGBT Plus» wurde in den Jahren 2008 bis 2011 ein Incoming-Büro für Kongresse und Events, welches die oben beschriebenen Kernaufgaben betreut, erfolgreich aufgebaut und auf dem Markt etabliert.

Darauf aufbauend und zur nachhaltigen Stärkung des Meeting-Standortes St.Gallen sollen in den kommenden Jahren 2013 bis 2016 die folgenden Stossrichtungen unter «Kongressentwicklung SGBT» intensiv bearbeitet werden:

1. bestehende internationale (rotierende) Fachkongresse via Themenführer/ Lehrstuhl nach St.Gallen holen;
2. bestehende Fachkongresse respektive -veranstaltungen, welche von Professoren/Instituten extralokal veranstaltet werden, wieder in St.Gallen durchführen;
3. neue Fachkongresse, basierend auf lokal verankerten Themenführerschaften, aufbauen und etablieren.

Ein daraus entstehender Kongress mit internationaler Ausstrahlung wird als Instrument zur Entwicklung eines Forschungsobjektes und als «Think Tank» respektive Plattform zum Informationsaustausch genutzt. Dadurch wird Wertschöpfung in der Region generiert, der Meeting- und Kongresstourismus nachhaltig ausgebaut sowie die Wissens- und Bildungsregion St.Gallen weiterentwickelt.

... und ermahnt uns zur Zusammenarbeit

Gemeinsam haben wir 2012 nachgedacht, initiiert, gehobelt, gefeilt, nachbesprochen oder ab und zu auch etwas wieder verworfen. Dank der Unterstützung all unserer Mitglieder und Partner ist vieles auf den Weg gebracht und umgesetzt worden. Einiges blieb jedoch auch unerledigt oder das eine und andere harrt noch einer glücklichen Fügung, dass es wieder aufgegriffen werde. Zur weiteren touristischen Weiterentwicklung braucht es allerdings eines: die Bereitschaft zum gemeinsamen Aufbruch und zur Zusammenarbeit.



3. Marketing

1. Ziele und Projekte

Die folgenden Ziele wurden im Rahmen des Aktivitätenplans definiert:

- Themenschwerpunkt Gallusjahr bei den SGBT-Promotions und Medienaktivitäten
- Verbesserung des SGBT-Werbeauftritts (Printmedien)
- Steigerung der Homepage-Visits
- Steigerung der Gruppen- und Arrangementbuchungen

2. Aktivitäten

A) Promotion

Schwerpunkt Gallusjahr

Das Jahr 2012 stand ganz im Zeichen des Gallusjubiläums, welches als Hauptthema bei sämtlichen Promotionsaktivitäten im Vordergrund stand. So wurden die verschiedenen Anlässe und Events rund ums Jubiläumssjahr schwerpunktmässig im Imageprospekt «Entdecken und Erleben» sowie in zahlreichen bezahlten Publikationen wie Bodensee-Magazin, Bodensee-Ferienzeitung, Bodensee-Erlebnissführer etc. vorgestellt und beworben.



Verein stgallen sternenstadt

Ende November wurde der Verein «stgallen sternenstadt» gegründet, der einen einheitlichen Auftritt mit gezielt aufeinander abgestimmten Aktionen aller Interessengruppen rund um die Advents- und Weihnachtszeit in der Stadt St.Gallen zum Ziel hat. Der Verein will u.a. eine Durchdringung der Standortmarke «Sternenstadt St.Gallen» in der Schweiz anstreben und die Stadt St.Gallen als die Adventsstadt nach aussen portieren. St.Gallen soll auf dem Adventskalender der Schweiz und im umliegenden Ausland wie Süddeutschland / Vorarlberg etc. eine führende Rolle bei Advents- Besuchenden einnehmen.

Werbe- und Informationsmittel

Im Laufe des Jahres wurde das SGBT-Broschürenkonzept gemeinsam mit der Werbeagentur E,T&H überarbeitet und per Ende 2012 umgesetzt. Dabei war es das Ziel, mit einer einheitlichen Bildsprache, Broschürenformat sowie Papierqualität den visuellen Auftritt der strategischen Geschäftsfelder «Kultur und Leisuretourismus» sowie «MICE» zu stärken. Zur Verbesserung der Bildsprache wurden mehrere Fotografen zu einem Casting eingeladen und konnten aufgrund einer von SGBT definierten Sujet-Liste Probeaufnahmen vorlegen.

Nach sorgfältiger Auswertung der eingereichten Arbeiten entschieden sich die Bereichsleiter für die Zusammenarbeit mit einem Fotografen und definierten für die Key Visuals 2012 das Thema «Blaue Stunde». Im einheitlichen «Look and Feel» präsentieren sich nun die SGBT-Broschüren «Inspirationen» (früher «Entdecken und Erleben»), das Unterkunftsverzeichnis und «Stadt(ver)führungen» sowie der Meetingplaner.

CMT Stuttgart

Im Januar 2012 warb St.Gallen-Bodensee Tourismus wieder unter dem Dach von Ostschweiz Tourismus an der weltgrössten touristischen Publikumsmesse, der CMT in Stuttgart, um Gäste aus Baden-Württemberg.

Während zweier Tage präsentierte sich St.Gallen-Bodensee Tourismus zudem gemeinsam mit dem Sämtispark an den Prospektbörsen in Lindau, Friedrichshafen, Meersburg und Konstanz, um dort für Tagesausflugsgäste zu werben.

ITB Berlin

Mitte März war St.Gallen-Bodensee Tourismus erstmals mit einem Gemeinschaftsstand St.Gallen-Bodensee-Thurgau und Schaffhauserland an der bedeutendsten touristischen Fachmesse, der ITB, in Berlin vertreten. Auch der dortige Auftritt stand ganz im Zeichen des Gallusjubiläums und hat sich im Verbund mit den beiden weiteren Ostschweizer Partnern sehr bewährt.



B) Key Media Management

Die Pressearbeit von St.Gallen-Bodensee Tourismus verlief im Jahr des Gallusjubiläums mit 940 Veröffentlichungen ausserordentlich erfolgreich. In den klassischen Medien konnten bis November 184 Veröffentlichungen mit einer Reichweite von 24 Millionen erzielt werden, in den Online-Kanälen waren es 756 Veröffentlichungen mit einer Visit-Zahl der Portale von knapp 304 Millionen.

Die Chance, die das Gallusjubiläum für die Medienkommunikation bot, konnte aufgrund weitsichtiger Planung voll ausgeschöpft werden. Allein in Deutschland wurden zum Gallusjubiläum in Print, TV und Radio insgesamt 87 (!) Veröffentlichungen erzielt. Bemerkenswert dabei ist, dass unter

anderem durch gute Agenturverbreitung (DPA und Katholische Nachrichtenagentur) – sehr umfangreiche und hochwertige Berichte erzielt werden konnten.



Auch die Einladung zum Advents-Journalistentag anlässlich der Eröffnung der «Sternenstadt» zeigte wiederum sehr gute Erfolge: 16 Vertreter relevanter Medien aus Deutschland und der Schweiz nahmen daran teil.

Weitere Highlights waren der Aufenthalt eines SWR-TV-Teams Mitte Mai anlässlich der Dreharbeiten zur Sendung «eine musikalische Reise durch die Ostschweiz». Diese wurde an Pfingsten ausgestrahlt und berichtete ebenfalls über das Galusjubiläum.



Im Sommer und Frühherbst besuchten uns zudem Filmteams aus Malaysia sowie Kanada und im September stand Rorschach im Fokus einer Reportage über die Schweizer Exiljahre des deutschen Komponisten Richard Wagner.

C) E-Marketing

10 000 Fans auf Facebook

Kurz nach Weihnachten war es so weit: Die Facebook-Seite von St.Gallen-Bodensee Tourismus verzeichnete 10 000 Fans – Tendenz steigend!

Homepage-Visits

Die Destinations-Homepage www.st.gallen-bodensee.ch wurde 2012 auch in Italienisch aufgeschaltet und verzeichnete 2012 36% mehr Besucher.

App «Oschte» – im Verbund mehr erreicht

Wo kann man gut essen? Welche Tagesausflüge in der Region sind die schönsten? Zur raschen Beantwortung dieser Fragen wurde «Oschte», die neue kostenlose App der Region Appen-

zell AR-St.Gallen-Bodensee und St.Gallen-Bodensee Tourismus geschaffen. Sie bietet für Einwohner/innen und Besucher/innen Freizeittipps und Nützliches rund um die Mobilität in der Region. Die App war ab Herbst 2012 kostenlos für iPhones und Android-Geräte erhältlich. Ausserdem verfügt sie über einen QR-Code-Reader und kann unter www.oschte.ch auch als mobile Website abgerufen werden. Die Betreiber der App werden die Inhalte laufend verdichten und aktualisieren und nehmen weitere spannende Inhalte gerne entgegen.

Gewinnlosaktion

Zur Steigerung der Homepage-Visits wurde in Zusammenarbeit mit der TSO AG und verschiedenen Partnern von Mai bis Oktober eine Gewinnlosaktion durchgeführt. Insgesamt wurden rund 5000 Gewinnlose am Schalter und während Stadtführungen verteilt, wobei es attraktive Preise wie Gratis-eintritte, Schifffahrtstickets und vieles mehr zu gewinnen gab.

D) Zusammenarbeit mit HSGB

Die Zusammenarbeit mit hotels-stgallen-bodensee.ch war auch 2012 wieder sehr intensiv. Die SGBT-Marketingleiterin nahm an sämtlichen Marketingsitzungen des Vereins teil und war als OK-Mitglied bei der 2. St.Galler Gastronight vertreten. Ausserdem wurde der Anlass «Tag der offenen Hoteltür» im März werbemässig begleitet und unterstützt.



E) Information und Gästeservice

Partnernews

Auch 2012 informierte das SGBT-Marketingteam seine Mitglieder und Partner wieder pünktlich an jedem ersten Montag des Monats über aktuelle Aktivitäten, Medienbesuche und -berichte sowie über Teamnews und Veränderungen an der Geschäftsstelle.

Gästenewsletter

Mit dem einmal pro Monat verschickten Gästeneuwsletter erhielten rund 3500 Abonnenten Informationen über aktuelle Angebote und Veranstaltungen in der Region.



3. Ausblick 2013

Projekte

Promotion:

- Fortführung und Aktualisierung des neuen Broschürenkonzepts
- Herausgabe einer neuen Wanderbroschüre

Key Media Management

2013 stehen die SRF-Produktion der Sendung «Kilchsperger's Jassshow» in Rorschach, die Weltpremiere des Musicals «Moses» sowie das Projekt «Textilland» im Vordergrund der Medienarbeit.

Key Account Mangement

- Markteinstieg China und Südostasien: Schaffung von marktgerechten chinesisch- und englischsprachigen Ver-

kaufsunterlagen und Teilnahme an Workshops in China, Singapur und Indonesien

- 2013 findet wieder der Switzerland Travel Mart, diesmal in Bern, statt. SGBT übernimmt hier die Planung eines grösseren Ostschweizer Auftritts
- Mit einem neuen ecrm-Tool der Firma Wilken soll die Datenerfassung wichtiger Tourismuspartner professionalisiert werden

Gästeinformation

Durch die kostenlose Abgabe von speziellen Informationsordnern an die Anbieter von Ferienwohnungen soll die Gästeinformation vor Ort verbessert werden.

4. Gästeinformation

Positives Gesamtergebnis

Die Tourist Information durfte im Jahr 2012, welches ganz im Zeichen von Gallus stand, sehr starke Frequenzen verzeichnen. Vor allem in den Monaten April bis September nahmen viele nationale und internationale Besucher die Dienstleistungen von St.Gallen-Bodensee Tourismus in Anspruch. Während über 350 Tagen standen die Gästeberaterinnen für Informationen aus Stadt und Region mit vielfältigem Prospektmaterial kompetent zur Verfügung. Die Dienstleistungen umfassten zudem Buchungen von Hotelzimmern, Verkäufe von Gutscheinen, Büchern, Souvenirs aller Art, die Durchführung von Vorverkäufen sowie den Versand von verschiedensten touristischen Broschüren. Zudem wurden im Herbst die Artikel vom Textilland neu ins Sortiment aufgenommen.



Seit April 2012 dürfen wir uns über das neue Besucherzentrum an der Gallusstrasse 11 erfreuen, welches speziell für das Gallusjubiläum eröffnet wurde. Gäste aus nah und fern schätzen das moderne und freundliche Ambiente dieser neuen Infostelle im Herzen des Stiftsbezirks.

Stadtführungen

Wiederum waren 16 Stadtführerinnen für St.Gallen-Bodensee Tourismus in 8 Sprachen im Einsatz. Es wurden Total 1844 Rundgänge durchgeführt, davon 1573 private und 271 öffentliche. Gegen 34000 Personen liessen sich von Stadt und Umgebung begeistern.



Die Spezialführungen in Bezug auf das Gallusjubiläum fanden grossen Anklang, insbesondere auch beim lokalen Publikum. Die Gallusführung mit Besichtigung der Galluskapelle, Galluskrypta und kleinem Orgelspiel sowie die Führung «St.Gallen von oben herab» waren sehr beliebt bei der Bevölkerung.

Einen grossen Dank unseren charmanten Guides, die erneut Gäste aus aller Welt für unsere Stadt begeistern konnten.

Ausblick

Um unser Angebot weiterhin attraktiv zu gestalten, werden 2013 vier neue Themenführungen ins Programm aufgenommen. Zum einen der Rundgang «Verborgene Schätze», zum anderen die Rundgänge mit Kunstwerken im öffentlichen Raum, welche bereits an der Museumsnacht 2012 auf sehr gute Resonanz gestossen sind.

Aufgrund der positiven Stadtführungszahlen im Jahr 2012 haben wir uns entschlossen, unser Team um drei neue Guides zu erweitern.

Wir sind überzeugt, mit unserem kompetenten und motivierten Stadtführungsteam die guten Zahlen dieses Jahres auch im 2013 bestätigen zu können.

5. St.Gallen-Bodensee Convention

1. Ziele 2012

Das Kongress- und Eventteam von St.Gallen-Bodensee Tourismus setzte sich folgende

- quantitative Ziele:
 - Steigerungen der Anfragen für Seminare, Kongresse und Events um weitere 5%
 - Steigerung der Kundenkontakte gegenüber 2012 um 5%
 - Ausweitung der Angebotspalette in der Region (Eventlokalitäten & Rahmenprogramme)
- qualitative Ziele:
 - Den Bekanntheitsgrad der Kongress- und Eventabteilung bei SGBT weiter steigern
 - Die Kunden innert 24 Stunden mit Offerten bedienen
 - Das gute Verhältnis mit allen Partnern, den Hotels und Eventlokalitäten weiterführen

2. Aktivitäten

SalesCalls

Potenzielle Organisatoren von Kongressen, Seminaren und Events (Firmen, Verbände und Organisationen) in der Schweiz, Süddeutschland und England wurden von Urs Treuthardt persönlich besucht. Je nach Kundenwunsch wurden die MICE-Angebote in der Ostschweiz vorgestellt und bestehende Anfragen besprochen.

Fachmessen

An folgenden Fachmessen war SGBC 2012 vertreten:

- 17.01. CelebrationPoint Roadshow Zürich
- 24.01. CelebrationPoint Roadshow Basel
- 22. – 24.05. IMEX Frankfurt
- 21. – 23.08. SuisseEMEX Zürich

Verkaufsreisen mit SCIB (Switzerland Convention and Incentive Bureau)

Folgende Plattformen von SCIB wurden im Jahr 2012 wahrgenommen.

- 7. – 9.03. P&MM Open Days, Kundenanlass und Kundenbesuche
- 2. – 3.08. Kundenanlass von Schweiz Tourismus während der Olympischen Spiele in London
- 17. – 18.10. Businessdinner Frankfurt und Düsseldorf

Studienreisen

Ein absolutes Highlight im Jahr 2012 war die 8. Switzerland Meeting Trophy vom 6. bis 8. Juli 2012. In einer Art Rallye durch die Schweiz treten jeweils aus den 8 Kernmärkten von SCIB (Deutschland, USA, Grossbritannien, Frankreich, Russland, Belgien, Holland, Nordic Countries) Teams von 10 Personen gegeneinander an. Dabei durften wir 120 Eventorganisatoren aus aller Welt in St.Gallen begrüßen und sie auf spielerische Art und Weise von den Vorzügen der Meeting-Destination Ostschweiz überzeugen. Das Team Deutschland ging dabei als Sieger hervor.

«Great experience, great people, great country. We love to come back with our clients and we are sure that the service will be perfect.»

Jan Deckert, Direktor, Jochen Schweizer Events GmbH



«It was great to be part of the Dutch Team and to discover different parts of Switzerland. Everything was so well organised. We have had such fun! Zurich is a nice city, the Cauma-See was beautiful, Appenzell very authentic and St. Gallen is such a nice city! The Pfalz Keller was a fantastic venue for dinners and parties. Thanks for this great event!»

Joyce Van Dijk, Senior Projectmanager, Incento Travelconsultants



Weiter wurde 2012 zum ersten Mal ein neues Studienreise-Konzept durchgeführt. Unter dem Thema «create your day» konnten Meeting-Kunden aus dem Raum Ostschweiz ihren Tag in St.Gallen selbst zusammenstellen. Dabei konnten sie verschiedene Besichtigungstermine bei Leistungsträgern in der Stadt buchen. Zum Mittagessen trafen sich die Gäste zu einem Grillplausch bei den Drei Weieren in einem Jurte-Zelt mit Aussicht über die Stadt. Am Abend wurden alle Personen auf das Eventschiff Sonnenkönigin eingeladen, um an der Veranstaltung Businesslounge teilzunehmen.



Wie in den letzten Jahren wurden mehrere Studienreisen mit Kunden aus der Schweiz und Deutschland durchgeführt. Dabei wurde sowohl mit SCIB als auch mit den Ostschweizer Partnern zusammengearbeitet, um interessierten MICE-Spezialisten alle Facetten unseres Angebotes zu zeigen.

Kundenanlässe

Im Jahr 2012 wurde zum ersten Mal das neue Kundeneventkonzept «St.Galler Couture meets ...» durchgeführt. Dabei wurde in den Städten Luzern und Zürich ein Textilworkshop durchgeführt, in Zusammenarbeit mit Karin Bischoff von der Manufaktur GmbH und Bernhard Duss von Jakob Schläpfer. Die geladenen Meeting-Kunden aus diesen Städten durften mit kundiger Hilfe von Karin Bischoff ihr eigenes St.Galler Couture Accessoire aus St.Galler Textilien gestalten und wurden von Bernhard Duss in die neuste Stoffkollektion von Jakob Schläpfer eingeführt.



Zu den neu gestalteten textilen Rahmenprogrammen in St.Gallen wurde am 13. Dezember 2012 eine Informationsveranstaltung im Textilmuseum durchgeführt. Bei dieser Veranstaltung wurden die rund 50 geladenen Gäste von der HSG, dem Kantonsspital, der Fachhochschule und dem Bundesverwaltungsgericht über neue Möglichkeiten rund um die Textilgeschichte von St.Gallen informiert.

Vom 26. bis 29. März 2012 waren wir mit der Show «Die Ostschweiz – the best of» in Frankfurt, Karlsruhe und Basel unterwegs. Die jeweiligen Veranstaltungen waren alle ausgebaut und das Publikum vom Angebot und Unterhaltungswert der Show begeistert.



E-Marketing

Wie im vergangenen Jahr angekündigt, wurde ein Relaunch unserer Homepage www.st.gallen-convention.ch durchgeführt. Dabei wurde die Seite nach Kundenbedürfnissen ausgerichtet und mit einem stark vereinfachten Lokalitäten-Finder ausgestattet. Weiter wurden Multimedia-Aspekte eingebaut. Die neu gestaltete Homepage wurde stark über Google Ads beworben, was uns einen Zuwachs an Besuchern von 320% gegenüber dem Vorjahr einbrachte. Positiv war auch, dass wir 25 Anfragen über die Homepage erhielten, von welchen 21 Veranstaltungen durchgeführt wurden. In diesem Bereich sind wir weiterhin bestrebt, kontinuierlich die Qualität der Page zu verbessern und die Besucherzahlen sowie Abschlusszahlen zu erhöhen.

Zu dieser starken Steigerung der Onlinepräsenz, haben auch die neu ins Leben gerufenen Slamming News beigetragen. Mithilfe des Poetry Slammers Renato Kaiser versenden wir viermal im Jahr, anstelle des herkömmlichen eNewsletters, die Slamming News. Dabei trägt Renato Kaiser die Neuigkeiten der Meeting-Destination Ostschweiz in einem Poetry Slam vor, welcher dann per Videobotschaft an die Kunden versandt und auf der Homepage aufgeschaltet wird. Für diese innovative Idee wurden wir vom Gottlieb Duttweiler Institut ausgezeichnet. Aber am besten schauen Sie selbst auf www.st.gallen-convention.ch.



3. Ergebnisse

Das Rekordergebnis beim Kommissionsumsatz von 2011 konnte 2012 leider nicht mehr erreicht werden. Mit rund 140000 CHF liegt es dennoch über den Erwartungen. Der Gesamtumsatz bei den Leistungsträgern in der Ostschweiz belief sich in diesem Jahr mit rund 1,3 Mio. CHF ebenfalls leicht unterhalb des Vorjahrs.

Eine positive Tendenz konnten wir jedoch bei den Anfragen im Seminarbereich feststellen. Die Realisationsquote bei Anfragen konnten wir auf 47% steigern. Dies ist auch der verbesserten Onlinepräsenz zuzuschreiben sowie der steigenden Bekanntheit von St.Gallen-Bodensee Convention im Markt.

Von St.Gallen-Bodensee Convention wurden folgende Zielgrößen erreicht:

Akquisition von Tagungen, Seminaren, Kongressen, Events:	56
Anzahl Kundengespräche:	640
Anzahl Offerten:	125
Anzahl MICE-Angebote in der Ostschweiz:	155
Anzahl unterstützte Kongresse:	16

4. Ausblick 2013

2013 wird der Kongressbereich durch starke Einbrüche gekennzeichnet sein. Grosse Kongresse kämpfen mit einem Rückgang an Teilnehmern, was sich negativ auf unsere Kommission auswirken wird. Des Weiteren fehlen 2013 grosse Kongresse wie GTH, BRUNA oder CEMS, welche stark zum positiven Resultat 2012 beigetragen haben. Wir erlangen vermehrt Anfragen für kleinere Meetings, diese generieren jedoch kaum Umsatz.

Verschiedene Massnahmen wurden getroffen, um für die kommenden Jahre Kongresse für St.Gallen zu gewinnen. So wird von unserer Seite vermehrt auf das Marketing bei Verbänden gesetzt. Weiter wurde ein Projekt in Zusammenarbeit mit CongressEvents und der Universität St.Gallen ins Leben gerufen, um lokale Institutionen zu motivieren, einen Kongress in St.Gallen abzuhalten. Da sich die Situation mit dem starken Schweizer Franken immer noch negativ auf die Akquise von Kongressen in unseren ausländischen Märkten auswirkt, wird der Fokus primär auf nationale Verbände und Institutionen gelegt. Diese werden konsequent mit verschiedenen Marketingmitteln beworben.

Somit wird der Schwerpunkt wie im Vorjahr auf folgende drei Bereiche gelegt:

Verstärkte und optimierte Online-Präsenz

Eine starke Online-Präsenz wird immer wichtiger und generiert Anfragen; www.st.gallen-convention.ch wird unser zentrales Marketingmittel; Aus diesem Grund wird 2013, in Zusammenarbeit mit Ostschweiz Tourismus, auf E-Marketing-Kampagnen gesetzt.

Fokussierung in den Märkten

Der Markt Schweiz wird auch weiterhin oberste Priorität geniessen. Mit gezielten Marketingaktionen in den Städten Zürich, Luzern, Zug und Basel werden Kunden auf unser Produkt aufmerksam gemacht. In Deutschland und England konzentrieren wir uns auf die Vermarktung bei den jeweils zehn grössten Agenturen im Land, welche bis zu 85% des MICE-Geschäftes abwickeln. Diese Kundengruppe wird gezielt angegangen.

Ausbau im Verbandsmarketing

In Zusammenarbeit mit CongressEvents werden nationale sowie internationale Verbände verstärkt angegangen. Die Volatilität im Kongressgeschäft mit Verbänden ist weitaus tiefer als im Seminargeschäft und soll uns auch in Zukunft eine zusätzliche Auslastung generieren. Im Kongressgeschäft sind wir mit unserem Produkt auch besser aufgestellt, da die Kongressteilnehmer aus unterschiedlichen Hotels in verschiedenen Sternekategorien auswählen.



6. Statistiken

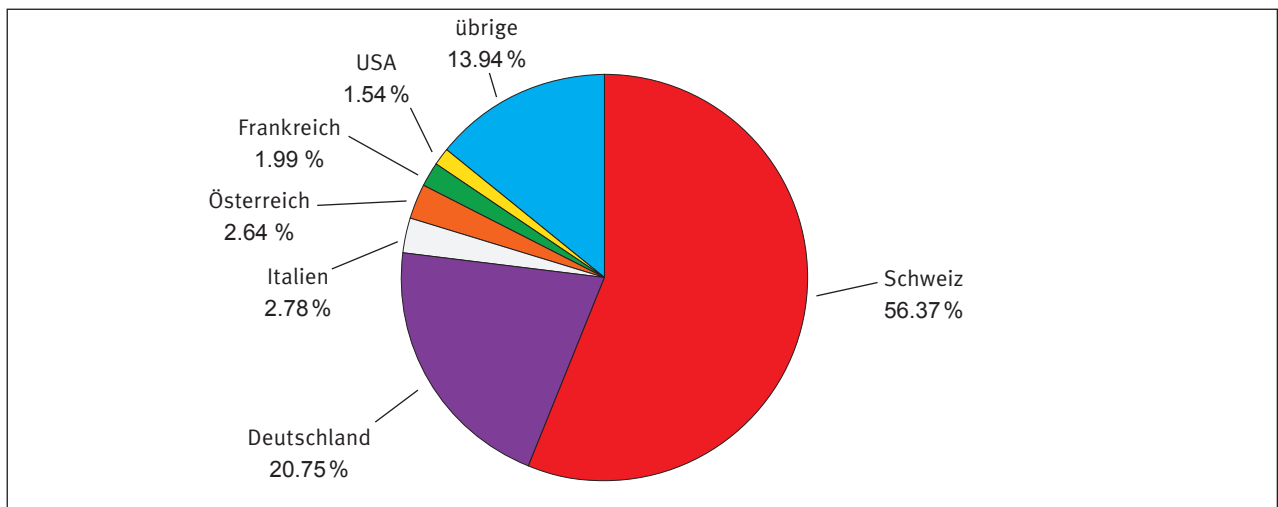
Ankünfte und Logiernächte der Destination St.Gallen-Bodensee Hotel und Kurbetriebe (inkl. Jugendherbergen)

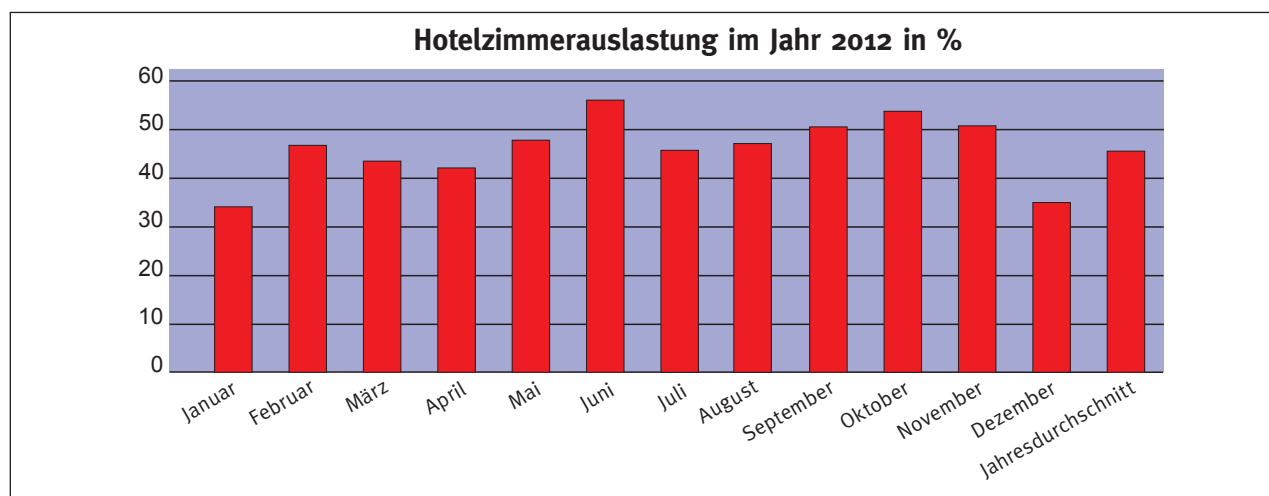
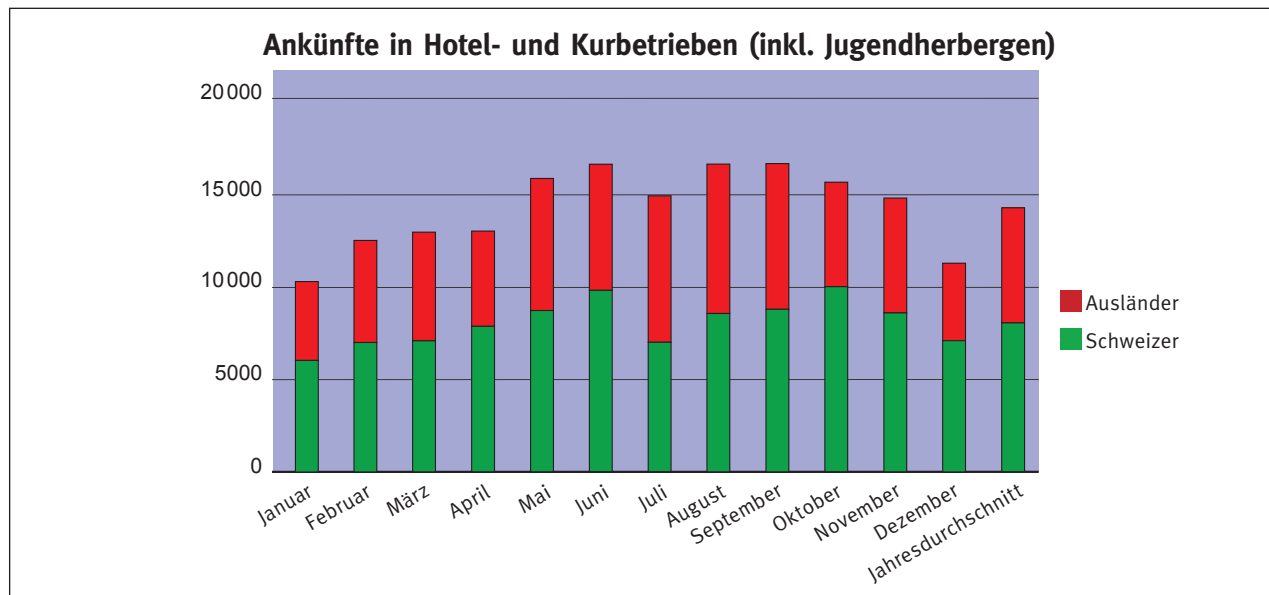
	Schweizer		Ausländer		Total		Veränderung in %
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	
Ankünfte	103627	96653	74728	74806	178355	171459	-3.87%
Logiernächte	171113	164771	150903	154914	322016	319685	-0.72%

Herkunftsländer der Gäste der Destination St.Gallen-Bodensee Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben (inkl. Jugendherbergen)

Herkunftsland	LN in Hotel-/Kurbetrieben		Anteil in %		Veränderung in %
	2011	2012	2011	2012	
Schweiz	171113	164771	53.14	51.54	-3.71%
Deutschland	67497	71604	20.96	22.40	6.08%
Italien	7873	8574	2.44	2.68	8.90%
Österreich	9386	9657	2.91	3.02	2.89%
Niederlande	3006	3054	0.93	0.96	1.60%
Frankreich	5268	6071	1.64	1.90	15.24%
Skandinavien	5467	4023	1.70	1.26	-26.41%
Belgien und Luxemburg	1915	1932	0.59	0.60	0.89%
Spanien und Portugal	2892	4718	0.90	1.48	63.14%
übriges Europa	11413	11300	3.54	3.53	-0.99%
Europa total	285830	285704	88.76	89.37	-0.04%
USA	7034	6578	2.18	2.06	-6.48%
Japan	1486	1679	0.46	0.53	12.99%
Übrige Länder	27666	25724	8.59	8.05	-7.02%
Ausland total	150903	154914	46.86	48.46	2.66%
Gesamttotal	322016	319685	100.00	100.00	-0.72%

Häufigste Herkunftsländer der Gäste der Destination St.Gallen-Bodensee Ankünfte in Hotel- und Kurbetrieben (inkl. Jugendherberge)





Frequenzzahlen

	2011	2012
Museen	135'433	139'500
Stiftsbibliothek	111'228	119'737
Führungen Botanischer Garten	8'164	7'118
Olma Messen St.Gallen	809'774	768'788
Grand Casino St.Gallen	245'516	222'540
Säntispark Freizeit	898'000	938'000
Abenteuerland Walter Zoo	218'000	222'000
Openair St.Gallen		
Nachtschwärmer	12'000	15'500
1-Tagesticket	1'000	1'500
2-Tagesticket	7'000	2'500
3-Tagesticket	9'000	10'500
AB (Rorschach-Heiden)	311'719	302'051
St.Galler Festspiele	14'271	9'832
Konzert und Theater St.Gallen		
Konzert	^{10/11} 17'649	^{11/12} 17'763
Theater	^{10/11} 127'885	^{11/12} 123'517
SBS Schifffahrt AG Rorschach	33'415	41'677
Shopping Arena St.Gallen	4.1 Mio.	4.2 Mio.

Dienstleistungen von St.Gallen-Bodensee Tourismus

	2011	2012
Anzahl Stadtführungen und -rundgänge	1'638	1'844
Anzahl Teilnehmer	31'000	34'000
Anzahl Vorverkäufe	30	29
Anzahl Buchungen über Deskline	548	432
Anzahl gebuchte Logiernächte ü. Deskline/Homepage/Schalter	1'284	960
Anzahl gebuchte Logiernächte über Kongressabteilung	5'643	5'391

Campingplätze St.Gallen-Bodensee

	2011	2012
Betriebe	11	11
Ankünfte	3'031	3'510
Logiernächte	7'946	9'754

7. Jahresrechnung 2012

7.1 Bilanz

	31.12.2012	31.12.2011
Aktiven	CHF	CHF
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	423 950.80	398 628.24
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	146 689.40	121 025.40
Andere kurzfristige Forderungen	50 655.72	81 381.41
Vorräte	34 419.00	18 405.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen	156 533.67	139 321.21
	812 248.59	758 761.26
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	663 060.00	660 988.00
	663 060.00	660 988.00
Zweckgebundenes Anlagevermögen		
Finanzanlagen	168 628.48	133 325.48
	168 628.48	133 325.48
Total Aktiven	1 643 937.07	1 553 074.74
Passiven		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	177 420.70	116 648.13
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	64 210.71	74 085.31
Passive Rechnungsabgrenzungen	281 087.14	222 316.22
	522 718.55	413 049.66
Langfristiges Fremdkapital		
Rückstellungen	631 989.40	644 876.55
	631 989.40	644 876.55
Fondskapital zweckgebunden		
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierungen	300 000.00	300 000.00
	300 000.00	300 000.00
Eigenkapital		
Vereinskapital	195 148.53	183 871.91
Jahresgewinn / -verlust	-5 919.41	11 276.62
	189 229.12	195 148.53
Total Passiven	1 643 937.07	1 553 074.74

7.2 Betriebsrechnung

	2012	2011
	CHF	CHF
Ertrag aus Beiträgen		
Kanton St.Gallen	670 000.00	680 000.00
Städte St.Gallen & Rorschach	560 000.00	460 000.00
Politische Gemeinden / Rheintal	83 750.00	83 750.00
Mitgliederbeiträge	155 345.00	150 724.00
	1 469 095.00	1 374 474.00
Ertrag aus erbrachten Leistungen		
Kooperationsbeiträge	382 731.10	278 951.10
Sponsorenbeiträge	614 825.00	626 135.00
Ertrag aus Dienstleistungen	834 632.30	806 533.35
Andere betriebliche Erträge	68 064.45	75 643.59
	1 900 252.85	1 787 263.04
Total Erträge	3 369 347.85	3 161 737.04
Aufwand für Waren und Drittleistungen		
Wareneinkauf und Drittleistungen (Dienstleistungen)	173 557.62	125 257.59
Stadtführungen / Stadtrundgänge	62 755.70	75 451.15
	236 313.32	200 708.74
Bruttoergebnis	3 133 034.53	2 961 028.30
Betriebsaufwand		
Personalaufwand		
Lohnaufwand	1 516 480.90	1 361 767.10
Sozialversicherungsaufwand	254 805.55	234 867.50
Übriger Personalaufwand	39 036.05	46 603.31
	1 810 322.50	1 643 237.91
Sonstiger Betriebsaufwand		
Raumaufwand	210 658.04	188 710.35
Unterhalt / Reparaturen / Ersatz	11 636.80	8 908.68
Sachversicherungen / Abgaben / Gebühren / Bewilligungen	7 377.30	7 879.85
Energie- und Entsorgungsaufwand	9 937.00	7 108.60
Verwaltungs- und Informatikaufwand	340 161.69	289 925.22
Werbeaufwand	817 084.34	675 093.80
Übriger Betriebsaufwand	49 735.83	89 559.03
	1 446 591.00	1 267 185.53
Total Betriebsaufwand	3 256 913.50	2 910 423.44
Betriebsergebnis	-123 878.97	50 604.86



	2012	2011
	CHF	CHF
Finanzergebnis		
Finanzertrag	146948.10	232630.04
Finanzaufwand	-3988.54	-7884.68
	142959.56	224745.36
Übriges Ergebnis		
Ausserordentlicher Ertrag	18000.00	5926.40
Ausserordentlicher Aufwand	0.00	0.00
	18000.00	5926.40
Bildung Rückstellungen		
Bildung Rückstellung für Informatik-Anlage ¹⁾	0.00	30000.00
Bildung Rückstellung für Projekte / Anschubfinanzierung ²⁾	0.00	50000.00
Bildung Rückstellung für Versicherungskasse ³⁾	0.00	40000.00
Bildung Rückstellung für Umbau Touristinfo St.Gallen ⁴⁾	0.00	150000.00
Bildung Rückstellung für Überstunden- und Ferienauszahlg. ⁵⁾	43000.00	0.00
	-43000.00	-270000.00
Jahresergebnis	-5919.41	11276.62

- 1) Rückstellung für die Erneuerung der Informatik-Anlage
- 2) Rückstellung zur Finanzierung von Projekten (insb. Anschubfinanzierung) mit touristischer Relevanz
- 3) Rückstellung für künftige Verpflichtungen gegenüber der Versicherungskasse (Arbeitgeberbeitragsr.)
- 4) Rückstellung zur Finanzierung des Schalterumbaus der Touristinfo St.Gallen
- 5) Rückstellung für Überstunden- und Ferienauszahlungen von Mitarbeitern

Per 01.01.2012 wurde die Rechnungslegung umgestellt. Die Vorjahreszahlen wurden zu Vergleichszwecken ebenfalls angepasst.

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 Erläuterungen) von St.Gallen-Bodensee Tourismus für das am 31. Dezember 2012 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese 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 sowie der Antrag über Verwendung des Jahresergebnisses nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

St.Gallen, 3. April 2013

Finanzkontrolle der Stadt St.Gallen

8. Struktur St.Gallen-Bodensee Tourismus

Zweck

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

Vorstand – Amtszeit 2011–2015

Präsident

René Romanin, Betriebsökonom HWV,
Aetschbergstrasse 29, 9014 St.Gallen

Vizepräsidenten

Thomas Scheitlin, Stadtpräsident St.Gallen, Rathaus,
9001 St.Gallen

Thomas Müller, Stadtpräsident Rorschach, Nationalrat,
Hauptstrasse 29, 9401 Rorschach

Mitglieder

Hanspeter Egli, ehemaliger Direktor Olma Messen St.Gallen,
Arneggerstrasse 36, 9204 Andwil

Jürg Eschenmoser, Regionalleiter, PostAuto Schweiz AG,
Region Ostschweiz, St.Leonhard-Strasse 20,
9001 St.Gallen

Dr. Markus Frank, Direktor Executive School HSG,
Girtannerstr. 8, 9010 St.Gallen

Max R. Hungerbühler, Verwaltungsratspräsident Bischoff Textil AG,
Bogenstrasse 9, 9001 St.Gallen

Dany Lützel, General Manager Radisson Blu Hotel, Präsident
hotels-stgallen-bodensee.ch, St.Jakob-Strasse 55,
9000 St.Gallen

Josef Müller-Tschirky, Präsident Gastro St.Gallen,
Wartbüchel 12, 9422 Staad am Bodensee

Revisionsstelle

Finanzkontrolle der Stadt St.Gallen

Geschäftsleitung

Frank Bumann, Tourismusdirektor

Astrid Nakhostin, Bereichsleiterin Marketing

Caroline Grob, Bereichsleiterin Gästekommunikation

Urs Treuthardt, Bereichsleiter St.Gallen-Bodensee Convention

Marketinggruppe

Ralph Engel, Olma Messen St.Gallen, Splügenstrasse 12,
9008 St.Gallen

Freddy Geiger, UBS AG, Am Bahnhofplatz, 9000 St.Gallen

Dany Lützel, Radisson Blu Hotel, St.Jakob-Strasse 55,
9000 St.Gallen

Fred Reutlinger, Volkswirtschaftsdepartement
Kanton St.Gallen, Davidstrasse 35, 9001 St.Gallen

Massimo Schawalder, Grand Casino St.Gallen AG,
St.Jakob-Strasse 55, 9000 St.Gallen

Patrik Sonderegger, Universität St.Gallen, Dufourstrasse 50,
9000 St.Gallen

Peter Thoma, Erat Thoma & Herzog, Hauptstrasse 102,
9400 Rorschach

Touristische Partnerorganisationen

Schweiz Tourismus, Zürich

- Swiss Cities
- Switzerland Convention and Incentive Bureau

Schweizer Tourismus-Verband, Bern

Ostschweiz Tourismus, St.Gallen

Appenzellerland Tourismus AR, Heiden

Appenzellerland Tourismus AI, Appenzell

Heidiland Tourismus AG, Bad Ragaz

Liechtenstein Marketing, Vaduz

Zürichsee Tourismus, Rapperswil

Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen

Thurgau Tourismus, Amriswil

Toggenburg Tourismus, Wildhaus

Tourismus Services Ostschweiz AG, St.Gallen

Organisation der Geschäftsstelle

Stand April 2013

Direktion



Frank Bumann
Tourismusdirektor



Karin von Ow
Leiterin Finanzen/
Informatik/Personal



Andrea Bieri
Assistentin Finanzen



Christine Zigerlig
Direktionssekretariat
Veranstaltungen
Lehrlingsbetreuung

Marketing



Astrid Nakhostin
Bereichsleiterin
Marketing- und
Partnerkommunikation



Christine Egli
Stv. Marketingleiterin



Anja Geiger
Projektleiterin
Marketing und
Kongress



Thomas Hug
Praktikant

Gästekommunikation



Caroline Grob
Bereichsleiterin
Gästekommunikation



Marco Hermann
Gästekommunikation



Sabrina Niederer
Gästekommunikation



Karin Etterlin
Gästekommunikation



Judith Weder
Gästekommunikation



Janine Eisenring
Praktikantin



Fabia Martinetti
Leiterin TI Rorschach



**Claudia
Bächler-Giger**
TI Rorschach



Jacqueline Eugster
TI Rorschach



Julie Stübi
TI Rorschach

St.Gallen-Bodensee Convention



Urs Treuthardt
Bereichsleiter
St.Gallen-Bodensee
Convention



Karin Schwander
Kongress- und Eventor-
ganisatorin



Andrea Götte
Projektleiterin



Anja Geiger
Projektleiterin
Marketing und
Kongress



Stefanie Kalt
Praktikantin



Leandra Mazenauer
In Ausbildung

Stadtführerinnen

Akermann Erika
Barra Enza
Bischof Gabriëlla
Brülisauer Ulrike

Cong Zhong Xiao
Deuel Jennifer
Duttweiler Cristina
Henneberger Juliane

Herold Yvonne
Kundert Christine
Macht Claudia
Mühlhäuser Petra

Nüesch Christa
Plassard Verena
Raschle Monika
Schneider Claudia

Walker Prisca
Widrig Susan
Zünd Maria



Spielen? Swiss Casinos!

Im Swiss Casinos St. Gallen ist der Eintritt frei. Wir sind täglich von 12.00 bis 3.00 Uhr für Sie da, am Freitag, Samstag und vor einem gesetzlichen Feiertag sogar bis 4.00 Uhr. Ab 18 Jahren, mit einem amtlichen Ausweis und gepflegter Kleidung (Herren mit Kragen) sind Sie dabei.



SWISS CASINOS
St. Gallen

St. Jakob Strasse 55
9000 St. Gallen
www.swisscasinos.ch