

Jahresbericht 2017

St.Gallen-Bodensee Tourismus



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

Druck:
Ostschweiz Druck AG
Hofstetstrasse 14, 9300 Wittenbach SG

Bildnachweis:
Titelseite: Mattias Nutt Photography
Seite 5: Kurzschuss Photography GmbH / Damian Imhof
Seite 6: Mattias Nutt Photography
Seite 8: Mattias Nutt Photography
Seite 10: Mattias Nutt Photography
Seite 12: Daniel Ammann
Seite 14: Klubschule Migros St. Gallen
Seite 15: Switserland Tourism, Meeting Trophy, Mattias Nutt Photography
Seite 16: Stéphanie Engeler Fotografie
Seite 18: Mattias Nutt Photography
Seite 19: Mattias Nutt Photography
Seite 20: Mattias Nutt Photography
Seite 24: Mattias Nutt Photography

Inhaltsverzeichnis

1. Geschäftsjahr im Rückblick	4
2. Projekte 2017	6
3. Freizeitmarketing und Kommunikation	8
4. St.Gallen-Bodensee Convention	12
5. Erlebnismanagement St.Gallen	16
6. Erlebnismanagement Rorschach	18
7. Netzwerk & Engagement	20
8. Statistiken	22
9. Jahresabschluss (Bilanz / Betriebsrechnung / Anhang zur Jahresrechnung)	25
10. Revisionsbericht	31
11. Organisation	32
12. Organe	33
13. Team	34

1. Geschäftsjahr im Rückblick



Markus Isenrich
Präsident SGBT

Lohn für geleistete Arbeit

Die erfreuliche Entwicklung der Gästezahlen setzte sich auch im Tourismusjahr 2017 weiter fort. Im Vergleich zum Schweizer Durchschnitt entwickelte sich die Destination St.Gallen-Bodensee ausserordentlich gut. Die gesamte Destination erzielte 12,2% Wachstum bei den Ankünften und 11,5% Wachstum bei den Übernachtungen im Vergleich zum bereits schon starken Vorjahr 2016. Die Stadt St.Gallen schneidet mit 16,8% Wachstum bei den Ankünften im Vergleich mit anderen Schweizer Städten gar noch besser ab. Im Heimatmarkt Schweiz ist eine weiterhin verstärkte Nachfrage spürbar. Der Nahmarkt Deutschland entwickelte sich dank des etwas abgeschwächten Schweizer Frankens ebenfalls positiv. Hinzu kommen die zusätzlichen Übernachtungen aus den asiatischen Quellmärkten. Investitionen in Produkt und Dienstleistungen seitens der Leistungsträger, gepaart mit einer engagierten Marktbearbeitung aller Beteiligten, machen diesen Erfolg möglich. Dennoch bleiben wir gefordert. Das geht aus der genauen Analyse der Auslastungszahlen unserer Beherberger hervor.



Thomas Kirchhofer
Direktor SGBT

Konzentration auf das Wesentliche

Doch die Freude über die eingangs erwähnten Wachstumswahlen der vergangenen zwei Jahre darf nicht darüber hinweg täuschen, dass einige schwer einzuschätzende Faktoren, die wir nicht beeinflussen können, ebenfalls Auswirkungen auf die weitere Entwicklung haben. Wird das Wirtschaftswachstum in der Schweiz anhalten? Wie entwickeln sich unser Binnenmarkt und jener aus dem EU-Raum? Wie der Kongress- und Tagungstourismus? Wie stufen Kreditinstitute und Banken touristische Investitionspläne ein und wie entwickeln sich die Zinsen? Welche Wirkung wird die angekündigte touristische Strukturveränderung im Kanton St.Gallen erzielen? Mit diesen Fragen setzen sich Politiker, Analysten und Trendforscher intensiv auseinander. Sie versorgen uns mit Zukunftsszenarien, die wir zunehmend schwerer einordnen können. In einem solch unsicheren Umfeld ist es ratsam, sich auf jene Dinge zu konzentrieren, die man selber in der Hand hat. In der Regel sind das auch jene Dinge, die man am besten kann. Im Fall des Tourismus ist es das Produkt, das wir unseren Gästen anbieten. Der Produktefokus

wird uns fortan viel stärker beschäftigen müssen. «A good product sells itself!» Gemeinsam mit Ihnen, geschätzte Mitglieder und Partner, möchten wir daran arbeiten. Wenn wir schliesslich auf das Zielbild unserer Bestrebungen blicken, sollte unter dem Strich die Lebensqualität einen höheren Stellenwert in unseren Angeboten und Produkten eingenommen haben. Die Lebensqualität, auf die wir Einheimische so stolz sind, sollte auf die Aufenthalts- und Tagesgäste vor Ort abfärben. Tradition, Gastfreundschaft und Geschichte festigen die Einzigartigkeit der Destination St.Gallen-Bodensee und somit auch unsere Wettbewerbsposition.

Aus dem Vorstand

Anfang Mai fand die ordentliche Vereinsversammlung statt, an der Tourismusdirektor Frank Bumann verabschiedet wurde. Frank Bumann hat die Destination St.Gallen-Bodensee während den letzten 4½ Jahren mit einem enormen persönlichen Einsatz auf die neuen Herausforderungen ausgerichtet. Mit seinen ausgezeichneten touristischen Fachkenntnissen hat er trotz knappster finanzieller Mittel eine schlagkräftige Organisation entwickelt, die auf solidem Fundament steht. Frank Bumann hat sichtbare Spuren hinterlassen, sei es mit dem Aufbau einer leistungsstarken Tourist Information, der Schaffung von neuen Angeboten oder der Professionalisierung des Rechnungs- und Personalwesens. Die überdurchschnittlich positiven Gästezahlen in unserer Destination sind unter anderem auch auf sein erfolgreiches Wirken zurückzuführen. Der Vorstand dankt Frank Bumann herzlich für sein grosses Engagement.

In vier ordentlichen Sitzungen behandelte der Vorstand die laufenden Geschäfte. In zahlreichen Ausschusssitzungen sowie in zwei ausserordentlichen Sitzungen befasste sich der Vorstand mit der wichtigen Aufgabe nach der Suche eines neuen Tourismusdirektors. Die Wahl fiel auf Thomas Kirchhofer, der seine Position im August angetreten hat. Bereits in den ersten Monaten sind seine gewinnende Kommunikationsfähigkeit und seine breiten Erfahrungen bei den Leistungsträgern und Partnern wohlwollend aufgefallen. Das Jahr wurde zudem genutzt, um den Dialog über die Leistungsvereinbarungen mit der Stadt St.Gallen und dem

Kanton St.Gallen fortzuführen, Strukturen zu überdenken, neue Ideen zu entwickeln und Vorbereitungen für die Zukunft des St.Galler Tourismus zu treffen. Vorstandsmitglied Sina Nikolussi, General Manager Sorell Hotel City Weissenstein, gab im Verlauf des Jahres den Rücktritt bekannt. Ihr Nachfolger, Michael Vogt, General Manager Hotel Einstein und Vorstandsmitglied hotellerie-suisse St.Gallen-Bodensee sowie hotellerie-suisse Ostschweiz, wird an der kommenden Vereinsversammlung zur Wahl vorgeschlagen.

Finanzielle Entwicklung

Der strikte Sparkurs aus dem Jahr 2016 wurde auch im Berichtsjahr weiter verfolgt. Das Geschäftsjahr 2017 schliesst dank einer weiterhin erfreulichen Entwicklung bei den Übernachtungen mit einem Plus von CHF 32'066.– ab.

Leistungsvereinbarungen Stadt und Kanton St.Gallen

Dem grossen Engagement des St.Galler Stadtrates und der Standortförderung sowie intensiven Gesprächen verschiedener Persönlichkeiten von SGBT ist es zu verdanken, dass die neue Leistungsvereinbarung für die Jahre 2018 – 2021 zwischen der Stadt St.Gallen und dem Verein St.Gallen-Bodensee Tourismus im Dezember vom Stadtparlament gutgeheissen wurde. Die Erleichterung ist gross, können doch dadurch längst fällige Investitionen in ein effektives Destinationsmanagement getätigt werden. Für die im Rahmen dieser Vereinbarung gewährten Mittel sind für die Stadt St.Gallen die in einem vereinbarten Leistungskatalog aufgeführten Massnahmen zu erbringen. Wir sind glücklich, dass wir die nächsten Jahre wieder mit Planungssicherheit anpacken dürfen. Das Team von SGBT ist hochmotiviert und wird alles daran setzen, das grosse Vertrauen zu rechtfertigen. Die Leistungsvereinbarung mit dem Kanton wurde wiederum um ein Jahr verlängert. Letztmals, denn die Verantwortlichen sind zuversichtlich, dass in den kommenden Monaten die Voraussetzungen geschaffen werden, dass ab 1. Januar 2019 die neue Tourismusstrategie in Kraft treten kann.



Personal

Das Personaljahr 2017 war gekennzeichnet durch die Amtsübergabe von Frank Bumann an Thomas Kirchhofer und verschiedene Veränderungen im Mitarbeiterstab. Mit Stefanie Thurner, Leiterin von St.Gallen-Bodensee Convention, Martina Kaiser, Bereichsleiterin Kommunikation und Sandra Merayo, Direktions-Assistentin und Personalverantwortliche haben sich drei Mitglieder der Geschäftsleitung entschieden, nach engagierter Tätigkeit bei St.Gallen-Bodensee Tourismus neue berufliche Herausforderungen anzugehen. Wir danken allen ausscheidenden Persönlichkeiten für ihre Aufbauarbeit und Leistungen in den vergangenen Jahren. Mit Bettina Güntensperger und Marion Azzato konnte die Leitung von St.Gallen-Bodensee Convention mit zwei erfahrenen Mitarbeiterinnen intern besetzt werden. Diese Co-Leitung hat sich in den vergangenen Monaten bereits bestens eingespielt. Neu zum Convention Team gestossen ist Anja Sachse. Das Marketing Team wurde mit Alexander Kuhn komplettiert. Bereits im Februar konnten die Personalverantwortung und das Direktionssekretariat mit Ariana Krizko neu besetzt werden.

Ein herzliches Dankeschön

Das insgesamt erfreuliche Jahresergebnis belegt, dass St.Gallen-Bodensee Tourismus dank Ihnen, geschätzte Mitglieder und Partner, mit einem ausgewogenen Angebot von Messe-, Kongress-, Tagungs- und Freizeittourismus diversifiziert aufgestellt ist. Ihnen allen gilt ein herzliches Dankeschön für Ihr Engagement, damit unsere Region als begehrteste Topdestination wahrgenommen wird.

2. Projekte 2017

Die wachsende Bedeutung von stetiger Verbesserung als Antwort auf die Frage, wie zukunftsorientiert die Destination St.Gallen-Bodensee arbeitet, verlangt eine konsequente Realisierung von Angebots- und Vermarktungsplattformen. Durch innovative Ansätze, neue Strategien, Best-Practice-Modelle und dem gewissen «Blick über den Tellerrand» greifen wir mit unseren Partnern Themen auf und entwickeln neue Lösungsansätze.

Neue Märkte und Plattformen

2017 ist die Plattform «Zukunftsmärkte» in das vierte Jahr gestartet, mit dem Ziel, die internationale Marktbearbeitung weiter zu stärken. Zusammen mit Schaffhauserland Tourismus als Destinationspartner bearbeiten wir die Märkte Südostasien, Korea, China und Japan. Nachdem 2016 terroristische Einflüsse die Reiselust gedämpft hatten, verspürte man 2017 einen erneuten Aufschwung. Mitte des Jahres wurde die Plattform in die Abteilung Freizeitmarketing überführt und in «Plattform Fernmärkte» umbenannt. Auf das schwindende Interesse und finanzielle Engagement wurde postwendend Einfluss genommen. Obwohl für 2018 mit reduzierten Mitteln gerechnet werden muss, wurden Überlegungen angestellt, einen chinesischen Sales Repräsentanten einzusetzen. Dies würde gezieltere Verkaufsaktivitäten ermöglichen. Im September 2017 war St.Gallen-Bodensee Tourismus gemeinsam mit Schaffhauserland Tourismus und einer Handvoll Ostschweizer Partner am «Switzerland Travel Mart» in Davos Klostertal vertreten. Während den drei Tagen wurden intensive Gespräche mit internationalen Einkäufern geführt und neue Kontakte geknüpft.

Textilland Ostschweiz

Anfangs 2017 wurde vom Kanton St.Gallen und dem Verein Textilland im Rahmen des NRP 2 Projektes ein Workshop abgehalten. Dabei ging es um die Weiterführung des Leistungsauftrags mittels konkreten Handlungsfeldern. Es wurden drei Massnahmen definiert. Eine Wanderausstellung für die Hotellerie, neue Angebote für den MICE Bereich sowie eine Drehscheibe Textil. Die Geschäftsführung des Vereins Textilland wurde mit deren Umsetzung betraut. Gemeinsam mit einem lokalen Startup wurde Mitte Jahr mit der Entwicklung einer «Textilweg App» begonnen. Diese App bietet eine Fülle von Informationen zum textilen Erbe der Ostschweiz und führt den Nutzer entlang der beiden Textilwege St.Gallens. Nach dem Direktionswechsel übernimmt neu die Leitung Freizeitmarketing den Einsitz im Vorstand des Vereins Textilland. Im Hinblick auf den bevorstehenden Rücktritt des Präsidenten Rolf Schmitter per Anfang 2019 wurden bereits erste Gespräche bezüglich Weiter- oder Überführung des Vereins diskutiert. 2018 ist mit einem Entscheid zu rechnen.

UNESCO Weltkulturerbe

Die Produktgestaltung und Promotion ist im vergangenen Jahr intensiviert worden. So wird beispielsweise eine Mitgliedschaft beim Interreg-Projekt «Kirchen, Klöster und Konzil» von SGBT finanziert. Die Vielzahl an kirchlichen und klösterlichen Einrichtungen von Weltrang, an aktiven Klostergemeinschaften und bekannten Pilgerwegen, soll zu einem touristischen Gesamtkonzept für die Bodenseeregion zusammengefasst werden. Für ein schlagkräftiges Marketing des gesamten Stiftsbezirks soll ab 2018 die Auf-



gabenteilung klar definiert werden. Es braucht eine zentrale Stelle, bzw. eine Verantwortlichkeit für Marketing und Kommunikation beim Verein Weltkulturerbe. SGBT erhält einen Leistungsauftrag und agiert entsprechend den geforderten Massnahmen. Mit dem positiven Entscheid zu Gunsten einer Erhöhung des jährlichen Beitrages an SGBT und dem Ja zur Leistungsvereinbarung zwischen der Stadt St.Gallen und SGBT für die Jahre 2018 – 2021, kommt dem Kulturmarketing und insbesondere der Vermarktung des Stiftsbezirks eine grössere Bedeutung zu. Die Wiederaufnahme des Kulturmarketings nach Abschluss des NRP-Projekts UNESCO 2015 Plus ist somit garantiert.

Mobility-Ticket St.Gallen-Bodensee und Gästekarte Oskar

Rechtzeitig zur OLMA konnten die Beherberger der Stadt St.Gallen ihren Gästen das lang ersehnte Mobilitätsticket zur kostenlosen Benützung der öffentlichen Verkehrsmittel abgeben. Mit dem «Mobility-Ticket St.Gallen-Bodensee» wird dem Gast, ab Anreise- bis Abreisetag, freie Fahrt in den öffentlichen Verkehrsmitteln in den OST-WIND-Tarifzonen 210, 211 und 231 angeboten. Das Mobility-Ticket kann dank der Erhöhung der Gasttaxen um CHF 1.50 finanziert werden. Mit der technischen Umsetzung ist die Ostschweizer Gästekarte GmbH beauftragt. Sie betreibt bereits die Gästekarte Oskar, welche dem Feriengast in der ganzen Ostschweiz – also vom Rheinfluss bis ins Heidiland und vom Bodensee bis ins Glarnerland – freie Fahrt mit Bahn, Tram, Bus und Postauto ermöglicht sowie den kostenlosen Eintritt bei vielen touristischen Attraktionen wie Bergbahnen, Schifffahrtsbetrieben, Freizeitparks und Museen garantiert. SGBT will die Produktweiterentwicklung und -implementierung am Markt offensiv unterstützen.

Projekte in der Vierländerregion

St.Gallen-Bodensee Tourismus ist aktive Gesellschafterin bei der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH und in vielerlei Massnahmen integriert. Bspw. bei Interreg-Projekten wie «Weinregion Bodensee», «Kirchen, Klöster und Konzil», «MICE:Lab» und auch in der Kooperation «Internationale Marktbearbeitung Bodensee», über welche die Märkte Italien und Grossbritannien im Verbund bearbeitet werden. Die Studie

«Bodensee 2030 – ein Blick in die Zukunft der Region», herausgegeben an der Universität St.Gallen von Dr. Roland Scherer, wird derzeit intensiv bearbeitet.

Die aufgezeigten Handlungsfelder gelten als Aufforderung zu einer koordinierten Strukturdiskussion im Tourismus. Für bestimmte Themen soll ein Think Tank eingerichtet werden. Konkret sollen Handlungsfelder ausgewählt und in weiterführenden Workshops bearbeitet werden. Innerhalb der Projektgruppe Interreg Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein liegen in der Förderperiode 2014 – 2020 Mittel in der Höhe über EUR 51 Mio. bereit. Es liegt auf der Hand, dass hier die Bestrebungen intensiviert werden müssen, um grenzüberschreitende Projekte aus Kultur und Bildung, Sport, Umwelt sowie Soziales voranzutreiben.

Fokus 2017

2017 fand zum zweiten Mal der Fokus-Anlass statt. Partner, Leistungsträger und interessierte Betriebe fanden sich am 19. September im Textilmuseum ein, um den neuen Tourismusedirektor und seine Visionen persönlich kennen zu lernen. Anschliessend an Thomas Kirchhofers Referat gab Simon Bosshart, Direktor Global Accounts bei Schweiz Tourismus, als Insider einen Einblick in den asiatischen Markt. Die verschiedenen Geschäftsbereiche von SGBT, Marketing und Kommunikation, Convention Bureau und Erlebnismanagement präsentierten in den «Open Corners» den rund 50 Anwesenden ihre Aktivitäten und buchbaren Plattformen für 2018. So entspann sich in ungezwungenem Rahmen ein intensiver Dialog, der auch in Zukunft weitergeführt werden soll. Das Ziel ist, durch den Austausch von Hintergrundinformationen Transparenz zu schaffen.

100 Tage im Amt des Tourismusedirektors

Nach 100 Tagen im Amt zog Thomas Kirchhofer Bilanz und lud dazu rund 100 Persönlichkeiten und Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft, Kunst und Hotellerie in den Festsaal des Stadthauses. Louis Christ sorgte am Flügel für die stimmungsvolle Umrahmung des Anlasses, an welchem auch das Networking im Mittelpunkt stand.



3. Freizeitmarketing und Kommunikation

FREIZEITMARKETING

2017 war ein Jahr des Wandels. Nachdem die Leiterin Kommunikation, Martina Kaiser, St.Gallen-Bodensee verliess, wurden die beiden Bereiche Freizeitmarketing und Kommunikation zusammengelegt. Mitte Jahr gab es einen Direktionswechsel, der neuen Wind in die Unternehmung brachte. Aber auch politische, wirtschaftliche und touristische Herausforderungen haben das vergangene Jahr geprägt. St.Gallen-Bodensee Tourismus hat die Zeichen der Zeit erkannt und in die unterschiedlichen Aufgaben einfließen lassen. Leuchtturmprojekte wie «Freizeitkurse mit Aussicht», eine Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus, Graubünden Ferien sowie der Klubschule Migros Ostschweiz, der Aufbau einer «Erlebnisplattform» mit dem Startup LocalBini oder der «Switzerland Travel Mart» trugen ihren Teil zu einem erfolgreichen Jahr bei.

1. Incoming

Plattform Zukunftsmärkte

Seit vier Jahren betreut St.Gallen-Bodensee Tourismus gemeinsam mit Schaffhauserland

Tourismus die Plattform Zukunftsmärkte. Finanziert durch einen Pool aus Partnern der beiden Destinationen sowie touristischen Partnern, werden die Märkte Japan, Korea, China und Südostasien bearbeitet. Auch 2017 wurden diese Länder im Rahmen von Sales Calls besucht und neue Kontakte geknüpft. Immer mit dem Ziel, den Destinationen und den Partnern nachhaltiges Wachstum in diesen Märkten zu ermöglichen. Die erfreuliche Entwicklung der Logiernächte aus diesen Regionen ist ein Indiz für deren Attraktivität und die erfolgreiche Arbeit der letzten Jahre.

STM 2017

In Davos fand vom 10. bis 13. September der «Switzerland Travel Mart» statt. Ein Anlass mit über 450 Einkäuferinnen und Einkäufern aus den Marktregionen von Schweiz Tourismus. Gemeinsam mit touristischen Partnern repräsentierten St.Gallen-Bodensee Tourismus und Schaffhauserland Tourismus die Ostschweiz.

2. Promotion

Kampagnen mit Schweiz Tourismus

Swiss Cities

St.Gallen war 2017 als B-Partner bei der Swiss Cities-Kampagne von Schweiz Tourismus beteiligt. Ziel der Kampagne war es, die Schwei-

Zahlen und Fakten 2017 / 2016

Anzahl betreuter Medienschaffender: 303 / 171
Publikation Medien international & national: 70 / 100 & 31 / 34
Anzahl Publikationen Medien regional und lokal: 305 / 226



zer Metropolen entlang der «Grand Tour of Switzerland» als Kunst- und Kultur-Städte zu positionieren. Dies konnte mit dem bekannten Vierrad-Antrieb Promotion, Key Media Management, Key Account Management und E-Marketing erreicht werden. Bereits Ende 2017 stand fest, dass 2018 eine A-Partnerschaft eingegangen werden kann und sich St.Gallen somit wieder auf Augenhöhe mit den Branchengrössen befindet.

Key Partner-Package Gold mit Österreich

Mit Schweiz Tourismus Österreich wurde eine Goldpartnerschaft für 2017 abgeschlossen, dank der eine noch intensivere Zusammenarbeit entstanden ist. Die Folge: Eine hohe Medienpräsenz und zusätzliche Promotionsmöglichkeiten in den Bereichen Print- und Onlinewerbung. Mit den Österreichischen Bundesbahnen konnte zudem ein Kooperationspartner gewonnen werden, dank dem die Region St.Gallen-Bodensee noch grössere Bekanntheit gewinnen konnte.

Überregionale Zusammenarbeit mit der IBT

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

Messe-Präsenzen

CMT

Auch 2017 war St.Gallen-Bodensee Tourismus an der «Caravan, Motor, Tourismus»-Messe (CMT) in Stuttgart dabei. Zusammen mit Thurgau Tourismus und Turbo präsentierte sich die Organisation vom 15. bis 23. Januar auf dem Messegelände. Im Rahmen einer Presseveranstaltung am Messestand der Bodenseeregion stellte St.Gallen-Bodensee Tourismus den Besucherinnen und Besuchern die neuen Angebote und Produkte aus dem Textilbereich vor.

3. Key Media Management

Das Interesse der internationalen Medien an der Destination St.Gallen-Bodensee war auch 2017 ungebrochen. So organisierte und betreute die Freizeitmarketing-Abteilung über 70 Medienreisen mit 303 Teilnehmenden aus der ganzen Welt. Ein Highlight war der «Grazia Media Trip» Anfang März. Dabei besuchten südkoreanische Celebrities die Region St.Gallen-Bodensee und die Highlights der Stadt. Aber auch die regionale Medienarbeit entwickelte sich positiv. So konnte die dritte Staffel «Vom Bodensee ins Toggenburg» gedreht werden. Weiter wurde die für Sat.1 Schweiz produzierte Sendung «Landuf Landab» in der Ostschweiz mit Fokus St.Gallen aufgenommen.



4. Sternenstadt St.Gallen

Die St.Galler Sternenbeleuchtung, der Weihnachtsmarkt und die neuen Veranstaltungen rund um das Kulturmobil waren Publikumsmagnete. Die Aussteller am Weihnachtsmarkt zeigten sich mit ihrem Umsatz während der drei Adventswochen sehr zufrieden, und auch bei den Tagespauschalen von RailAway konnte ein überdurchschnittliches Interesse festgestellt werden. Die Sternenstadt St.Gallen erhielt erneut internationale Medienpräsenz.

KOMMUNIKATION

Mitte des Jahres verliess die Leiterin Kommunikation, Martina Kaiser, St.Gallen-Bodensee Tourismus, um sich einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen. Dies war der Anlass, um die internen Strukturen zu überdenken und anzupassen. Neu wurden die beiden Bereiche Freizeitmarketing und Kommunikation zur Abteilung Marketing und Kommunikation zusammengelegt. Mit Alexander Kuhn wurde ein neuer Projektleiter Kommunikation und PR eingestellt. Die Kommunikationsabteilung kümmert sich unter anderem um die Medienarbeit und zeigt sich für den Video-Content und das Sto-

rytelling verantwortlich. Bereits im zweiten Halbjahr 2017 sind erste Videos für die Social Media Kanäle produziert worden.

1. Public Relations

Neben der Medienarbeit und Beantwortung von Medienanfragen ist die Erstellung von Inhalten die Hauptaufgabe der Kommunikationsabteilung. Das Schreiben von neuen Texten für Magazine und Zeitungen im In- und Ausland sowie das Erstellen von Beiträgen für die internen Abteilungen gehören zum Tagesgeschäft. Die von Schweiz Tourismus angepasste Marketingstrategie fokussiert zukünftig noch stärker auf wirkungsvollen, gästerelevanten Inhalt in Form von einzigartigen Erlebnissen und überraschenden, emotionalen Geschichten. Darum hat Schweiz Tourismus entschieden, ein regionenübergreifendes Experten-Netzwerk aufzubauen. Dabei wurde für jede Region in der Schweiz ein Verantwortlicher definiert. Für die Ostschweiz ist dies St.Gallen-Bodensee Tourismus, in der Person des Projektleiters Kommunikation. Er versorgt Schweiz Tourismus regelmässig mit News und Storys aus der Region St.Gallen-Bodensee und ist zudem die Ansprechperson für die Tourismus-Destinationen in der Ostschweiz.



2. Corporate Publishing

Die Überarbeitung der verschiedenen Broschüren von St.Gallen-Bodensee Tourismus und die Koordination mit den Agenturen und Druckereien erfolgt intern durch die Kommunikationsabteilung. Ebenso werden Inserate, Banner und Flyer gestaltet. 2017 sind vier neue Themenbroschüren realisiert worden. Die Inhalte erstellt die Kommunikationsabteilung, für die graphische Umsetzung zeichnet sich die St.Galler Agentur Vitamin 2 verantwortlich. Die erste Broschüre zum Thema «Textil & Fashion» erschien Ende Juni, die zweite zum Thema «UNESCO & Kultur» Mitte Dezember 2016. 2017 folgten weitere Broschüren zum Thema «Sommer & Outdoor» und «Winter & Erlebnisse». Sie ersetzen die nicht mehr zeitgemässe «Inspirations»-Broschüre.

3. Corporate Design

Der Begriff Corporate Design (CD) bezeichnet einen Teilbereich der Unternehmensidentität und beinhaltet das gesamte Erscheinungsbild einer Organisation. Die Pflege und Weiterführung der Marke gehört ebenso zu den Kommunikationsaufgaben wie die Einhaltung des CDs auf allen Werbemitteln von St.Gallen-Bodensee Tourismus.

4. E-Kommunikation

Die Abteilung Marketing und Kommunikation ist für die Führung, inhaltliche Planung und Umsetzung der Website www.st.gallen-bodensee.ch verantwortlich. Diese erlebte nach dem markanten Anstieg an Besuchern im Jahr 2016 einen leichten Rückgang. Für Mitte 2018 steht ein kompletter Web Relaunch an. Die neue Webseite wird den aktuellen Herausforderungen in der Onlinewelt gerecht werden und mehr auf den Kundennutzen ausgerichtet sein.

5. Social Media-Kanäle

Sehr erfreulich ist auch die weiterhin positive Entwicklung auf den Social Media-Kanälen. Durch vermehrte Präsenz und dem Einsatz einer neuen Plattform, die unter anderem gezielte Kampagnen ermöglicht, konnte die Anzahl der Fans und Follower weiter gesteigert werden. Neu wurden mit LinkedIn und Xing zwei Business Plattformen in die aktive Bearbeitung aufgenommen.



4. St.Gallen-Bodensee Convention

Die bearbeiteten Anfragen steigerten sich um rund 30%. Schnell wurde spürbar, dass das neue Team verstärkt im Verkauf unterwegs war. Die von St.Gallen-Bodensee Convention angebotenen Dienstleistungen werden von den Kunden sehr geschätzt. So durften durchschnittlich rund zwei Mal im Monat einem Veranstaltungsplaner verschiedene Locations gezeigt werden. Zudem konnte sich das Convention Bureau bei 39 Kunden persönlich vorstellen und die Highlights der Destination präsentieren.

Das letzte Jahr war einmal mehr geprägt von einem Personalwechsel. Stefanie Thurner, die das Convention Bureau seit dem 1. Juni 2016 leitete, entschied sich im Sommer, wieder in ihre Heimat Tirol zurückzukehren. Ihre Stelle wurde ausgeschrieben, man favorisierte schlussendlich aber eine interne Lösung und besetzte die Stelle mit den bestehenden Projektleiterinnen Bettina Güntensperger und Marion Azzato. Seit dem 1. September 2017 leiten sie im Jobsharing zu je 50 % das Team des Convention Bureaus. Ihre ursprünglichen Stellen wurden per 1. Oktober 2017 durch Anja Sachse zu 100 % besetzt.

Die Anpassung des Partnermodells und die Zukunft von SCIB Ostschweiz waren wesentliche Projekte im Jahr 2017. Auch optimierte das Team die Datenbank, unterzog sie einer Potentialanalyse und vergab den Firmen ein Branchenmerkmal. Aufgrund der vermehr-

ten Anfragen wurde das Handling effizienter gestaltet. Mit den grösseren Partnern rund um die Stadt finden regelmässig Sales-Meetings statt. Zudem wurde die Zusammenarbeit mit Stadt und Kanton intensiviert.

1. Innovation

micelab:bodensee

2017 gab es zahlreiche Veranstaltungen im micelab: bodensee, bei denen weiter nach dem «Kongress der Zukunft» geforscht wurde. Ein Weiterbildungsmodul «micelab:expert» fand im Würth-Haus Rorschach statt. 52 Teilnehmer setzten sich mit den Fragen auseinander: Wie erleben wir den Wandel in der MICE-Branche? Vor welchen neuen Herausforderungen stehen wir?

Das Projekt micelab:bodensee ist im Herbst in der Kategorie «Massnahmen für Mitarbeiter» mit dem Tourismus-Innovationspreis «Bodensee17» ausgezeichnet worden. Der Preis belohnt die intensive Forschungsarbeit der vergangenen Jahre. «Hinsichtlich des Fachkräftemangels in der Tourismusbranche nimmt diese Weiterbildungsoffensive einen besonderen Stellenwert ein», lobte Laudatorin Birgit Sauter-Paulitsch das micelab:bodensee.

Das Forschungslabor micelab:bodensee wird noch bis Ende 2018 interregional gefördert und verzeichnet nebst dem micelab:experts noch zwei weitere Module: micelab:explo-



rer mit Fokus auf Forschung und micelab:experience mit Fokus auf Erfahrungsaustausch der Veranstaltungshäuser rund um den Bodensee. Die Projektgruppe beschäftigt sich intensiv mit dem Thema 2019+. St.Gallen-Bodensee Convention möchte weiterhin am Projekt beteiligt bleiben.

2. Key Account Management

MICE Boat Bodensee

Am 15. Juni 2017 fand zum ersten Mal eine Art Branchentreff in der Ostschweiz statt. St.Gallen-Bodensee Convention verfolgte das Ziel, Eventplaner und Leistungsträger zusammen zu bringen und stellte gleichzeitig eine spezielle Location vor. In enger Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Bodensee Schifffahrt SBS fand dieser Anlass auf dem umgebauten Motorschiff MSSäntis statt – der Yacht für einen Tag. Bei strahlendem Sonnenschein hatten rund 50 Eventplaner aus dem Gebiet zwischen Ostschweiz und Zürich die Möglichkeit, das luxuriöse Ambiente im nautischen Stil zu geniessen sowie die Produkte der acht Partner kennenzulernen.

Studienreisen

Die diesjährige – mit 16 Teilnehmenden komplett ausgebuchte – Studienreise «MICE-lights St.Gallen» fand am Freitag vor den Sommerferien statt, was sich als sehr günstiger Termin erwies. Die Teilnehmerinnen und

Teilnehmer wurden mit dem Oldtimer-Bus durch die Stadt chauffiert, besuchten am Abend die St.Galler Festspiele und durften wahlweise im Hotel Einstein oder im Hotel Radisson Blu übernachten. Sie zeigten grosses Interesse an der Destination und schätzen die innovativen Präsentationen unserer Partner, die ihre Locations ins beste Licht rückten.

Key Account Management mit dem Switzerland Convention Bureau

Das Switzerland Convention Bureau SCIB ist ein wichtiger strategischer Partner von St.Gallen-Bodensee Convention und unterstützt die Destination bei der Kundenakquise auf internationalen Märkten. Mit speziellem Fokus auf dem deutschen Markt wurden Massnahmen gemeinsam mit SCIB durchgeführt. So organisierte SCIB im Februar eine 4-tägige Salestour. Das Convention Bureau hatte in diesen Tagen mehrfach die Gelegenheit, die Destination potentiellen Veranstaltungsplanern vorzustellen.

Die diesjährige SCIB Meeting Trophy startete in Schaffhausen und machte am nächsten Tag Halt in St.Gallen. Rund 90 internationale Eventplaner erkundeten die Stadt. Als Highlight gab es für die Gäste ein sensationelles Set-Up: ein Feinschmecker-Mittagessen in der Zeughausgasse. Es ist St.Gallen-Bodensee Convention gelungen, die MICE-Destination Ostschweiz und St.Gallen als innovative und fortschrittliche Destination bei den Eventplanern bekannt zu machen.



Ende Oktober nahm St.Gallen-Bodensee Convention an einer Association Studienreise in Kooperation mit der Fach-Publikation Verbändereport teil. Die 4-tägige Tour startete und endete in Zürich, verweilte dazwischen zwei Tage in St.Gallen. Sieben potentielle Verbandsvertreter verschafften sich einen Eindruck der Meeting-Möglichkeiten in St.Gallen und wurden dabei vom Convention Bureau und SCIB begleitet. Im Anschluss an die Studienreise erschien ein Medienartikel in der Zeitschrift Verbändereport.

3. Promotion

Meetingplaner 2017

Der Meetingplaner, in welchem rund 100 Partner vertreten sind, gilt in der Branche als beliebtes Nachschlagewerk. Die Publikation wird jeweils druckfrisch an den bestehenden Adresstamm verschickt und bei allen Marketingaktivitäten aufgelegt. Mittlerweile ist der Meetingplaner auf Deutsch und Englisch sowie elektronisch auf einem USB-Stick verfügbar.

Zahlen und Fakten 2017 / 2016

Anzahl Anfragen: 158 / 112

Total Kommissionsertrag: CHF 85'520.- / CHF 53'466.-

Realisierungsquote (im 2017 durchgeführte Veranstaltungen): 29.65%

Anzahl gebuchte Logiernächte: 4'967 / 3'214

Messebesuch

Das Convention Bureau besuchte 2017 zusammen mit verschiedenen Partnern zwei Fachmessen in Zürich: die «Konferenzarena» und die «Suisseemex». Die Formate richten sich an die gesamte MICE-Branche. Organisatoren von Meetings, Incentives und Kongressen sowie Vertreter aus Corporates waren dort anzutreffen.

4. eMarketing

www.st.gallen-convention.ch

Der Venuefinder wurde 2017 weiterentwickelt und stellt für Veranstaltungsplaner eine sehr gute Plattform dar, um sich über die Destination St.Gallen und die Ostschweiz zu informieren. Im Zuge des Web-Relaunchs im Frühjahr 2018 werden auch die Adwords-Kampagnen überprüft und das Know-how der Mitarbeitenden im Bezug auf Digital Marketing weiter verbessert. St.Gallen-Bodensee Convention verschickte vier Mal im Jahr den e-Newsletter an 2500 Kunden.

5. Key Media Management

«Tagen in der City» im micetip

Die 4. micetip-Ausgabe November/Dezember widmete sich dem Thema «Tagen in der City». Die MICE-Region St.Gallen-Bodensee war zusammen mit CongressEvents auf einer Doppelseite attraktiv vertreten.





5. Erlebnismangement St.Gallen

1. Tourist Information

Die Tourist Information beim Stiftsbezirk ist für Besucher aus aller Welt, aber auch für Einheimische aus der Stadt und der ganzen Region eine beliebte Anlaufstelle. Im Jahr 2017 besuchten knapp 75'000 Gäste die Räumlichkeit an der Bankgasse.

Kundenorientiertheit und Kompetenz zeichnen das Erlebnisteam aus, welches jeden Tag zahlreiche Anfragen am Schalter, am Telefon, sowie per E-Mail beantwortet. Unabhängig davon, ob es sich um touristische Angelegenheiten oder um andere Themenbereiche handelt – auf jede Frage konnte auch im letzten Jahr eine Antwort gefunden werden. Im Zeitalter der zunehmenden Digitalisierung stellt sich immer wieder die Frage, ob überhaupt noch das Bedürfnis nach persönlicher Beratung am Schalter besteht. Unsere Erfahrung zeigt ganz klar: «Ja». Nach wie vor schätzen die Gäste den Kontakt von Mensch zu Mensch sowie Insider Tipps und Know-how über Stadt und Region. Den Mitarbeitenden des Erlebnisteam liegt es am Herzen, mit ihren Auskünften gezielt und individuell auf die einzelnen Kundenbedürfnisse einzugehen. Nicht selten reicht bereits ein freundliches Lächeln, welches den Unterschied macht.

Auch 2017 wurden verschiedene verkaufsfördernde Aktivitäten in der Tourist Infor-

mation durchgeführt. Verteilt über das ganze Jahr gab es vier öffentliche Events. Vernissagen und diverse Degustationen lockten auch einheimisches Publikum in die Tourist Information. Ein Highlight war der Sternemarkt im Dezember. Im Rahmen der zahlreichen Advents-Aktivitäten rund um die Sternenstadt St.Gallen wurde am dritten Advents-Samstag verschiedenen Partnern die Möglichkeit geboten, sich und ihre Produkte dem interessierten Publikum zu präsentieren. Um auf die vielfältigen Angebote der Tourist Information aufmerksam zu machen und den Bekanntheitsgrad zu steigern, wählte man auch den Weg über die Social Media-Kanäle.

Zu Beginn des Jahres wurde der Stadtplan überarbeitet und in einem handlicheren Format herausgegeben. Er erfreute sich sowohl bei den Gästen als auch bei den Einheimischen so grosser Beliebtheit, dass die – eigentlich für zwei Jahre kalkulierte – Auflage bereits im Dezember beinahe vergriffen war.

Speziell für Familien und Schüler wurde ein neuer Erlebnistrail ausgearbeitet und seit Frühjahr als Detektivtrail angeboten. Neben Fox- und FoodTrail steht den Gästen nun ein weiteres Angebot zur Verfügung, um die Gallusstadt auf interaktive und spannende Art und Weise zu erkunden.



Gegen Ende des letzten Jahres kam der neue – zusammen mit der Stiftsbibliothek entwickelte – Audio Guide zum Einsatz. Zusätzlich zum bestehenden Stadtführungs-Angebot und unabhängig von fixen Zeiten haben die Gäste nun die Möglichkeit, St.Gallen preiswert auf eigene Faust zu erkunden.

2. Stadtführungen

Im Geschäftsjahr 2017 wurden 285 öffentliche Rundgänge und 1'227 private Stadtführungen organisiert. Insgesamt nahmen rund 27'250 Personen daran teil. Die neu eingeführte Themenführung «Kunst & Tradition in St.Gallen» stiess vor allem bei Einheimischen und Gästen aus der Region auf grosses Interesse. Diese Führung kann als Bestandteil der öffentlichen Touren oder als Angebot für private Gruppen gebucht werden.

Für das Reformationsjubiläum wurde die bereits bestehende Reformationsführung angepasst und in «Orte der Reformation» umbenannt. Zum Auftakt des Jubiläums am 5. November wurden öffentliche Gratisführungen zu diesem Thema angeboten. Diese waren trotz des regnerischen Wetters gut besucht.

Allgemein fanden die öffentlichen Rundgänge grossen Anklang und es konnte er-

neut ein Plus gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden.

Auch in diesem Jahr hat sich das Team der Stadtführerinnen bei verschiedenen Gelegenheiten weitergebildet und diverse Vorträge besucht. Ein Höhepunkt war der Ausflug Ende April ins verschneite Einsiedeln, bei dem die Führerinnen einen aufschlussreichen Rundgang mit Pater Philipp Steiner durch das Kloster erlebten. Im Mai nahmen sie an einem Workshop in der Vadiana zum Thema Reformation sowie Ende Mai an einem süss inspirierten Rundgang durch das neue Chocolarium von Maestrani teil.

Das Stadtführerinnen-Team begleitet täglich Gäste aus aller Welt sowie Teilnehmerinnen und Teilnehmer vieler Medien- und Studienreisen durch St.Gallen. Sie präsentieren ihnen die Stadt und Region von der besten Seite. Dank ihrem Charme, ihrem Wissensreichtum und ihrem grossen Einfühlungsvermögen ernteten sie – wie jedes Jahr – viel Lob. Ihrer hervorragenden Leistung und ihrem grossen Engagement gilt ein grosses Dankeschön.

Zahlen und Fakten 2017 / 2016

Besucherzahl in der TI: 74'577 / 75'933

Anzahl Stadtführungen und Rundgänge: 1'512 / 1'476

Anzahl Teilnehmer Stadtführungen und Rundgänge:

ca. 27'250 / 26'600



6. Erlebnismangement Rorschach

1. Tourist Information

2017 durfte die Tourist Information Rorschach mehr als 18'000 Gäste aus dem In- und Ausland begrüssen. Es war für Rorschach wieder ein erfolgreiches Jahr, geprägt von Anlässen und Angeboten. St.Gallen-Bodensee Tourismus setzte sich auch dieses Jahr für Projekte und Anlässe vor Ort ein und unterstützt das Netzwerk Rorschach seit einigen Jahren mit einem namhaften Betrag.

2. Events & Ausstellungen

Im Jahr 2017 feierte der Kunstverein Rorschach seinen 100. Geburtstag und schenkte der Öffentlichkeit ein Programm mit Erlebnissen sowie Höhepunkten, wie zum Beispiel die «Lichtwoche», ein Stadtrundgang mit zehn historischen, grossflächigen Projektionen. Das Forum Würth Rorschach eröffnete im Februar die neue Ausstellung «Menagerie – Tierschau der Würth Sammlung» und einen Monat später die Ausstellung «Namibia, Kunst einer jungen Generation». Das Museum im Kornhaus startete im April in die

neue Saison und zeigt in der Sonderausstellung «Licht und Schatten» neckische Zaubereien fürs Auge.

Nebst den jährlich wiederkehrenden Veranstaltungs-Highlights fand – dank Wetterglück – die Kunstaktion «BigNik» auf der Seehalde im Rorschacherberg, auf einem vier Fussballfelder grossen Tuch mit rund 700 Gästen statt. Zudem begeisterte in diesem Jahr der Neustart des Tristar-Triatlons mit rund 500 Sportlerinnen und Sportlern die Bevölkerung der Region Rorschach.

Die grösste Elektromobile-Rally, die «Wave Trophy», bewegte sich auf der «Grand Tour of Switzerland» und hielt mit 20 bis 30 Teams mit E-Autos, E-Bikes und E-Motorrädern in Rorschach an und «tankte» ihre Fahrzeuge auf. Viele Schaulustige begrüsst die Teilnehmer, bestaunten die verschiedenen Elektromobile und liessen sich diese von den Fahrern erklären.

3. SBB

St.Gallen-Bodensee Tourismus ist sehr erfreut darüber, dass dank der Annahme der Motion «Moratorium für den Serviceabbau bei den SBB-Drittverkaufsstellen» im National- und Ständerat, die Drittverkaufsstelle in Rorschach bis Ende 2020 weiter betrieben werden kann.

So können Kunden auch in Zukunft ihre ÖV-Tickets bei der Tourist Information kaufen und profitieren von einer persönlichen Beratung.

Zahlen und Fakten 2017 / 2016

Anzahl Stadtführungen: 19 / 16

Anzahl Teilnehmer: 42 / 63

Einnahmen aus Ticketverkäufen SBB & SBS:

CHF 854'240.– (inkl. Swispass) / CHF 930'000.–

Anzahl Besucher: ca. 18'000 / ca. 20'000





7. Netzwerk & Engagement

1. Netzwerk

International

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

National

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

Ostschweiz

- Einsitz im Vorstand Ostschweiz Tourismus
- Einsitz im Steuerungsausschuss und der Arbeitsgruppe Rheintalwein
- Mitglied und Revision bei Verein Culinarium
- Koordination der Mitgliedschaft SCIB Ostschweiz
- Mitglied der Geschäftsführerkonferenz Ostschweiz
Die weiteren Mitglieder sind:
 - Appenzellerland Tourismus AR, Heiden
 - Appenzellerland Tourismus AI, Appenzell
 - Heidiland Tourismus AG, Bad Ragaz
 - Liechtenstein Marketing, Vaduz
 - Schaffhauserland Tourismus, SH
 - Thurgau Tourismus, Amriswil
 - Toggenburg Tourismus, Wildhaus
 - Zürichsee Tourismus, Rapperswil

Kanton St.Gallen

Im Rahmen der kantonalen Tourismusförderung arbeitet St.Gallen-Bodensee Tourismus in verschiedenen Arbeitsgruppen mit.

St. Gallen-Bodensee

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



Stadt St.Gallen

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

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

2. Mitgliederwesen

Auch im 2017 durfte St.Gallen-Bodensee Tourismus auf die Unterstützung zahlreicher Mitglieder und Partner zählen.

Mitglieder	Anzahl	
	2017	2016
Gemeinden, Stadt und Kanton	25	25
Unterkünfte (Hotels, Ferienwohnungen/B&B, Gruppenunterkünfte)	100	100
Gastronomiebetriebe	66	67
Kulturelle Betriebe	24	23
Detailhandel und Drittbranchen	172	182
Privatpersonen	29	29
Total Mitglieder	416	426

8. Statistiken

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

	Schweiz		Europa (ohne CH)		Asien		USA		übrige Länder		Total		Diff.
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	in %
1)	125 264	140 883	67 292	75 400	8 547	9 488	3 161	3 328	3 933	4 404	208 197	233 503	12.15%
2)	222 592	245 966	136 259	152 706	14 026	17 352	8 571	8 859	9 680	11 287	391 128	436 170	11.52%

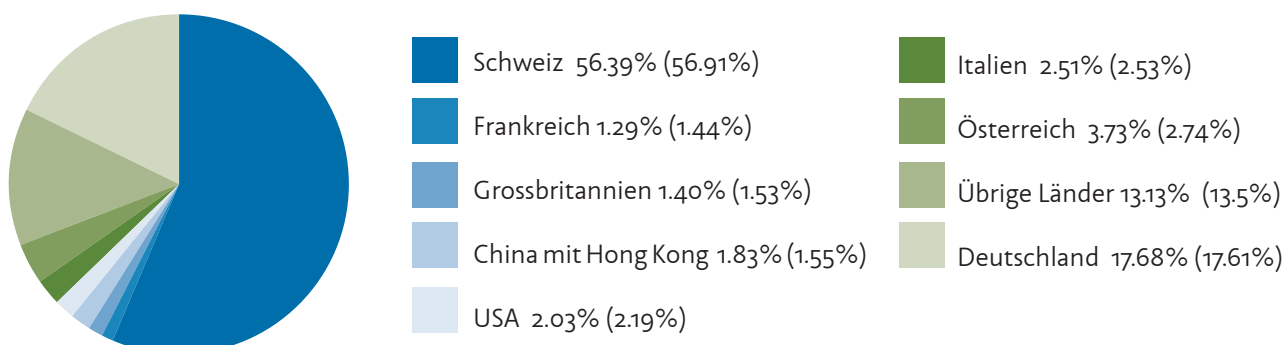
1) Ankünfte 2) Logiernächte

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

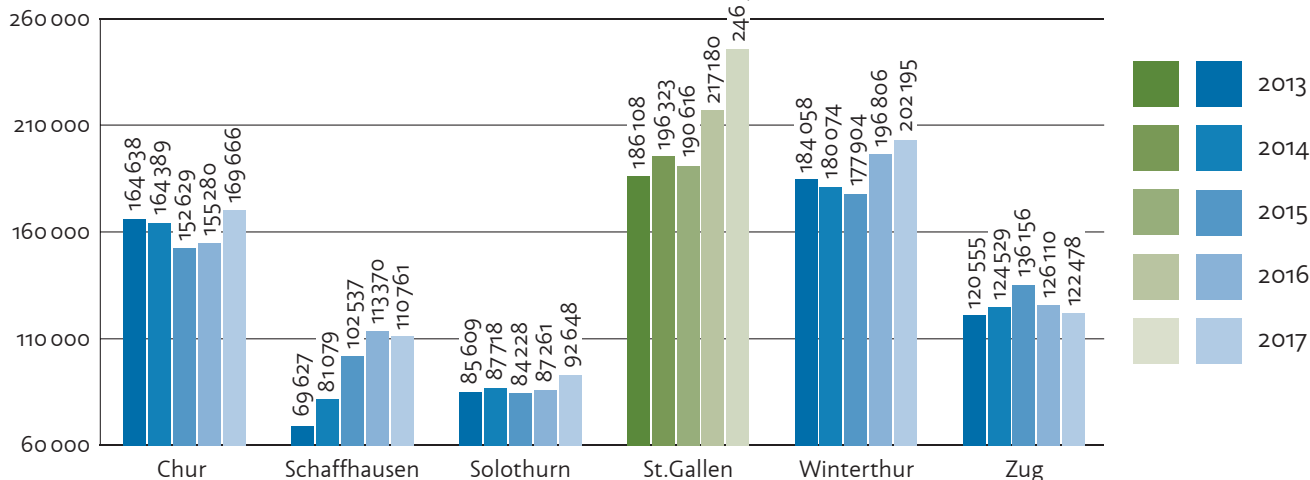
Herkunftsland	LN in Hotel-/Kurbetrieben				Veränderung LN 2016 vs 2017 in %
	2014	2015	2016	2017	
Schweiz	194 349	191 782	222 592	245 966	10.50%
Deutschland	76 850	70 411	68 859	77 129	12.01%
Österreich	11 470	11 687	10 717	16 277	51.88%
Italien	9 355	8 445	9 880	10 938	10.71%
Frankreich	5 934	5 044	5 639	5 628	-0.20%
Vereinigtes Königreich	5 007	6 454	6 002	6 093	1.52%
Benelux	6 302	6 518	7 662	6 819	-11.00%
Spanien und Portugal	4 070	2 573	3 067	3 363	9.65%
Skandinavien	519	522	4 293	5 484	27.74 %
Übriges Europa	26 592	22 581	24 433	26 459	8.29%
Europa Total	339 929	325 495	358 851	398 672	11.10%
Vereinigte Staaten / USA	7 670	7 817	8 571	8 859	3.36%
China (mit HKG)	4 441	6 589	6 048	7 966	31.71%
SEA*	2 919	3 005	3 637	3 830	5.31%
Korea	817	679	784	1 652	110.71%
Japan	2 748	1 872	2 519	3 073	21.99%
Ausland total	177 900	165 787	168 536	190 204	12.86%
Gesamttotal	372 249	357 569	391 128	436 170	11.52%

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

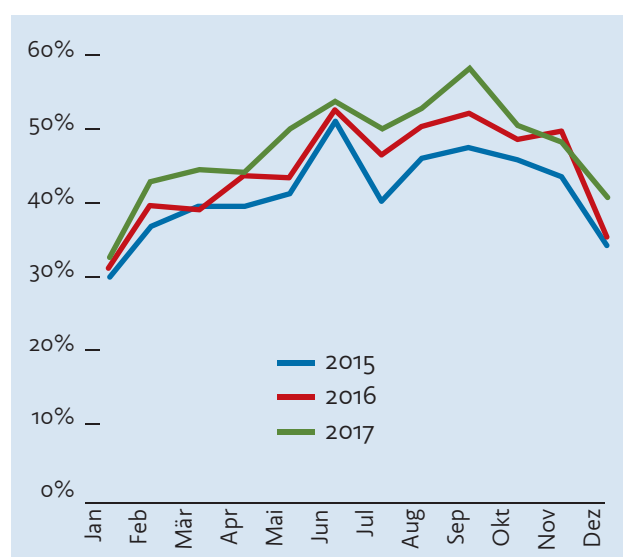
Häufigste Herkunftsländer in der Destination St.Gallen-Bodensee Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben



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



Nettozimmerauslastung Destination St.Gallen-Bodensee in Hotel- und Kurbetrieben (verfügbare Zimmer)



Perimeterstand 2016

Frequenzzahlen Tagestourismus 2017

	2016	2017
Museen	133 028	148 747
Stiftsbibliothek	132 826	134 625
St.Galler Festspiele	9 097	9 058
Openair St.Gallen	110 000	107 000
davon Nachtschwärmer	20 000	20 000
Olma Messen St.Gallen	724 433	713 069
Swiss Casinos St.Gallen	186 788	186 515
Bäderlandschaft Säntispark	903 000	1 060 000
Abenteuerland Walter Zoo	203 505	225 015
Bodensee Schifffahrtsbetriebe (Anzahl Ausstiege in Rorschach)	36 379	35 389
Forum Würth Rorschach	56 562	59 817

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

	2016	2017
Anzahl Betriebe	11	11
Ankünfte	3 941	4 203
Logiernächte	11 858	12 526



9.1 Bilanz

	31.12.2017	31.12.2016
	CHF	CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	489 818.08	434 052.40
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	285 149.59	169 728.92
Andere kurzfristige Forderungen	34 794.62	33 702.80
Vorräte	24 570.50	18 648.50
Aktive Rechnungsabgrenzungen	11 394.45	8 832.75
	845 727.24	664 965.37
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	200 002.00	200 002.00
	200 002.00	200 002.00
Total Aktiven	1 045 729.24	864 967.37
Passiven		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	173 751.29	213 812.23
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	37 205.99	44 723.30
Passive Rechnungsabgrenzungen	189 196.91	49 922.40
kurzfristige Rückstellungen	34 000.00	25 000.00
	434 154.19	333 457.93
Langfristiges Fremdkapital		
Rückstellungen	190 197.50	142 197.50
	190 197.50	142 197.50
Fondskapital zweckgebunden		
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierungen	300 000.00	300 000.00
	300 000.00	300 000.00
Eigenkapital		
Vereinskapital	89 311.94	86 736.06
Jahresgewinn / -verlust	32 065.61	2 575.88
	121 377.55	89 311.94
Total Passiven	1 045 729.24	864 967.37

9.2 Betriebsrechnung

	2017	2016
	CHF	CHF
Betriebsertrag		
Ertrag aus Beiträgen		
Kanton St.Gallen	545 000.00	642 561.40
Städte St.Gallen & Rorschach	515 000.00	520 000.00
Politische Gemeinden	67 750.00	67 750.00
Mitgliederbeiträge	160 748.00	166 218.00
	1 288 498.00	1 396 529.40
Ertrag aus erbrachten Leistungen		
Gasttaxen	740 879.38	582 939.72
Sponsorenbeiträge	590 105.00	580 430.00
Ertrag aus Dienstleistungen	885 746.22	891 491.07
Andere betriebliche Erträge	199 626.68	158 201.42
	2 416 357.28	2 213 062.21
Total Erträge	3 704 855.28	3 609 591.61
Aufwand für Waren und Drittleistungen		
Wareneinkauf und Drittleistungen (Dienstleistungen)	-217 431.57	-107 409.85
Stadtführungen / Stadtrundgänge	-43 223.64	-52 133.15
	-260 655.21	-159 543.00
Bruttoergebnis	3 444 200.07	3 450 048.61
Betriebsaufwand		
Personalaufwand		
Lohnaufwand	-1 518 564.15	-1 501 504.55
Sozialversicherungsaufwand	-255 058.10	-232 487.75
Übriger Personalaufwand	-57 398.45	-67 828.06
	-1 831 020.70	-1 801 820.36

	2017	2016
	CHF	CHF
Sonstiger Betriebsaufwand		
Raumaufwand	-207 087.39	-205 387.39
Unterhalt / Reparaturen / Ersatz	-1 884.92	-3 284.33
Sachversicherungen / Abgaben / Gebühren / Bewilligungen	-5 351.08	-6 796.17
Energie- und Entsorgungsaufwand	-7 948.43	-9 167.88
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-390 133.10	-362 482.69
Werbeaufwand	-967 647.12	-1 071 002.54
Übriger Betriebsaufwand	-47 244.83	-57 356.95
	-1 627 296.87	-1 715 477.95
Total Betriebsaufwand	-3 458 317.57	-3 517 298.31
Betriebsergebnis	-14 117.50	-67 249.70
Finanzerfolg		
Finanzertrag	91 676.89	76 147.41
Finanzaufwand	-6 679.19	-6 321.83
	84 997.70	69 825.58
Ausserordentlicher Erfolg		
Ausserordentlicher Ertrag	1 185.41	0.00
Ausserordentlicher Aufwand	-40 000.00	0.00
	-38 814.59	0.00
Jahresgewinn / -verlust	32 065.61	2 575.88

9.3 Anhang zur Jahresrechnung

1. Bewertungsgrundsätze

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

Flüssige Mittel

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

Forderungen

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

Vorräte

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

Aktive und Passive Rechnungsabgrenzungen

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

Finanzanlagen

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

Verbindlichkeiten

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

Rückstellungen

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

Zweckgebundenes Fondskapital

Dieser Fonds dient zur Finanzierung von Projekten mit touristischer Relevanz.

Eigenkapital

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

2. Erläuterungen zur Jahresrechnung

	31.12.2017	31.12.2016
	CHF	CHF
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
Offene Debitorenrechnungen	312 806.89	188 051.32
Kreditkartenguthaben, übrige Guthaben	2 342.70	1 677.60
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)	315 149.59	189 728.92
./. Pauschale Wertberichtigung	-30 000.00	-20 000.00
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)	285 149.59	169 728.92
Andere kurzfristige Forderungen		
Verrechnungssteuer	31 898.90	26 512.40
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	0.00	4 334.70
Frankiermaschine	2 895.72	2 855.70
Total andere kurzfristige Forderungen	34 794.62	33 702.80
Anlagevermögen (Finanzanlagen)		
Aktien	180 002.00	180 002.00
Anteilscheine	20 000.00	20 000.00
Total Anlagevermögen (Finanzanlagen)	200 002.00	200 002.00
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Offene Kreditorenrechnungen	173 193.79	212 821.33
Anzahlungen / Doppelzahlungen von Kunden	557.50	990.90
Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	173 751.29	213 812.23
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten		
Mehrwertsteuer	13 125.69	22 655.95
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	4 160.65	343.45
Verbindlichkeiten ggü. der Pensionskasse Stadt St.Gallen	15 750.65	15 385.15
Verbindlichkeiten aus Vorverkäufen / übrige Verbindlichkeiten	4 169.00	6 338.75
Total andere kurzfristige Verbindlichkeiten	37 205.99	44 723.30

	31.12.2017	31.12.2016
	CHF	CHF
Kurzfristige Rückstellung für Ferien und Überzeit		
Bestand per 1.1.	25 000.00	14 500.00
Zuweisungen	9 000.00	10 500.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	34 000.00	25 000.00
Langfristige Rückstellung für Informatikprojekte		
Bestand per 1.1.	0.00	0.00
Zuweisungen	40 000.00	0.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	40 000.00	0.00
Langfristige Rückstellung für Kongressmanagement		
Bestand per 1.1.	142 197.50	153 197.50
Zuweisungen	0.00	0.00
Verwendungen	0.00	-11 000.00
Bestand per 31.12.	142 197.50	142 197.50
Langfristige Rückstellung für Pensionskasse		
Bestand per 1.1.	0.00	0.00
Zuweisungen	8 000.00	0.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	8 000.00	0.00
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierung		
Bestand per 1.1.	300 000.00	300 000.00
Zuweisungen	0.00	0.00
Verwendungen	0.00	0.00
Bestand per 31.12.	300 000.00	300 000.00
Ausserordentlicher Aufwand		
Rückstellung für Informatikprojekte	40 000.00	0.00
Total ausserordentlicher Aufwand	40 000.00	0.00

3. Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.

4. Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten

	31.12.2017	31.12.2016
Kopiergeräte	9 362.80	13 418.80

5. Weitere vom Gesetz verlangte Angaben

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

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

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) von St.Gallen-Bodensee Tourismus für das am 31. Dezember 2017 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, 23. Februar 2018

Beilagen:

Jahresrechnung 2017 bestehend aus:

- Bilanz
- Erfolgsrechnung
- Anhang

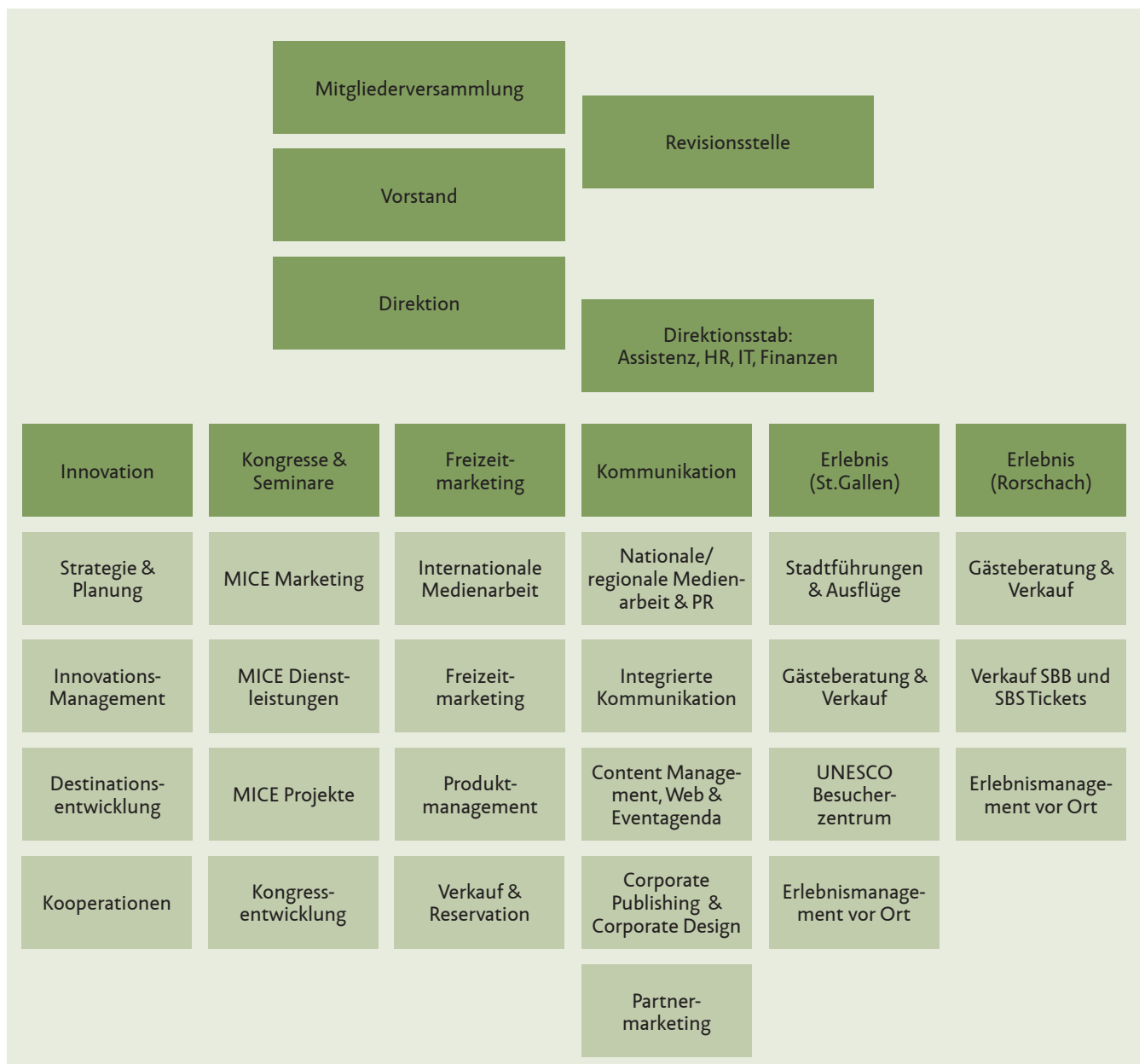


11. Organisation

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



Vizepräsident
Thomas Scheitlin

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

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



Vizepräsident
Thomas Müller

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

- Nationalrat



Karin Bischoff

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

- Inhaberin «Die Manufaktur GmbH»
- Präsidentin «SwissMode»
- Verwaltungsrätin «Bischoff Holding AG»



Dr. Markus Frank

Direktor Executive School HSG
Seit 2005 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Delegierter der HSG in UNICON (globales University Executive Education Consortium)
- EFMD (European Foundation of Management Development)



Nicolo Paganini

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

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



Katrin Meier

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

- Stiftungsrätin Lokremise St.Gallen, Schloss Werdenberg und Roothuus Gonten
- Präsidentin der Regionalkonferenz Ost der kantonalen Kulturbeauftragten



Sina Nikolussi

General Manager Sorell Hotel City Weissenstein St.Gallen
Seit 2015 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus

- Präsidentin hotels-stgallen-bodensee.ch



Walter Tobler

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

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

Revisionsstelle

- Finanzkontrolle der Stadt St.Gallen

13. Team

Direktion



Thomas Kirchhofer*
Direktor (100%)
ab 01.08.2017



Ariana Krizko
Direktions-
assistentin und
Personal (100%)



Andrea Bieri
Sachbearbeiterin
Finanzen (90%)

St.Gallen-Bodensee Convention



Bettina Güntensperger
Co-Leiterin (50%)



Marion Azzato*
Co-Leiterin (50%)



Anja Geiger
Projektleiterin
(100%)



Anja Sachse
Projektleiterin &
Sales (100%)



Malsore Zenuni
Lernende
(100%)

Marketing & Kommunikation



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



Andrea Federer
Marketing-
assistentin (100%)



Alexander Kuhn
Projektleiter
Kommunikation
PR & Medienar-
beit (100%)



Nicole Berger
Projektleiterin
Print & Online
(60%)



Anja Fritsche
Praktikantin
(100%)

Erlebnismangement St.Gallen



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



Daniela Fries
Sachbearbeiterin
(100%)



Marco Hermann
Sachbearbeiter
(80%)



Sabrina Niederer
Sachbearbeiterin
(80%)
April bis Oktober



Karin Etterlin
Sachbearbeiterin
(60%)



Ramona Meier
Praktikantin
(100%)

Erlebnismangement Rorschach



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



Claudia Büchler
Sachbearbeiterin
(35%)



Jacqueline Eugster
Sachbearbeiterin
(35%)



Alea Veran
Sachbearbeiterin
(40%)

* Mitglieder der Geschäftsleitung

Anzahl Vollzeitstellen per 1. Januar 2017: 18.6 (davon 2 Lernende, 1 Praktikantin)

Anzahl Vollzeitstellen per 1. Januar 2018: 19.1 (davon 1 Lernende, 2 PraktikantInnen)

Stadtführerinnen



Von oben nach unten, von links nach rechts:

Jennifer Deuel, Brigitte Weinbörmayr, Claudia Schneider.
Cristina Duttweiler, Ursula Dommann, Ulrike Brülisauer, Christa Nüesch.
Enza Barra, Yukari Keller, Monika Raschle, Yvonne Herold, Claudia Macht.
Verena Plassard, Antoinette Corciulo, Erika Akermann, Katrin Paganini, Susan Widrig, Maria Zünd.

Auf dem Bild fehlen:

Juliane Henneberger, Christine Kundert und Haigui Liu Resenterra.



SPEKTAKULÄR UND AUSSERGEWÖHNLICH!

Die Welt von Las Vegas mitten in St. Gallen.


CASINO
ST. GALLEN

365 Tage im Jahr geöffnet.

Sonntag bis Donnerstag: 9.00 – 3.00 Uhr, Freitag und Samstag: 9.00 – 4.00 Uhr

Eintritt kostenlos, ab 18 Jahren mit gültigem amtlichem Ausweis. www.swisscasinos.ch