



# Jahresbericht 2023

St.Gallen–Bodensee Tourismus

**IMPRESSUM**

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

Bildnachweise:  
Titelseite: Switzerland Tourism / André Meier  
Seite 4: Thomas Egger  
Seite 7: Switzerland Tourism / Jan Geerk  
Seite 9: Thomas Egger  
Seite 11: Switzerland Tourism / André Meier  
Seite 13: Thomas Staub  
Seite 15: Ladina Maissen  
Seite 18: Mattias Nutt Photography  
Seite 25: Schweiz Tourismus  
Seite 26: Thomas Egger  
Seite 29: Mitarbeiter-Portraits, Foto Lautenschlager  
Seite 30: Guides, Urs Bucher

## Inhalt

1	Vorwort	5
2	Touristische Führung der Destination	6
3	Guest Services	8
4	Marketing & Kommunikation	10
5	St.Gallen Convention Bureau	12
6	Destination Services	14
7	Statistiken	16
8	Jahresabschluss	19
	(Bilanz / Betriebsrechnung / Anhang zur Jahresrechnung)	
9	Revisionsbericht	24
10	Organisation	27
11	Organe	28
12	Team	29
13	Guides	30



# 1 Vorwort

Das Tourismusjahr 2023 verzeichnet erfreuliche Zuwächse gegenüber dem Vorjahr: Die Logiernächte in den Hotels liegen mit +8.9% im schweizweiten Durchschnitt, während die Ostschweiz insgesamt deutlich tiefer liegt (+3.1%).

Die gesamte Destination verbucht mit 522'381 erstmals in ihrer Geschichte über eine halbe Million Logiernächte. Die Stadt St.Gallen punktet im Vergleich mit anderen mittelgrossen Schweizer Städten und weist ein unverkennbar höheres Logiernächtewachstum auf. Sowohl im Heimatmarkt Schweiz als auch im Nahmarkt Deutschland ist 2023 eine verstärkte Nachfrage spürbar. Zudem nehmen die Logiernächte aus den USA deutlich zu. Investitionen in Produkte und Dienstleistungen sowie eine engagierte Marktbearbeitung tragen zum Erfolg bei. Dennoch zeigt die genaue Analyse der Auslastungszahlen Handlungsbedarf auf. Für die Zukunft gilt es, sich auf das Wesentliche zu fokussie-

ren. Angesichts der unsicheren wirtschaftlichen Entwicklung und des Strukturwandels im Kanton St.Gallen müssen wir uns auf das konzentrieren, was wir kontrollieren können: unser Produkt. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Partnern wollen wir an der Verbesserung unseres Angebots arbeiten. Der Fokus auf Lebensqualität und Sinnhaftigkeit wird dabei immer wichtiger. Tradition, Gastfreundschaft und lokale Geschichten stärken die Einzigartigkeit der Region St.Gallen-Bodensee und sichern unsere Wettbewerbsfähigkeit.

Angesichts der Marktentwicklung haben wir allen Grund zuversichtlich in die Zukunft zu blicken. Wir sind dankbar, dass Sie, geschätzte Mitglieder und Partner, im Interesse unseres Standortes so viel für den Tourismus leisten. Ihnen allen gebührt ein herzliches Dankeschön, ebenso wie allen Mitarbeitenden, den Vorstandsmitgliedern sowie allen involvierten Gremien.



# 2

## Touristische Führung der Destination

### ERGEBNISORIENTIERT ARBEITEN

2023 war das Startjahr der neuen Strategie 2027. Die Mission ist klar: Wir fördern, betreiben und gestalten nachhaltigen Tourismus in der Region St.Gallen-Bodensee mit Blick auf die Ostschweiz und zum Nutzen des Lebensraums. Grenzüberschreitendes Handeln ist unabdingbar, denn die Sicht der Übernachtungs- und Tagesgäste, aber auch jene der Einheimischen, zählt. Im Zentrum der operativen Tätigkeit steht stets das Marketing inklusive einer marktorientierten Produktgestaltung in den drei strategischen Geschäftsfeldern. St.Gallen-Bodensee Tourismus arbeitet in der touristischen Standortentwicklung eng mit der Stadt und dem Kanton St.Gallen zusammen und setzt sich für das Wachstum des touristischen Angebots ein. Wir wollen den Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor im Raum St.Gallen weiter stärken. Realistisches Ziel: Der Umsatz aus dem Tourismus soll in den nächsten zehn Jahren verdoppelt werden. Dazu werden ab 2024 die regional-ökonomischen Effekte gemessen. An der Erreichung der strategischen Ziele bis 2027 wurde bereits erfolgreich gearbeitet. Mehr dazu erfahren Sie auf den Seiten 8 bis 17.

#### 1. Profilierung und Positionierung geschäft

Die Produkte und Aktivitäten wurden konsequent auf die Vorgaben der Strategie ausgerichtet. Verschiedene Rückmeldungen aus der Branche und von Partnern zeigen, dass dies auch dank der direkten Verknüpfung mit unseren Kampagnen positiv wahrgenommen wird.

#### 2. Wachstum MICE erreicht

Das Wachstumsziel wurde durch die Unterstützung von doppelt so vielen Veranstaltungen wie im Vorjahr (44), darunter 14 Kongresse und 16 Grossveranstaltungen, sowie durch die Verdreifachung des Kommissionsertrags erreicht.

#### 3. Angebote in «Kultur- und Wissenstourismus» ausgebaut

Durch die Ausbildung von sechs neuen Guides, die Teilnahme an Weiterbildungen und die Erweiterung des Produktportfolios wurde das Angebot im Kultur- und Wissenstourismus ausgebaut. Bemerkenswert ist, dass im Vergleich zum Vorjahr wieder mehr Stadtführungen und Rundgänge durchgeführt wurden.

#### 4. Bekanntheit und Positionierung von «Gesundheit, Bewegung, Genuss» erhöht

Dies wurde durch Marketingkooperationen, die Lancierung neuer Produkte und die Schaffung nachhaltiger Erlebnisse gesteigert. Beispiel: Die Einführung neuer Produkte wie «RheinWelten».

#### 5. Erlebnisorientiertes Produktportfolio mit hoher Erlebnisqualität für Gäste geschaffen

Die Entwicklung neuer Produkte wie «PADL Bodensee» und die Einrichtung einer Stelle für das Produktmanagement Wasser sind hier beispielhaft zu nennen.

#### 6. Potenziale zum Thema Nachhaltigkeit lokalisiert, priorisiert und erschlossen

Durch einen Nachhaltigkeits-Check-up mit der Firma tfy-consult konnten wir bestehende Initiativen validieren und weitere sinnvolle Massnahmen identifizieren (siehe nachfolgend).

#### 7. Gestärkte direkte Wertschöpfung aus dem Tourismus nachgewiesen

Dies wurde durch die erfolgreiche Organisation des Tour de Suisse Hub St.Gallen und der Durchführung von 44 MICE-Veranstaltungen erreicht.

### CHECK-UP NACHHALTIGKEIT

St.Gallen-Bodensee Tourismus hat sich bereits in diversen Bereichen mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandergesetzt und möchte dieses Engagement weiter vertiefen und alle Dimensionen der Nachhaltigkeit langfristig ins tägliche Handeln integrieren. Um relevante Handlungsfelder festzulegen, haben wir 2023 mit Hilfe der Firma tfy-consult eine Ist-Analyse durchgeführt. Ziel war es, die Mitarbeitenden zu aktivieren und den «Puls» des Unternehmens intern zu fühlen, aber auch die Wirksamkeit der aktuellen Nachhaltigkeitsinitiativen nach aussen zu beleuchten. Die Resultate der Analyse werden in die weitere Arbeit ab 2024 einfließen. Es hat sich gezeigt, dass die Punkte lokale Wirtschaftsförderung, Mobilität, Gemeinwesen und die organisatorische Verankerung am stärksten beeinflussbar sind. Hier wollen wir 2024 ansetzen und haben uns für das Programm «Swisstainable Destination» angemeldet.

Nachhaltigkeit:  
Wir engagieren uns



Veranstaltungen und  
Netzwerkanlässe



### AUSTAUSCHPLATTFORMEN

Für St.Gallen-Bodensee Tourismus erscheint es sinnvoll, dass die Rollen nach innen in Zukunft verstärkt an Bedeutung gewinnen. Die Tourismusorganisation der Zukunft wird so zur Dialogplattform, die aus dem Wissen und den Interessen der verschiedenen Anspruchsgruppen gemeinsame Zielbilder moduliert. Deshalb haben wir im vergangenen Jahr die Austauschplattformen stark gefördert und ausgebaut. Es wurden total zwölf Veranstaltungen durchgeführt. Sie lassen sich in die Kategorien «Netzwerk» und «Weiterbildung» einteilen. Inhalte, Ziele und Zielgruppen sowie die Frequenz und weitere Angaben sind auf unserer Webseite ersichtlich.

#### Netzwerk

- Mitgliederversammlung
- Hotellerie- und Tourismus-Tag (Kooperation mit hotels-stgallen-bodensee.ch)
- Get-Together Guest Services
- #lovestgallen MEET
- #lovestgallen SALES
- #lovestgallen MOBIL

#### Weiterbildung

- #lovestgallen LEARN

#### Beeindruckende Projektdichte

Die zunehmende Bedeutung der kontinuierlichen Verbesserung als Antwort auf die Frage, wie zukunftsorientiert und effektiv die Destination St.Gallen-Bodensee arbeitet, verlangt eine konsequente Realisierung von Angebots- und Vermarktungsplattformen. Mit der neuen Strategie agieren wir fokussierter, verfolgen innovative Ansätze und greifen Best-Practice-Modelle auf. Mit dem hilfreichen «Blick über den Tellerrand hinaus» greifen wir mit unseren Partnern Themen auf und entwickeln neue Lösungsansätze. Die Projektliste 2023 umfasste über 30 Projekte, von denen einige auf den folgenden Seiten vorgestellt werden.

### FINANZIELLE ENTWICKLUNG

Die Jahresrechnung schliesst ab mit einem Verlust von CHF 10'787. Trotz dieses negativen Ergebnisses kann das Resultat als Erfolg gewertet werden, da erstmals die Reduktion des Beitrags der Stadt St.Gallen um CHF 100 Tsd. zu Buche schlägt und selbst sämtliche ungedeckten Kosten von CHF 104 Tsd. für das kurzfristig anberaumte und daher nicht budgetierte Grossprojekt Tour de Suisse Hub St.Gallen getragen wurden.





# 3 Guest Services

Ein Höhepunkt im Herbst war das Textilgeschenk von Akris: Die Kleidungsstücke aus der «St.Gallen Map Prints»-Kollektion für das gesamte Team von St.Gallen-Bodensee Tourismus. In Form von Jacken, Blusen, Shirts und Foulards repräsentieren seither unsere Mitarbeitenden an der Front in der Tourist Information St.Gallen und bei diversen Anlässen sowie unsere Stadtführerinnen und Stadtführer das St.Galler Modehaus und St.Gallen-Bodensee Tourismus.

«Alle Mitarbeitenden und die Guides von St.Gallen-Bodensee Tourismus dürfen sich in einem neuen Look von Akris präsentieren.»

Ausgerüstet mit Broschüren und viel lokalem Know-how waren unsere Tourist Angels auch in der Sommersaison 2023 wieder in der St.Galler Innenstadt unterwegs und gaben den Gästen nützliche Tipps, halfen bei der Orientierung und beantworteten Fragen.

Ein Highlight zum Jahresende war das jährliche Abschlussessen und ein Ausflug nach Basel, wo ein Austausch mit dem «Flying Concierge» von Basel stattfand. Zudem wurde das bestehende Konzept der Tourist Angels überarbeitet, um die Saison 2024 zu planen und zu optimieren.

## TOURIST INFORMATION RORSCHACH

Die Tourist Information im Hafenvavillon in Rorschach nahm am 1. April 2023 den Betrieb wieder auf. Mit drei neuen Mitarbeitenden aus der Region wurde die Saison erfolgreich gemeistert. Die Präsenz von St.Gallen-Bodensee Tourismus vor Ort wurde sowohl von Leistungsträgern, Gästen und Einheimischen wiederum sehr geschätzt. Die Verkaufszahlen waren gut, natürlich auch dank des schönen Wetters in den Sommermonaten.

## FRONT OFFICE UND STADTFÜHRUNGEN

### Viefältige Arbeiten im Front Office St.Gallen

Erfreulich präsentieren sich auch die Zahlen der Besuchenden der Tourist Information St.Gallen, der öffentlichen

Stadtrundgängen und der Trails. Hauptsächlich der «Detektiv-Trail» verzeichnete eine starke Zunahme von Schulklassen und Vereinen. Nach wie vor sehr beliebt ist der «Food-Trail», der vor allem an Samstagen häufig ausgebucht ist.

Nach zweijähriger Pause kehrte das Prospektbörsenschiff wieder für zwei Tage zurück auf den Bodensee. Das Guest Services Team war erneut mit einem gut besuchten Stand auf dem Schiff präsent, verteilte Broschüren und informierte über die Region St.Gallen-Bodensee. Auch die Prospekt-Autotour wurde im März wieder durchgeführt, erneut in Zusammenarbeit mit den Nachbardestinationen.

Mit einem eigenen, von der Stadt angeschafften, E-Cargobike ist St.Gallen-Bodensee Tourismus innovativ und nachhaltig als mobile Tourist Information unterwegs. Bei diversen Anlässen ist das E-Cargobike flexibel einsetzbar und immer dort vor Ort, wo sich die Gäste bewegen, um diese in der Stadt willkommen zu heissen.

Anlässlich des 50-Jahr-Jubiläums der städtischen Sportförderung unter dem Motto «Sportstadt St.Gallen» wurden im Shop der Tourist Information St.Gallen diverse Kleidungsstücke von dieser Kollektion verkauft. Zudem war St.Gallen-Bodensee Tourismus im Dezember abermals im «SUPER STORE Made in St.Gallen» vertreten, der 2023 in «Die Manufaktur» zu Gast war.

### Anzahl Stadtführungen erneut gestiegen

Zu Beginn des Jahres absolvierten sechs Personen die viermonatige Ausbildung zum offiziellen Guide von St.Gallen-Bodensee Tourismus. Die Ausbildungsblöcke fanden grossen Anklang. Die neuen Kandidatinnen und Kandidaten wurden von verschiedenen Historikerinnen und Historikern sowie zwei erfahrenen Stadtführerinnen kompetent in die St.Galler Geschichte eingeführt. Für die Abschlussarbeit wurden eigene Skripte eines klassischen Rundganges erarbeitet. Bis Anfang Mai wurden alle Probeführungen erfolgreich durchgeführt und die bestandenen Prüfungen mit Diplomen ausgezeichnet.

Von Januar bis März wurden mit allen Guides Gespräche geführt. Dies einerseits, um die Bedürfnisse der Mitarbeitenden zu evaluieren und andererseits zur allgemeinen Qualitätskontrolle.

Es haben 1'331 private Führungen (2022: 1'297) und 231 öffentlichen Rundgänge (2022: 217) stattgefunden. Das Programm einiger Grossanlässe wie «Jugend forscht», Kulturwoche der BWZ Rorschach (25 Gruppen), «Anwenderforum SMART TEXTILES», «START Summit» und «Polymer Processing Society» (20 Gruppen) wurden mit unseren Führungen bereichert.

«Die Stadtgeschichte wird durch die Guides von St.Gallen-Bodensee Tourismus qualifiziert vermittelt.»

### Qualitätsprüfungen bei den Stadtführungen

Von August bis Ende Jahr führten die Historikerinnen Dorothee Guggenheimer und Nicole Stadelmann eine Qualitätskontrolle der Stadtführungen durch. Eine Auswertung liegt noch nicht vor, der Prozess wird fortgeführt. Während des ganzen Jahres nahmen die Guides an Weiterbildungen teil, um ihre Kenntnisse und Spezialisierungen in bestimmten historischen oder kulturellen Bereichen zu vertiefen.

Im Jahr 2023 wurden unter anderem die Barockausstellung im Landesmuseum, das Kloster Muri und das Stadtmodell

im Kulturmuseum St.Gallen besichtigt. Zusätzlich fand die Vorstellung der neuen Orgel in der Kirche St.Laurenzen statt. Weiter erfolgten Einführungen in den neuen Klostergarten sowie in die aktuellen Ausstellungen des Textilmuseums.

Die qualifizierte Vermittlung der Stadtgeschichte durch die Guides von St.Gallen-Bodensee Tourismus trägt zur Förderung und Wertschätzung des kulturellen Erbes St.Gallen bei. Für diesen wichtigen Beitrag sprechen wir unseren herzlichen Dank aus.

### Zahlen und Fakten 2023 / 2022:

Anzahl Besuchende in der Tourist Information: **63 338** / 59 209

Anzahl Stadtführungen und Rundgänge: **1 562** / 1 517

Anzahl Teilnehmende Stadtführungen und Rundgänge: **23 430** / 25 140

Stadtführungen



Online-Shop



Erlebnisangebote





# 4 Marketing & Kommunikation

## MARKETING

Im Juli war St.Gallen-Bodensee Tourismus am Global Travel Marketplace in Las Vegas präsent. In über 50 Einzeltreffen und vier Boardroom-Präsentationen wurde die Region St.Gallen-Bodensee als «hidden pearl» der Schweiz positioniert. Weitere Sales-Aktivitäten erfolgten einerseits im November mit über 20 Einzeltreffen am Global European Marketplace in London und andererseits im September mit der Teilnahme am Switzerland Travel Mart in Genf, wo die Region gemeinsam mit der Sämtis-Schwebebahn AG, dem Einstein St.Gallen, der Smilestones AG unter dem Dach der Destination St.Gallen-Bodensee präsentiert wurde.

Im Vorfeld des Switzerland Travel Mart begleitete St.Gallen-Bodensee Tourismus eine Gruppe von zwölf Reiseveranstaltern aus Südostasien, Grossbritannien, Spanien und Deutschland durch die Ostschweiz. Weitere Gruppenreisen mit interessierten Reiseveranstaltern aus Österreich, China, Italien und den USA fanden in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT) statt.

### Aufbau und Lancierung von Produkten

Nach dem erfolgreichen Aufbau von «PADL Bodensee» konnte das NRP-Projekt (neue Regionalpolitik) mit der Überführung in den nachhaltigen Betrieb und im Mai mit der Schaffung einer Stelle im Themenbereich Wasser erfolgreich abgeschlossen werden. Mit dem offiziellen Startschuss im Juni wurde das Produkt «RheinWelten» erfolgreich lanciert. St.Gallen-Bodensee Tourismus ist Teil dieses Gemeinschaftsprojekts, das von 18 Tourismusorganisationen getragen wird. Die neue Inspirationsplattform schafft massgeschneiderte Erlebnisse aus regionalen Genussfahrradangeboten entlang der «Rhein-Route 2».

### Erweiterte Marketingkooperationen

Auch im Jahr 2023 wurden weitere Marketingkooperationen eingegangen. So besteht neu eine Key-Partnerschaft mit der Sämtis-Schwebebahn AG, die neben Marketingleistungen auch Leistungen im Bereich MICE umfasst. Zusammen mit den Olma Messen St.Gallen und der Standortförderung der Stadt St.Gallen hat St.Gallen-Bodensee Tourismus in Zürich auf sympathische Art für die OLMA 2023 geworben. Zudem konnte St.Gallen-Bodensee Tou-

rismus mit dem E-Bike-Hersteller «Flyer» eine Kampagnen-Partnerschaft eingehen, die sehr gut zum Zielmarkt Genussradfahrende passt.

## KOMMUNIKATION

Im Jahr 2023 wurden 24 Medienmitteilungen an rund 1000 nationale und internationale Medienkontakte verschickt, grösstenteils mit Unterstützung der Kommunikationsagentur Gretz Communications. Zudem wurden rund 30 Medien- und Influencerreisen mit rund 60 Teilnehmenden geplant und durchgeführt. Dies entweder direkt durch St.Gallen-Bodensee Tourismus oder in enger Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus, der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT) oder der Kommunikationsagentur Gretz Communications AG.

«Eines der neuen Highlights ist der St.Galler Museums-Pass.»

### Erfolgreiche Medienarbeit

Als Erfolg in der Medienarbeit von St.Gallen-Bodensee Tourismus darf die Teilnahme an der «Meet the Press Tour» von Schweiz Tourismus im Dezember in den USA gewertet werden. Das Programm in den Städten Miami, Chicago und San Francisco umfasste Kurzvorträge, Podiumsdiskussionen und Medienanlässe, an denen die geladenen Gäste und amerikanischen Medienschaffenden die Highlights der Destination St.Gallen-Bodensee näher gebracht wurden. Auch das von Schweiz Tourismus organisierte «Swiss Cities Mediendinner» im November in München kann als Erfolg verbucht werden. Vor rund 35 geladenen Medienschaffenden wurden die Schweizer Städte anhand von Kurzgeschichten rund um das Thema Wasser ins Rampenlicht gerückt.

Ein Highlight im Bereich der Kommunikation stellt die Zusammenarbeit von St.Gallen-Bodensee Tourismus mit der Kommunikationsagentur «KA BOOM» während der Tour de Suisse in den Monaten März bis Juni dar. St.Gallen-Bodensee Tourismus ist es gelungen, innert kürzester Zeit eine effiziente und gut funktionierende Medienstelle für den Grossanlass in St.Gallen aufzubauen. Im Rahmen der Medienarbeit wurden drei Medienmitteilungen ver-

St.Gallen-Bodensee  
Medien



«St.Gallen als  
Schatzkammer  
des Wissens.»



schickt, eine Medienkonferenz durchgeführt und diverse Kommunikationsmassnahmen im Print- und Onlinebereich umgesetzt. Im Jahr 2023 konnte mit «Die Ostschweiz» eine neue Medienpartnerschaft abgeschlossen werden.

## DIGITAL MARKETING SERVICES

### Weiterentwicklung des digitalen Marktplatzes

Der digitale Marktplatz konnte im Jahr 2023 erfolgreich weiterentwickelt werden. Eines der neuen buchbaren Highlights ist der St.Galler Museums-Pass, den St.Gallen-Bodensee Tourismus in enger Zusammenarbeit mit den Museen der Stadt St.Gallen im Oktober lanciert hat. Seit Juni ist es zudem möglich, Eintrittstickets für den touristischen Leuchtturm Chocolarium direkt über den digitalen Marktplatz zu kaufen. Seit Februar können sämtliche Aktivitäten und Unterkünfte dank der freiwilligen CO<sub>2</sub>-Abgabe über «myclimate» direkt online klimaneutral gebucht werden. Insgesamt konnte der Umsatz über den digitalen Marktplatz erfolgreich auf einen sechsstelligen Betrag gesteigert werden.

### Erfolgreiche digitale Kampagnen

Im Jahr 2023 wurden diverse digitale Kampagnen durchgeführt. Im Rahmen der Städte-Partnerschaft mit Schweiz Tourismus war St.Gallen-Bodensee Tourismus von April bis August Teil einer gemeinsamen digitalen Kampagne mit der Fluggesellschaft Edelweiss Air und im Sommer Teil einer nationalen Kampagne rund um die Themen Wasser und Brunnenbaden. Entlang der strategischen Geschäfts-

felder von St.Gallen-Bodensee Tourismus wurde im Jahr 2023 zudem mit Schweiz Tourismus die Kampagne «Schatzkammer des Wissens» zum Wissensstandort St.Gallen umgesetzt.

Dank der neuen Gamification-Software «Brame» hat St.Gallen-Bodensee Tourismus im Januar eine «Neujahrskalender»-Kampagne, im Juni und Juli eine «Ausflugs-typ»-Kampagne und im November eine «Sternenstadt»-Kampagne erfolgreich umgesetzt. Durch die Kampagnen und die Social-Media-Aktivitäten konnte die Anzahl der Empfängerinnen und Empfänger des Gäste-Newsletters um 75 % gesteigert werden.

### Neuer Internetauftritt

Im Jahr 2023 wurden die Grundlagen für das Projekt «Open.Frontend» geschaffen, das einen offeneren und effizienteren touristischen Internetauftritt zum Ziel hat. In Zusammenarbeit mit der TSO AG fungiert St.Gallen-Bodensee Tourismus in diesem überregionalen Innotour-Projekt als Pilotinstanz.

### Zahlen und Fakten 2023 / 2022:

Anzahl Publikationen Medien international: 313 / 306

Anzahl Publikationen regional und lokal: 713 / 882

Umsatz Digitaler Marktplatz: 118 649.31 / 36 693.08

Anzahl Newsletter-Abonnierende: 3 482 / 1997





# 5 St.Gallen Convention Bureau

Das St.Gallen Convention Bureau (SGCB) darf auf ein erfolgreiches Jahr für den Kongress-, Messe- und Eventstandort St.Gallen zurückblicken. Im Jahr 2023 wurden insgesamt 44 Veranstaltungen, darunter 14 Kongresse und 16 Grossveranstaltungen, durch das SGCB unterstützt.

### Kongresswesen

Die Kongressanfragen haben sich 2023 positiv entwickelt. Das SGCB arbeitet in der Marktbearbeitung nach der Clusterstrategie mit Fokus auf Gesundheit, Präzisionsindustrie, ICT und Ernährung.

### Wertschöpfung

Das SGCB ermittelt mit dem Event Impact Calculator, entwickelt von Oxford Economics und dem Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), die erbrachte Wertschöpfung aller von SGCB betreuten Veranstaltungen. Der erzielte Umsatz von 44 Veranstaltungen beträgt CHF 14'565'206.

### GROSSANLÄSSE

#### 38<sup>th</sup> International Conference of the Polymer Processing Society

Während vier Tagen im Mai trafen sich über 700 Fachspezialisten aus der Polymerbranche zur Weltkonferenz auf dem Gelände der Olma Messen. Die Konferenz begeisterte die Teilnehmenden mit einem Mix aus fachlichen und gesellschaftlichen Veranstaltungen. Neben spannenden Diskussionen zum Thema «Mikroplastik» haben die von SGCB organisierten Stadtführungen und das Partnerprogramm für Abwechslung gesorgt.

#### 99. Auslandschweizer Kongress

Im August traf sich die fünfte Schweiz zum 99. Auslandschweizer-Kongress an der Universität St.Gallen. Rund 400 Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer aus 49 Ländern besuchten die Stadt. Das SGCB unterstützte im Unterkunftshandling und in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus bei der Organisation des gesellschaftlichen Ausflugs der Teilnehmenden.

### KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Zahlreiche Fachbesuchende von nationalen und internationalen Messen sind über St.Gallen als attraktiven Kongress- und Messestandort informiert worden. Aus den Gesprächen resultierten sieben Site Inspections und Veranstaltungsanfragen. Das Feedback der Professional Congress Organizers und Event Agencies hat gezeigt, dass St.Gallen als Geheimtipp für Geschäftsveranstaltungen gilt.

### PARTNERSCHAFTEN

Zur Förderung des Kongress-, Messe- und Eventstandortes St.Gallen wurde die Zusammenarbeit mit den Partnern in vielen Bereichen weiter intensiviert. Das SGCB darf sieben Institutionen als Key Partner (Olma Messen St.Gallen AG, Einstein St.Gallen, Universität St.Gallen, Würth Haus Rorschach, Weiterbildungszentrum Holzweid, Säntis-Schwebbahn AG und Hotel Säntispark) und 47 Hotels zu seinen Partnern zählen.

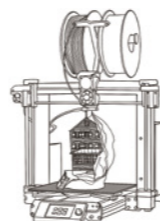
### «St.Gallen ist der Geheimtipp unter den Schweizer Kongressdestinationen.»

#### Seminarland Ostschweiz

Das Seminarland Ostschweiz bearbeitet seit 2021 den Ostschweizer Seminarmarkt. Die Zusammenarbeit mit dem Team des Seminarlands Ostschweiz wird mit einem gemeinschaftlichen Partnermodell gefördert. Das SGCB hat insgesamt 14 Anfragen weitergeleitet.

#### SCIB – St.Gallen und Region Ostschweiz

Die Partnerschaft mit dem SCIB für die Destination St.Gallen wurde 2023 intensiviert und durch die gemeinsame Teilnahme an Fachmessen gefördert. Bereits Ende 2022 entstand der Wunsch nach einer SCIB Regionen Partnerschaft in der Ostschweiz unter dem Patronat von SGCB und Liechtenstein Marketing. Liechtenstein Marketing fokussiert sich auf den Ausbau des Geschäftstourismus im Ländle. Zusammen mit der Fokussierung auf den europäischen Markt, die durch die Zusammenarbeit mit der Säntis-Schwebbahn AG finanziell ermöglicht wurde, entstand die SCIB Regionen Part-



nerschaft Ostschweiz. Seitens SGCB ist die Zusammenarbeit in der Ostschweiz für Grossveranstaltungen notwendig, um die entsprechenden Anforderungen für ein Kongressbidding erfüllen zu können.

### International Convention & Congress Association (ICCA)

Die ICCA Association Meeting Datenbank wird vom SGCB nach Request for Proposal (RFP) und Bids für Kongresse in den Clustern abgefragt. Im Jahr 2023 hat das SGCB 15 Biddings für Kongresse und Grossveranstaltungen bearbeitet, von denen sich sechs im weiteren Prozessverfahren befinden.

### Bodensee Meeting e.V. und micelab:bodensee

Das Forschungslabor «micelab:bodensee» organisierte den «micelab:explorer» zum Thema «Balance zwischen sinnstiftendem Arbeiten und wirtschaftlicher Notwendigkeit». Gemeinsam mit den Mitgliedern des Netzwerks entwickelte das SGCB Prototypen für neue Geschäfts- bzw. Arbeitsmodelle für die Veranstaltungsbranche. Zwei Prototypen bearbeiten die United Nations Sustainable Development Goals. Die Projekte werden im 2024 weiter umgesetzt.

### KOMMUNIKATION

#### Präsenz auf fiylo

Seit Januar 2023 ist das SGCB auf dem Onlineportal «fiylo» (find your location online) präsent. Veranstaltungs-

planende finden hier die besten Locations aus der Region. Durch dieses Onlineportal hat die Region St.Gallen-Bodensee an Sichtbarkeit in Deutschland gewonnen.

### Mediale Präsenz

Zahlreiche Artikel und Kooperationen mit namhaften Publikationen auf nationaler und internationaler Ebene verhalfen St.Gallen zu mehr Präsenz in den Medien und informierten zahlreiche Leserinnen und Leser über die Angebotsvielfalt.

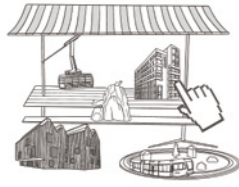
### VORSCHAU AUF 2024

Das SGCB blickt einem spannenden Jahr 2024 entgegen. Mit der Eröffnung der St.Galler Kantonalbank Halle bieten sich zahlreiche Möglichkeiten, Corporate Events und Grossveranstaltungen nach St.Gallen zu holen. Zudem jagt im Laufe des Jahres eine Grosskonferenz die Nächste. Erfreulicherweise werden bei diesen alle strategischen Cluster berücksichtigt. Die Präsenz des Kongress-, Messe- und Eventstandortes St.Gallen wird weiterführend an nationalen und internationalen Fachmessen gestärkt.

#### Zahlen und Fakten 2023 / 2022:

Anzahl Anfragen:	120 / 93
Total Kommissionsertrag in CHF:	62.691.55 / 20.766.17
Realisierungsquote:	43,8% / 39,13%
Anzahl Kontakte aus Sales-/Marketingaktivitäten:	81 / 139





# 6 Destination Services

## UMSETZUNG SPORTEVENTSTRATEGIE ST.GALLEN-BODENSEE

St.Gallen-Bodensee Tourismus hat im Jahr 2022 eine Standortbestimmung und Projektinitiative «Sporteventstrategie St.Gallen-Bodensee» angestossen. Das Projekt wurde vom Kanton St.Gallen, der Stadt St.Gallen und der Olma Messen St.Gallen AG gemeinsam unterstützt und in Auftrag gegeben. Es hat zum Ziel, die Positionierung des Sportevent-Standortes St.Gallen-Bodensee auf der Schweizer Landkarte substantiell zu stärken und Beiträge zur regionalen Wertschöpfung zu leisten.

Im Dezember 2023 konnte eine Anschubfinanzierung bis 2025 durch den Tourismusfonds des Kantons St.Gallen gesichert werden. Das Vorhaben ist auf Langfristigkeit ausgerichtet und will eine zweijährige Aufbauphase für systematische Bidding-Prozesse 2024/2025 ermöglichen. Anhand konkreter Angebote sollen die Systemrelevanz getestet und Erfahrungen bezüglich der Bidding-Prozesse gesammelt werden.

Im Vordergrund stehen drei Ziele:

1. Zusätzliche Top-Sportevents durch professionelle Bidding-Prozesse und Akquisitionen über ein starkes Netzwerk gewinnen.
2. Das bestehende Sportevent-Portfolio qualitativ und quantitativ weiterentwickeln und stärken.
3. Bestehende Leuchtturm-Sportevents in ihrer Botschafter- und Flagship-Funktion stärken sowie gemeinsame Synergien und Potenziale erschliessen.

Um diese Ziele zu erreichen, müssen Grundlagen erarbeitet werden. Die Arbeitsschritte werden in einem Projektteam besprochen und festgelegt. Dieses setzt sich zusammen aus:

Bildungsdepartement des Kantons St.Gallen, Amt für Sport, Patrik Baumer  
Stadt St.Gallen, Dienststelle Sport, Alexander Linder  
Olma Messen St.Gallen AG, Ralph Engel  
St.Gallen-Bodensee Tourismus, Thomas Kirchhofer

Die Umsetzung obliegt St.Gallen-Bodensee Tourismus und wird durch einen Fachbeirat kontrolliert. Die formelle Genehmigung durch Stadt und Kanton und damit der Start der Umsetzung erfolgt im März 2024.

«Mit der Eröffnung der St.Galler Kantonalbank Halle ergeben sich neue Chancen zur Positionierung von St.Gallen-Bodensee als national führende Region im Bereich Sportevents.»

## KEY PARTNERSCHAFTEN UND MITGLIEDER

Die Zahl der sogenannten Key Partnerschaften bei St.Gallen-Bodensee Tourismus beläuft sich derzeit auf neun Partner, deren Kooperationen in Form von Cash- oder Barter-Leistungen erfolgen. Die Inhalte werden in einer Jahresplanung festgelegt. Die Anzahl ist nach oben begrenzt. Zwei bis maximal drei zusätzliche Partnerschaften sind denkbar. Nebst den Key Partnern leisten die Mitglieder und Gönner einen wesentlichen Beitrag zur Förderung des Tourismus in unserer Region.

## ST.GALLEN-BODENSEE TOURISMUS IN DER VERANSTALTER-ROLLE

Am Wochenende vom 17. bis zum 19. Juni 2023 war St.Gallen Gastgeber des Tour de Suisse Hub St.Gallen, sowohl für die Herren- als auch für die Damenrennen. Die Tour-Organisatoren wandten sich am 18. Januar 2023 kurzfristig an St.Gallen-Bodensee Tourismus mit der Anfrage, den Hub in der Region St.Gallen zu übernehmen, da der geplante Etappenort nicht zur Verfügung stand. Innerhalb von nur vier Monaten organisierte ein Team unter der Leitung von St.Gallen-Bodensee Tourismus mit 13 Mitgliedern und über 100 Helferinnen und Helfern erfolgreich diese Grossveranstaltung zusammen mit starken lokalen OK's in Tübach, Abtwil und Waldkirch.

Dank der grossen Unterstützung und der hervorragenden Zusammenarbeit konnten die Rennen reibungslos und ohne nennenswerte Beschwerden seitens der Bevölkerung durchgeführt werden. Die Organisation der Tour



de Suisse lobte die Durchführung der Rennen in St.Gallen ausdrücklich.

Die Werbung und Kommunikation für die Veranstaltung erfolgte effizient über verschiedene analoge und digitale Kanäle, sowie in den Medien und auf Social Media. Der öffentliche Verkehr (Verkehrsbetriebe St.Gallen, PostAuto AG, Regiobus AG) musste sich aufgrund der Umorganisation auf einen erheblichen Mehraufwand einstellen.

Trotz anfänglicher Skepsis und Herausforderungen verlief die Veranstaltung insgesamt erfolgreich und war eine effektive Werbung für den Radsport in St.Gallen und Umgebung. Die gute Zusammenarbeit und die positive Resonanz der Bevölkerung zeigen das Potenzial für zukünftige Veranstaltungen. Eine Integration in ein übergeordnetes Konzept wird angestrebt, um die Begeisterung für den Radsport weiter zu fördern. Ziel ist es auch, den Kanton als Partner für zukünftige Austragungen zu gewinnen. Die Frage der Trägerschaft und Ressourcenverteilung unter verschiedenen Stakeholdern wird ebenfalls diskutiert werden müssen, um eine nachhaltige Entwicklung des Radsports in der Region sicherzustellen.

## Radentwicklung Ostschweiz

Mit diesem Projekt möchte die gesamte Ostschweiz als neues Ziel für Rennrad- und Gravelfahrende des In- und nahen Auslands gesehen werden. Im Zentrum dieser Bestrebungen stünde die «Velostadt St.Gallen». Mit bestehenden Events wie der «Sântis Classic», dem «Bodensee Radmarathon» und neuen Eventformaten wird gezeigt, dass in der Ostschweiz mit dem Renn- und Gravelrad eine besondere Erlebnisdichte möglich ist. Das Ziel des Projekts ist es, für das Jahr 2024 Angebote um diese Events zu lancieren, sowie ein buchbares Angebot für die gesamte Radsaison von April bis Oktober zu kreieren. Für dieses

Projekt, welches vom Tourismusfonds des Kantons St.Gallen unterstützt wird, binden wir verschiedene Partner aus der Destination und den Nachbardestinationen ein.

## Herzschleife Wil

Auf der Herzroute, die von Rorschach bis Lausanne reicht, kann die Schweiz bequem mit dem E-Bike entdeckt werden. Damit keine sehenswerten Orte ausgelassen werden, wurde diese Route mit einigen Herzschleifen ergänzt. Mit dem Projekt «Herzschleife Wil», welches aus Mitteln des NRP-Fonds (neue Regionalpolitik) unterstützt wird, sollen überkantonale Kooperationen gefördert werden. Bis zur Eröffnung der Herzschleife Wil im Jahr 2025 werden Gemeinden und private Wegeigentümerinnen und Wegeigentümer mit dem Projekt vertraut gemacht. St.Gallen-Bodensee Tourismus kümmert sich um die Projektleitung. Die Herzschleife Wil soll die regionale Wertschöpfung und damit die Vernetzung der Region fördern.

## Netzwerk und Engagement

Als Destinationsmanagementorganisation haben wir Einsitz bei verschiedenen touristischen Vereinen, Verbänden und Netzwerken.

Kategorie	Mitglieder 2023	Gönner 2023
Gemeinden, Stadt und Kanton	37	-
Unterkünfte	75	3
Gastronomiebetriebe	56	1
Kulturelle Betriebe	25	-
Weitere touristische Betriebe	40	1
Detailhandel und Drittbranchen	112	-
Privatpersonen	4	4
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>9</b>





# 7 Statistiken

## ANKÜNFTE UND LOGIERNÄCHTE

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

	Reg. St.Gallen		Reg. Rheintal		Reg. Bodensee		Reg. Fürstenland		Total		Veränderung Destination
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	
1)	178 398	172 016	45 792	36 735	30 383	31 923	25 059	21 993	279 632	262 667	6.46%
2)	334 390	312 718	94 165	75 164	48 545	52 093	45 281	39 737	522 381	479 712	8.89%

1) Ankünfte 2) Logiernächte

## HÄUFIGSTE HERKUNFTSLÄNDER DER GÄSTE

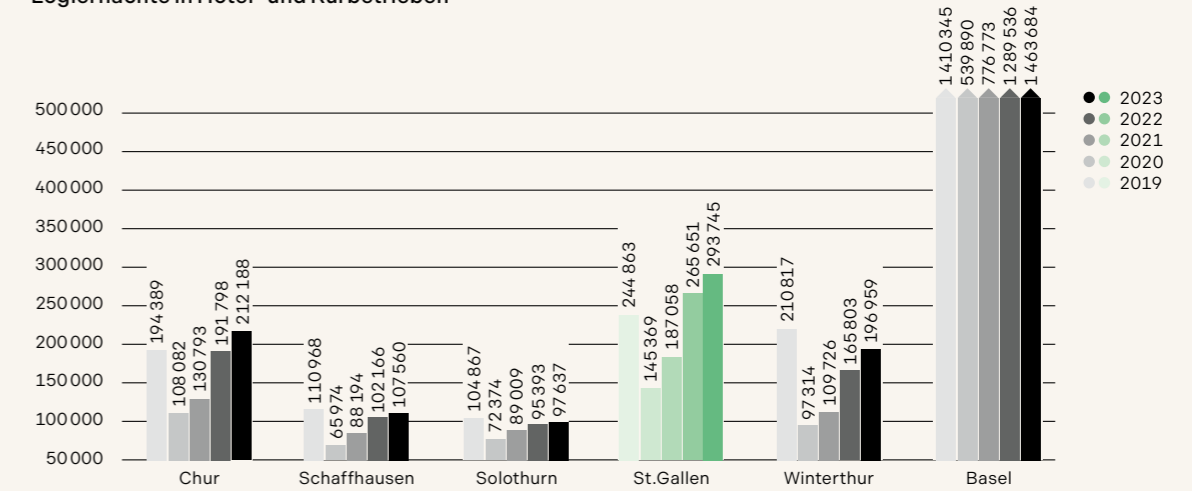
der Destination St.Gallen-Bodensee - Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben

Herkunftsland	LN IN HOTEL- /KURBETRIEBEN				VERÄNDERUNG LN 2023/2022 IN %
	2023	2022	2021	2020	
Schweiz	333 483	309 260	262 616	204 759	7.83%
Deutschland	79 948	78 491	59 402	47 073	1.86%
Österreich	11 437	12 909	10 214	9 020	-11.40%
Italien	9 213	9 409	9 525	4 377	-2.08%
Benelux	7 607	7 451	4 523	2 989	2.09%
Vereinigtes Königreich	6 432	5 736	1 707	1 575	12.13%
Skandinavien	4 657	3 820	2 482	1 311	21.91%
Frankreich	8 091	7 385	4 323	3 511	9.56%
Spanien und Portugal	4 970	3 296	1 707	1 262	50.79%
Übriges Europa	20 949	18 603	10 597	6 859	12.61%
<b>Europa Total</b>	<b>486 787</b>	<b>456 360</b>	<b>367 096</b>	<b>282 736</b>	<b>6.67%</b>
Vereinigte Staaten / USA	10 611	7 947	2 272	1 413	33.52%
China (mit HKG)	3 940	759	190	498	419.10%
SEA*	3 937	2 329	467	488	69.04%
Korea	1 105	299	212	71	269.57%
Japan	1 388	705	207	186	96.88%
<b>Ausland total</b>	<b>188 898</b>	<b>170 452</b>	<b>111 928</b>	<b>82 789</b>	<b>10.82%</b>
<b>Gesamttotal</b>	<b>522 381</b>	<b>479 712</b>	<b>374 544</b>	<b>287 548</b>	<b>8.89%</b>

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

## 5-JAHRES-VERGLEICH SCHWEIZER STÄDTE

Logiernächte in Hotel- und Kurbetrieben



## FREQUENZZAHLEN TAGESTOURISMUS

	2023	2022
Museen	174 596	140 755
Stiftsbezirk Stiftsbibliothek, Ausstellungssaal und Gewölbekeller	158 533	129 682
OpenAir St.Gallen	115 000	115 000
Olma Messen St.Gallen	590 690	519 340
Swiss Casino St.Gallen	143 912	146 592
Walter Zoo	286 728	291 511
Bodensee Schifffahrtbetriebe (Anzahl Ausstiege in Rorschach)	25 444*	21 621*
Forum Würth Rorschach	61 658	44 204
Maestranis Chocolarium	200 000**	120 000**
Konzert und Theater St.Gallen	22/23	21/22
Konzert	15 356	18 066
Theater	64 324	69 460
St.Galler Festspiele	7 629	7 319

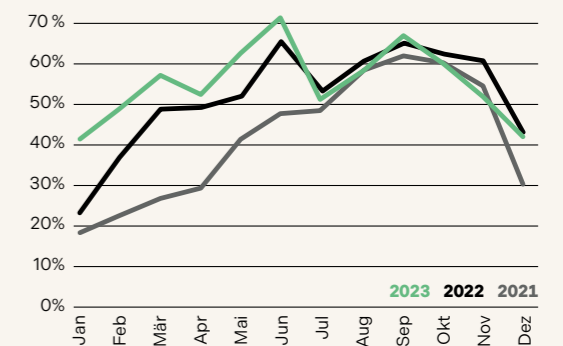
\* wie in den Vorjahren Ausstiege der Kursfahrten Rorschach-Meersburg-Rorschach, Rorschach-Altenrhein-Rorschach+Sonder-/Charterfahrten. Ohne Rorschach-Lindau.

\*\* bis 2022 Anzahl Einzeleintritte, ab 2023 Anzahl Besucher

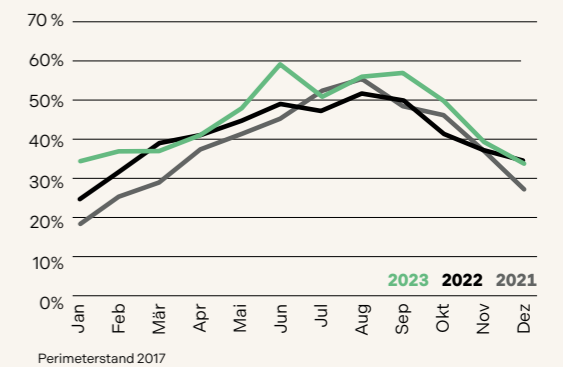
## ANKÜNFTE UND LOGIERNÄCHTE CAMPINGPLÄTZE in der Destination St.Gallen-Bodensee (ohne Dauermietplätze)

	2023	2022
Anzahl der Betriebe	11	11
Ankünfte	7 716	6 389
Logiernächte	18 482	16 191

## NETTOZIMMERAUSLASTUNG in der Hotellerie der Stadt St.Gallen



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



Perimeterstand 2017

# 8 Jahresabschluss

## BILANZ

	31.12.2023 [CHF]	31.12.2022 [CHF]
<b>Aktiven</b>		
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>		
Flüssige Mittel	841 618.56	846 330.98
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	204 085.31	265 342.68
Andere kurzfristige Forderungen	22 037.22	649.47
Vorräte	41 548.00	43 515.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen	149 989.65	171 880.00
	<b>1 259 278.74</b>	<b>1 327 718.13</b>
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>		
Finanzanlagen	165 003.00	165 003.00
	<b>165 003.00</b>	<b>165 003.00</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>1 424 281.74</b>	<b>1 492 721.13</b>
<b>Passiven</b>		
<b>KURZFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	245 314.57	252 815.83
Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	118 441.27	105 141.70
Passive Rechnungsabgrenzungen	66 550.00	130 000.00
kurzfristige Rückstellungen	25 000.00	25 000.00
	<b>455 305.84</b>	<b>512 957.53</b>
<b>LANGFRISTIGES FREMDKAPITAL</b>		
Rückstellungen	449 000.00	449 000.00
	<b>449 000.00</b>	<b>449 000.00</b>
<b>EIGENKAPITAL</b>		
Fonds für Projekte und Anschubfinanzierungen	380 000.00	380 000.00
Vereinskapital	150 763.60	158 824.37
Jahresgewinn / -verlust	-10 787.70	-8 060.77
	<b>519 975.90</b>	<b>530 763.60</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>1 424 281.74</b>	<b>1 492 721.13</b>



## BETRIEBSRECHNUNG

	31.12.2023 [CHF]	31.12.2022 [CHF]
<b>ERTRAG AUS BEITRÄGEN</b>		
Kant. Tourismusfonds	610 000.00	726 430.00
Projektbeiträge NRP	85 140.00	232 589.00
Städte St. Gallen & Rorschach	860 000.00	960 000.00
Politische Gemeinden (ab 2018 inkl. Verein SG Rheintal)	114 877.00	114 877.00
Mitgliederbeiträge	125 022.02	126 294.63
	<b>1 795 039.02</b>	<b>2 160 190.63</b>
<b>ERTRAG AUS ERBRACHTEN LEISTUNGEN</b>		
Gasttaxen	1 190 070.49	1 139 885.01
Sponsorenbeiträge	578 209.98	500 000.00
Ertrag aus Dienstleistungen	700 503.93	623 048.69
Andere betriebliche Erträge	355 052.11	75 732.90
Ertragsminderungen / Veränderung Delkredere	-8 000.00	0.00
	<b>2 815 836.51</b>	<b>2 338 666.60</b>
<b>Total Erträge</b>	<b>4 610 875.53</b>	<b>4 498 857.23</b>
<b>Aufwand für Waren und Dritteleistungen</b>		
Wareneinkauf und Dritteleistungen (Dienstleistungen)	-465 510.97	-447 307.24
Stadtführungen / Stadtrundgänge	-21 106.58	-20 720.43
	<b>-486 617.55</b>	<b>-468 027.67</b>
<b>Bruttoergebnis</b>	<b>4 124 257.98</b>	<b>4 030 829.56</b>
<b>Betriebsaufwand</b>		
<b>PERSONALAUFWAND</b>		
Lohnaufwand	-1 811 398.60	-1 705 351.30
Sozialversicherungsaufwand	-314 552.75	-288 965.70
Übriger Personalaufwand	-85 276.92	-73 381.49
	<b>-2 211 228.27</b>	<b>-2 067 698.49</b>
<b>SONSTIGER BETRIEBSAUFWAND</b>		
Raumaufwand	-190 640.56	-191 076.99
Unterhalt / Reparaturen / Ersatz	-9 114.90	-2 764.72
Sachversicherungen / Abgaben / Gebühren / Bewilligungen	-4 828.91	-4 785.36
Energie- und Entsorgungsaufwand	-6 484.47	-3 912.91
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-466 121.89	-675 984.65
Werbeaufwand	-1 196 770.56	-981 443.02
Übriger Betriebsaufwand	-94 289.95	-99 943.14
	<b>-1 968 251.24</b>	<b>-1 959 910.79</b>
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>-4 179 479.51</b>	<b>-4 027 609.28</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>-55 221.53</b>	<b>3 220.28</b>

## Finanzerfolg

	31.12.2023 [CHF]	31.12.2022 [CHF]
Finanzertrag	60 140.83	977.73
Finanzaufwand	-15 707.00	-12 258.78
	<b>44 433.83</b>	<b>-11 281.05</b>
<b>Jahresgewinn / -verlust</b>	<b>-10 787.70</b>	<b>-8 060.77</b>

## ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

### 1. Allgemeine Angaben

**Name:** Verein St. Gallen Bodensee Tourismus  
**Rechtsform:** Verein  
**Sitz:** St. Gallen, Bankgasse 9

### 2. Bewertungsgrundsätze

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

#### Flüssige Mittel

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

#### Forderungen

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

#### Vorräte

Die Vorräte umfassen Reise-, Geschenk- und Einkaufsgutscheine sowie Parkkarten. Sie sind zu aktuellen Einkaufspreisen bewertet. Souvenirs sind mit einem Pro-Memoria-Franken bewertet.

#### Aktive und Passive Rechnungsabgrenzungen

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

### Finanzanlagen

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

### Verbindlichkeiten

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

### Rückstellungen

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

### Zweckgebundenes Fondskapital

Dieser Fonds dient zur Finanzierung von Projekten mit touristischer Relevanz.

### Eigenkapital

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

### 3. Erläuterung zur Jahresrechnung

	31.12.2023 [CHF]	31.12.2022 [CHF]
<b>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>		
Offene Debitorenrechnungen	218 297.55	269 907.00
Kreditkartenguthaben, übrige Guthaben	7 787.76	9 435.68
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (brutto)	226 085.31	279 342.68
./. Pauschale Wertberichtigung	-22 000.00	-14 000.00
<b>Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (netto)</b>	<b>204 085.31</b>	<b>265 342.68</b>
<b>Andere kurzfristige Forderungen</b>		
Verrechnungssteuer	21 000.00	0.00
Frankiermaschine	1 037.22	649.47
Ausgleichskasse / Sozialversicherungen	0.00	0.00
übrige kurzfristige Guthaben	0.00	0.00
<b>Total andere kurzfristige Forderungen</b>	<b>22 037.22</b>	<b>649.47</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Aktien	181 200.00	181 200.00
./. Wertberichtigung	-31 198.00	-31 198.00
	<b>150 002.00</b>	<b>150 002.00</b>
Stammanteile	10 000.00	10 000.00
./. Wertberichtigung	-9 999.00	-9 999.00
	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>
Anteilscheine	25 000.00	25 000.00
./. Wertberichtigung	-10 000.00	-10 000.00
	<b>15 000.00</b>	<b>15 000.00</b>
<b>Total Anlagevermögen (Finanzanlagen)</b>	<b>165 003.00</b>	<b>165 003.00</b>
<b>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>		
Offene Kreditorenrechnungen	243 635.22	251 538.43
Anzahlungen / Doppelzahlungen von Kunden	1 679.35	1 277.40
<b>Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>245 314.57</b>	<b>252 815.83</b>
<b>Andere kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		
Mehrwertsteuer	18 522.68	20 972.95
Ausgleichskasse/Sozialversicherungen	14 438.70	18 924.65
Verbindlichkeiten ggü. der Pensionskasse Stadt St. Gallen	20 717.80	19 580.75
Verbindlichkeiten aus Vorverkäufen / übrige Verbindlichkeiten	64 762.09	45 663.35
<b>Total andere kurzfristige Verbindlichkeiten</b>	<b>118 441.27</b>	<b>105 141.70</b>

### Bestand / Veränderung der Rückstellungen

	Bestand	Zuweisung	Verwendung	Bestand
	1.1			31.12.
<b>kurzfristige Rückstellung</b>				
- für Ferien und Überzeit	25 000.00	0.00	0.00	25 000.00
<b>langfristige Rückstellung</b>				
- für Informatikprojekte	49 000.00	0.00	0.00	49 000.00
- für Umbau Büro	100 000.00	0.00	0.00	100 000.00
- für Kongressmanagement	220 000.00	0.00	0.00	220 000.00
- für Informationsprojekte Print/Digital	80 000.00	0.00	0.00	80 000.00
	<b>449 000.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>449 000.00</b>
<b>Fonds</b>				
- für Projekte und Anschubfinanzierung	380 000.00	0.00	0.00	380 000.00

	31.12.2023	31.12.2022
<b>Finanzaufwand</b>		
Zinsen, Spesen, Kursverlust	15 707.55	12 258.78
Wertberichtigung Finanzanlagevermögen	0.00	0.00
<b>Total Finanzaufwand</b>	<b>15 707.00</b>	<b>12 258.78</b>

#### 4. Anzahl Vollzeitstellen

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.

#### 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.

# 9 Revisionsbericht



## Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision an die Mitgliederversammlung des Vereins St.Gallen-Bodensee Tourismus, St.Gallen

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung und Anhang) des Vereins St.Gallen-Bodensee Tourismus für das am 31. Dezember 2023 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 Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht.

Finanzkontrolle der Stadt St. Gallen  
St. Gallen, 26. Februar 2024

  
M. Müntener  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor

  
H. Bürgler  
Revisionsexperte



# 10 Organisation

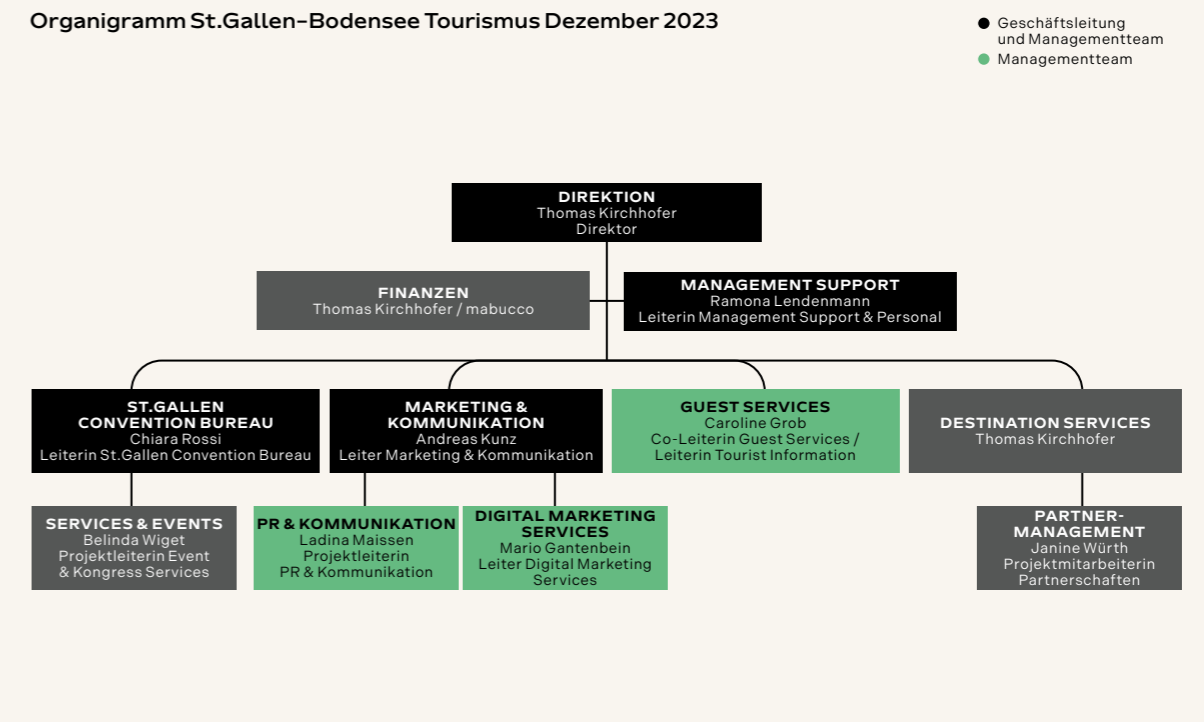
## VOM FOKUS AUF TOURISMUS ZUM BLICK AUF LEBENSGRUNDLAGEN

Angesichts der sich verändernden Rahmenbedingungen im Tourismus ist es für St.Gallen-Bodensee Tourismus von zentraler Bedeutung sich intensiv mit grundlegenden Fragen wie «Warum» und «Für wen» auseinanderzusetzen. Auch in unserer Destination bietet eine umfassende Betrachtung der Lebensgrundlagen anstelle einer rein sektoralen Perspektive wertvolle Erkenntnisse. Im Zentrum dieses Ansatzes steht eine nachhaltige Ausrichtung, die wirtschaftliche, soziale und ökologische Dimensionen berücksichtigt und auf den Bedürfnissen lokaler Interessengruppen basiert. Diese Verschiebung erweitert den strategischen Horizont und bildet die Grundlage für unse-

re neue Strategie und die massgeschneiderten Rollen unserer Organisation.

Die Tourismusumgebung wird zunehmend unsicherer, komplexer und instabiler und erfordert proaktive Massnahmen seitens St.Gallen-Bodensee Tourismus. Es gilt, die Komfortzone des Status quo zu verlassen und die Entwicklung mit Mut, Konsequenz und Innovation anzugehen. Glücklicherweise ist die Organisation dank der neuen Strategie auf diese Aufgabe vorbereitet und gut gerüstet. Dies mit klaren Rollen, einer schlanken Struktur und einem Managementansatz, der auf flachen Hierarchien, kurzen Entscheidungswegen und starker Teamzusammenarbeit basiert.

Organigramm St.Gallen-Bodensee Tourismus Dezember 2023



# 11 Organe

## VORSTAND



**Rafael Enzler, Präsident (ab November)**  
Gründer, Partner und Geschäftsführer bei gutundgut gmbh  
• Stiftungsratspräsident Schweizer Museumspass  
• Verwaltungsratspräsident Gloria Coworking AG



**Andreas Deuber, Präsident (bis 3. April)**  
Leiter Internationalisierung und Hochschulkooperationen, Tourismusdozent und Leiter CAS Strategy with Impact an der Fachhochschule Graubünden  
Seit 2018 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
• Mitglied des Joint Management Committee mit der Shanghai University of Engineering Science  
• Mitglied des St.Galler Tourismusrates  
• Mitglied des Aufsichtsrates der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH  
• VR-Mitglied der Grand Casino St.Gallen AG



**Maria Pappa, Vizepräsidentin**  
Stadtpräsidentin St.Gallen  
Seit 2021 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
• Kantonsrätin  
• Präsidentin Einbürgerungsräte St.Gallen und St.Gallen-Tablat  
• Stiftungsrätin Stiftung Lokremise



**Bruno Hensler, Verwaltungsdirektor Universität St.Gallen**  
Seit 2018 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
• Mitglied Universitätsleitung inkl. Gesamtbetriebsverantwortung Campus HSG & Weiterbildungszentrum Holzweid (WBZ), St.Gallen



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



**Robert Raths, Stadtpräsident Rorschach**  
Seit 2020 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
• Kantonsrat  
• Verwaltungsratsmitglied Schweizerische Bodensee-Schiffahrt AG, Romanshorn



**Christine Bolt, Direktorin Olma Messen St.Gallen**  
Seit 2020 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
• VR-Mitglied Theater St.Gallen  
• Mitglied Standortbeirat OST



**Walter Tobler, Geschäftsführer diverser Restaurantbetriebe**  
Seit 2016 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
• Verwaltungsratspräsident huus-braui ag  
• Präsident Gastro St.Gallen



**Urs Haeusler, Leiter «Beteiligungen, Ökosysteme und Innovation» Die Mobiliar**  
Seit 2023 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
• Präsident des Stiftungsrates Startfeld, St.Gallen  
• Mitgründer, Vorstandsmitglied Swiss Startup Association, Zürich  
• Inhaber Haeusler Management & Ventures, St.Gallen



**Michael Vogt, General Manager Einstein St.Gallen**  
Seit 2018 im Vorstand von St.Gallen-Bodensee Tourismus  
• Präsident Hotels St.Gallen-Bodensee  
• Vorstand Hotellerie Ostschweiz

### Revisionsstelle

• Finanzkontrolle der Stadt St.Gallen

# 12 Team

## Touristische Führung der Destination



Thomas Kirchhofer\*  
Direktor (100%)



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



Joelle Weyermann  
Leiterin Finanzen & Personal (100%, ab November 60%)



Alisa Haag  
Leiterin Partnermanagement (100%)  
bis 31. Januar



Janine Würth  
Projektmitarbeiterin Partnerschaften (100%)  
ab 1. Oktober



Caroline Grob  
Co-Leiterin Guest Services / Leiterin Tourist Information St.Gallen (80%, ab Februar 90%)



Lara Schäffeler  
Stadtführungen & Gästeberatung (100%)  
bis 28. Februar



Anja Geiger  
Projektleiterin Stadtführungen (100%) ab 1. April



Cornelia Mitdank  
Gästeberatung (100%) April bis Oktober



Jacqueline Abegg  
Gästeberatung (60%)

## Guest Services



Britta Müller  
Leiterin Guest Services (100%)  
bis 31. Januar



Gaby Heeb  
Co-Leiterin Guest Services (60%, ab April 80%) bis 26. Mai



Daniela Fries  
Gästeberatung (50%)



Karin Etterlin  
Gästeberatung (60%)



Sabina Braun  
Gästeberatung (60%)



Michelle Huser  
Gästeberatung (60%) ab 17. Juli



Christoph Huser  
Gästeberatung (50%) April bis Oktober



Reinhard Künzler  
Gästeberatung (50%) April bis Oktober



Nina Masopust  
Gästeberatung (40%) April bis Oktober



Saskia Schilter  
Projektleiterin Digital Marketing Services (100%)  
bis 31. Januar



Melanie Bischof  
Projektleiterin Digital Marketing Services (100%)  
ab 17. April



Luisa Gomringer  
Verantwortliche PR & Contentmanagement (100%)  
bis 31. Januar



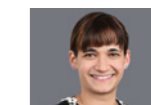
Ladina Maissen  
Projektleiterin PR & Kommunikation (100%) ab 1. März



Nicole Berger  
Projektleiterin Print & Online (60%)



Linda Geier  
Back Office & Vertrieb (100%)



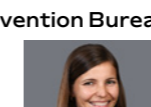
Christine  
Gründer Marketing & Kommunikation (40%)

## TI Rorschach

## Marketing & Kommunikation



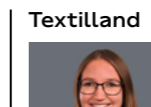
Chiara Rossi\*  
Leiterin St.Gallen Convention Bureau (100%)



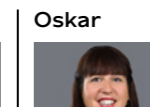
Belinda Wiget  
Projektleiterin Event & Kongress Services (80%)



Olga Baumgartner  
Projektleiterin Event & Kongress Services (80%)



Jeanne Müller  
Marketing & Kommunikation / (80%)

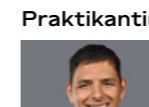


Martina Zuberbühler  
Geschäftsstellenleiterin (60%, ab Mai 40%)

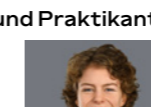
## St.Gallen Convention Bureau

## Textiland

## Oskar



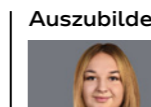
Elias Zoller  
Praktikant (100%)  
bis 30. Juni



Patricia Krüsi  
Praktikantin (80%, ab Juli 100%)



Andrin Schneiter  
Praktikant (100%)  
ab Juli



Sofija Kalabic  
Lernende (100%)

## Praktikantin und Praktikanten

## Auszubildende

\* Mitglied der Geschäftsleitung

Anzahl Vollzeitstellen per 31.12.2022:  
22.4 (1 Praktikantin, 1 Praktikant und 1 Lernende)

Anzahl Vollzeitstellen per 31.12.2023:  
21.5 (1 Praktikantin, 1 Praktikant und 1 Lernende)

# 13 Guides



Hinten (von links): Susan Widrig, Claudia Schneider, Helen Rutz, Gabriela Cori, Daniela Walker, Rolf Wirth, Karin Bredull, Katrin Paganini, Yukari Keller, Klaus Stahlberger, Antoinette Corciulo, Jennifer Deuel, Ursula Dommann, Jürg Weibel und Faustino Malaguti

Vorne (von links): Verena Plassard, Enza Barra, Monika Raschle, Erika Akermann, Nathalie Hefti und Claudia Macht

Es fehlen: Ulrike Brülisauer, Cristina Duttweiler, Haigui Liu Resenterra und Christa Nüesch