

5. Geschäftsbericht 2014

UNESCO Destination Schweiz



Zeitraum: 1. Januar 2014 bis 31. Dezember 2014

Deutsche Version

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	4
2	Organisation und Auftrag	5
2.1	Struktur	5
2.1.1	Mitglieder 2014	6
2.1.2	MV-Beschlüsse.....	6
2.1.3	Vorstand	7
2.1.4	Geschäftsstelle, Personelles	7
2.1.5	Marketingpartner.....	7
3	Aktuelles	8
3.1	NRP-Projekt «Premium Produkt – Einzigartige Schweiz erleben»	8
3.2	Die Rolle(n) der UDS	8
3.3	Neuer Auftritt / Bezeichnung.....	9
3.4	Neue Basisbroschüre	10
3.5	Schweiz Tourismus – Sommerthema 2015 «Touring»	10
3.6	Buch Welterbeführer.....	10
3.7	Social Media / Newsletter	10
4	Angebotsentwicklung	11
4.1	SBB RailAway.....	11
4.2	SwissTrails.....	11
4.3	Switzerland Travel Center (STC).....	11
4.4	Globus Cosmos	11
4.5	Arbeitsgruppe Angebotsentwicklung	11
4.6	Neue Tour Operators.....	12
5	Kommunikation / Marketing	13
5.1	Schweiz Tourismus (ST)	13
5.1.1	UDS Broschüre	13
5.1.2	iPad / eBroschüre Sommerkampagne.....	13

5.1.3	eNewsletter	13
5.1.4	Swiss Outdoor Summit	13
5.1.5	Kommunikative Massnahmen	13
5.2	Fensterplatz	14
5.3	Regionalpass Berner Oberland	14
5.4	Online-Aktivitäten.....	14
5.4.1	MySwitzerland.com/unesco	14
5.4.2	MySwitzerland.com/schweizpur	15
5.4.3	Social Media	15
5.5	Newsletter	15
5.6	MyDrive.....	15
5.7	Argus-Medienbeobachtung	16
5.8	Medienmitteilungen	16
5.8.1	UNESCO Destination Switzerland mit neuem Online-Auftritt.....	16
5.8.2	Von UNESCO Destination Switzerland zu World Heritage Experience Switzerland	16
5.9	Medienpublikationen.....	16
5.9.1	Hotelrevue (htr).....	16
5.9.2	Neue Zürcher Zeitung (NZZ)	16
5.9.3	Hotelier	16
5.10	Medienreisen	17
5.11	Gemeinsame Tagung mit der Schweizerischen UNESCO-Kommission	17
6	Build Relationship	18
6.1	Schweizerische UNESCO-Kommission	18
6.2	Schweiz Tourismus.....	18
6.3	Hochschulen	18
6.4	Welterbetag 2016	19
7	Finanzen	20
7.1	Erfolgsrechnung.....	20
7.2	Bilanz	22
7.3	Bericht Finanzen.....	23
7.4	Bericht der Revisionsstelle	24

1 Vorwort

Liebe Mitglieder

Liebe Leserinnen und Leser

Die UDS hat einen nächsten Entwicklungsschritt eingeleitet: Gemäss dem Motto „reculer pour mieux sauter“ haben sich Vorstand und Geschäftsleitung fünf Jahre nach der Gründung des Vereins mit der Frage befasst, ob der eingeschlagene Weg der richtige ist. Wir sind zum Schluss gekommen, dass wir auf dem richtigen Weg, die Rolle(n) der UDS jedoch zu überarbeiten und zu präzisieren sind. Darauf basierend ist eine Strategie auszuarbeiten, um in den Jahren 2016-19 den entscheidenden Schritt in eine tragfähige, auf den nachhaltigen Welterbetourismus ausgerichtete Zukunft, zu tun.

Um noch mehr zum Ausdruck zu bringen, dass die UDS im Interesse der Welterbestätten in der Schweiz handelt, hat sie sich einen neuen Namen gegeben. Der Verein tritt künftig unter der Bezeichnung „World Heritage Experience Switzerland“ auf, wobei Experience für Wissen, Angebote, Netzwerk mit dem Ziel eines qualitätsbezogenen Welterbetourismus steht.

Die Neupositionierung der UDS beziehungsweise von WHES wird 2015 eine Fortsetzung mit angepassten Vereinsstatuten, einem neuen Basisprospekt und einer Fokussierung in der Angebotsentwicklung finden.

Dieser Entwicklungsschritt bildet zudem die Grundlage für die Beantragung eines Nachfolgeprojekts der NRP. Das Ende 2015 zum Abschluss kommende Projekt hat gezeigt, dass die komplexen Zusammenhänge zwischen schützen, erhalten, sicht- und erlebbar machen in allen Belangen mehr Zeit benötigen als ursprünglich vorgesehen: in der Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses, der Marktakzeptanz und der Generierung von zusätzlichen finanziellen Mitteln. Wir sind zuversichtlich, dass die involvierten Kantone und der Bund unter Berücksichtigung dieses Umstandes sich für ein Folgeprojekt offen zeigen.

Wir danken allen Vorstandsmitgliedern, den Mitarbeiterinnen, den Mitgliedern und allen anderen mit einbezogenen Stellen für die grosse und umsichtige Arbeit.



Beat Ruppen
Präsident



Hans-Peter Ernst
Geschäftsleiter

2 Organisation und Auftrag

Der Verein baut Kompetenzen für einen nachhaltigen Tourismus mit den UNESCO - Welterbestätten in der Schweiz auf und fördert deren Bekanntheit. Er bezweckt insbesondere

die Entwicklung und den Betrieb eines interaktiven Netzwerks aus Welterbe und Tourismus in der Schweiz und im Ausland unter Einbezug der Schweizerischen UNESCO Kommission.

die Sammlung und Aufbereitung von Wissen zu den UNESCO-Welterbestätten mit dem Ziel eines nachhaltigen Welterbetourismus.

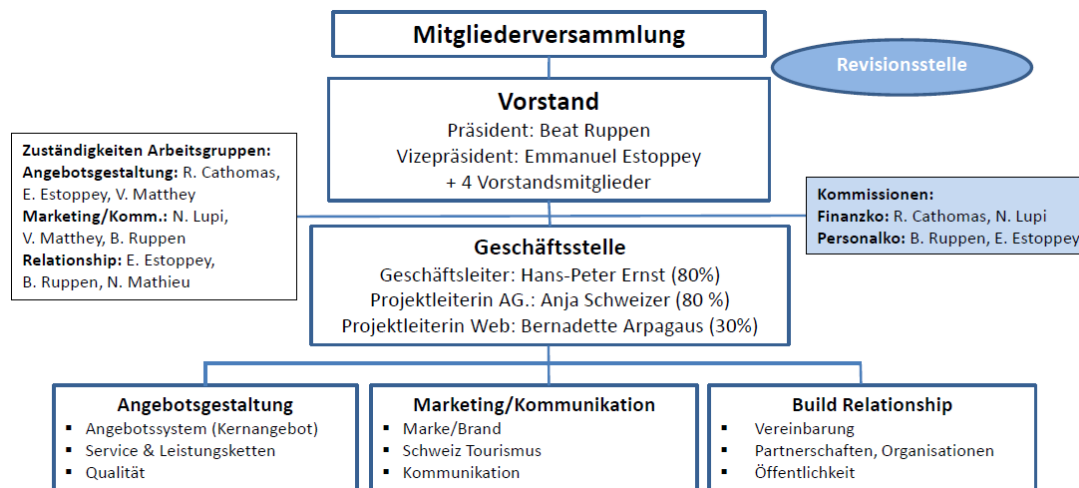
die Entwicklung von Methodenkompetenz für die Gestaltung von qualitativ hochstehenden, zielgruppenspezifischen, touristischen Welterbe – Angeboten.

die Entwicklung eines Qualitätssystems zur Beurteilung der Angebote im Welterbetourismus.

das Marketing von spezifischen und vernetzten Angeboten zum Kennenlernen der Einzigartigkeit, Authentizität und Integrität der UNESCO-Welterbestätten der Schweiz.

2.1 Struktur

Organisationsstruktur UDS:



2.1.1 Mitglieder 2014

Organisation	Vertreten durch
UNESCO-Welterbe Altstadt von Bern	Bern Tourismus
UNESCO-Welterbe Benediktinerinnen-Kloster St. Johann in Müstair	Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG Stiftung pro Kloster St. Johann Müstair
UNESCO-Welterbe Drei Burgen von Bellinzona	Bellinzona Turismo
UNESCO-Welterbe La Chaux-de-Fonds / Le Locle, Stadtlandschaft Uhrenindustrie	Tourisme neuchâtelois
UNESCO-Welterbe Lavaux, Weinberg-Terrassen	Lavaux Patrimoine mondial
UNESCO-Welterbe Monte San Giorgio	Ente Turistico del Mendrisiotto e Basso Ceresio
UNESCO-Welterbe Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen	Swiss Coordination Group UNESCO Palafittes
UNESCO-Welterbe Rhätische Bahn in der Landschaft Albula / Bernina	Rhätische Bahn
UNESCO-Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch	Managementzentrum UNESCO Welterbe Jungfrau-Aletsch
UNESCO-Welterbe Schweizer Tektonikarena Sardona	IG Tektonikarena Sardona
UNESCO-Welterbe Stiftsbezirk St.Gallen	St.Gallen-Bodensee Tourismus
UNESCO Biosphäre Entlebuch	UNESCO Biosphäre Entlebuch
UNESCO Biosfera Val Müstair Parc Naziunal	
Schweizerische UNESCO-Kommission	
Ticino Turismo	
Schweiz Tourismus	

2.1.2 MV-Beschlüsse

Die Mitgliederversammlung vom 25.3.2014 in Müstair fasste folgende Beschlüsse:

- Genehmigung des Geschäftsberichtes und der Jahresrechnung 2013
- Die Decharge zur Entlastung der Vereinsorgane wird einstimmig erteilt

Die a.o. Mitgliederversammlung vom 29.08.2014 in Bern fasste folgende Beschlüsse:

- Genehmigung der neue(n) Rolle(n) der UDS
- Der neue Name „World Heritage Switzerland“ wird gutgeheissen

Die a.o. Mitgliederversammlung vom 21.10.2014 in Elm fasste folgende Beschlüsse:

- Genehmigung des Massnahmeplans 2015
- Genehmigung des Budgets 2015
- Genehmigung des neuen Logos „World Heritage Experience Switzerland“

- Genehmigung des neuen Logos „World Heritage Experience Switzerland“. Die Integration des Welterbe-Emblems erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt (angebots- und projektspezifisch).

2.1.3 Vorstand

Der Vorstand setzt sich aus Vertreter/-innen der Welterbestätten und der Schweizerischen UNESCO-Kommission zusammen:

*Beat Ruppen, Geschäftsleiter des UNESCO Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch (Präsident)

*Emmanuel Estoppey, Site Manager Lavaux Patrimoine mondial (Vizepräsident)

*Roman Cathomas, Projektleiter UNESCO-Welterbe RhB (Beisitzer)

*Nadia Lupi, Direktorin Ente Turistico del Mendrisiotto e Basso Ceresio (Beisitzerin)

Nicolas Mathieu, Generalsekretär Schweizerische UNESCO-Kommission (Beisitzer)

*Vincent Matthey, Koordinator Berggebiet, Tourisme neuchâtelois (Beisitzer)

**Gründungsmitglieder*

2.1.4 Geschäftsstelle, Personelles

Die Geschäftsstelle setzt sich per 31.12.2014 aus dem Geschäftsleiter, Hans-Peter Ernst, der Projektleiterin Angebotsgestaltung, Anja Schweizer und der Projektleiterin Web und Spezialprojekte, Bernadette Arpagaus zusammen.

Am 01.04.2014 trat Bernadette Arpagaus die Nachfolge von Fabienne Mast als Projektleiterin Web und Spezialprojekte an.

Anita Roffler hatte am 03.07.2014 ihren letzten Arbeitstag und verliess das Unternehmen nach dem Mutterschaftsurlaub am 11.10.2014. Anja Schweizer trat am 01.08.2014 ihre Nachfolge als Projektleiterin Angebotsgestaltung an.

2.1.5 Marketingpartner

Marketingpartner sind:

- UNESCO-Welterbe Altstadt von Bern
- UNESCO-Welterbe Benediktinerinnen-Kloster St. Johann in Müstair
- UNESCO-Welterbe Drei Burgen von Bellinzona
- UNESCO-Welterbe La Chaux-de-Fonds / Le Locle, Stadtlandschaft Uhrenindustrie
- UNESCO-Welterbe Lavaux, Weinberg-Terrassen
- UNESCO-Welterbe Monte San Giorgio
- UNESCO-Welterbe Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen
- UNESCO-Welterbe Rätische Bahn in der Landschaft Albula / Bernina
- UNESCO-Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch
- UNESCO-Welterbe Schweizer Tektonikarena Sardona
- UNESCO-Welterbe Stiftsbezirk St.Gallen
- UNESCO Biosphäre Entlebuch

3 Aktuelles

3.1 NRP-Projekt «Premium Produkt – Einzigartige Schweiz erleben»

2014 ist das vierjährige NRP-Projekt «Premium Produkt – Einzigartige Schweiz erleben» ins dritte Jahr gestartet. Die geplanten Massnahmen wurden grösstenteils durchgeführt, wobei einzelne erst 2015 abgeschlossen werden können, da sie mehr Zeit in Anspruch nehmen als vorgesehen. Verschiedene geplante Massnahmen wurden nicht weiterverfolgt, da sie im Zuge der rollenden Projektplanung nicht mehr als zielführend erachtet wurden.

Der Aufbauprozess der UDS in einem komplexen institutionellen Umfeld erfordert mehr Zeit und Ressourcen als im laufenden NRP-Projekt eingeräumt wurde. Das Spannungsfeld zwischen Schützen und Nutzen sowie zugänglich und erlebbar machen ist eine Herausforderung, die Zeit, Engagement, Sensibilität und Kompetenz erfordert. Um die mit viel Enthusiasmus und Beharrlichkeit begonnen Arbeiten zu einem soliden Fundament auszubauen ist die UDS auch in einer weiteren Projektperiode auf die Unterstützung von Bund und Kantonen angewiesen. Die diesbezüglichen Verhandlungen mit den Kantonen wurden in der zweiten Jahreshälfte 2014 eingeleitet. Ihr Entscheid betreffend weiterem Vorgehen fällt am 11. Februar 2015.

3.2 Die Rolle(n) der UDS

Der Vorstand hat während mehreren moderierten Workshops die neue(n) Rolle(n) und die künftige Strategie der UDS erarbeitet. Damit will man einerseits Effizienz und Wirksamkeit erreichen, aber auch Kompetenz und innovative Leistungen des Vereins dynamisieren. Ziel ist es, einen beispielhaften Welterbetourismus aufzubauen, der Ausstrahlung ins Ausland hat und neue Impulse setzt. Mehrwert soll für die Welterbestätten selber sowie für die Wirtschaft und Gesellschaft entstehen.

Nachfolgend die fünf erarbeiteten Rollen:

Networking

UDS entwickelt und betreibt ein interaktives Netzwerk aus Welterbe/Biosphäre und Tourismus in der Schweiz und ihren Nachbarländern. Sie vernetzt dabei die Stakeholder der einzelnen UNESCO-Welterbestätten und der entsprechenden touristischen Organisationen. Auf übergeordneter nationaler Ebene bindet die UDS die Schweizerische UNESCO Kommission, die Organisationen des Tourismus sowie Institutionen in deren Einflussbereich ein. Die UDS schafft mit ihrem Networking eine Austauschplattform für Wissens- und Erfahrungstransfers. Sie bietet den einzelnen Netzwerkpartnern die Möglichkeit zur Nutzung von Synergien in der Positionierung, Angebotsgestaltung und Distribution.

Wissensmanagement

UDS sammelt und konzentriert das Wissen zu den UNESCO-Welterbestätten und dem Tourismus in deren Umfeld. Sie beschafft sich das Wissen insbesondere bei der UNESCO, bei den Welterbestätten, den relevanten Tourismusorganisationen, den Universitäten und Forschungsstellen. Die UDS bereitet dieses

Wissen auf als Basis für die Förderung und Erhaltung der Werte. Dieses Wissen dient der Angebotsentwicklung und deren Veröffentlichung im Hinblick auf einen nachhaltigen Welterbetourismus.

Projektentwicklung

Networking und Wissensmanagement dienen der UDS als Grundlage zur Schaffung von Methoden für die Gestaltung von qualitativ hochstehenden, zielgruppenspezifischen Angeboten. Ein so geschaffener Innovationspool führt Welterbe und Tourismus so zusammen, dass die ausserordentlichen universellen Werte lebendig, sicht- und erlebbar werden und der Erhalt des Welterbes unterstützt wird. Die Projektentwicklung hat den Anspruch, touristische Welterbe-Angebote als Benchmark im Schweizer Tourismus-Markt und europaweit zu positionieren.

Qualitätssicherung

Die UDS entwickelt ein Qualitätssystem, welches die Beurteilung der Angebote im Welterbetourismus ermöglicht. Sie kontrolliert die über die UDS distribuierten Angebote. Für die übrigen Angebote stellt sie ein dafür geeignetes Instrumentarium zur Verfügung.

Sichtbar machen

Im Rahmen der Sichtbarmachung kommuniziert die UDS die aus den ersten vier Aktionslinien resultierenden Inhalte. Sie fördert die Bekanntheit der Welterbestätten in der Schweiz. Zudem distribuiert die UDS Angebote, welche zwei und mehr Welterbestätten vernetzen. Sie wendet dabei die dafür geeigneten, branchenüblichen Marketing- und Distributionskanäle an.

3.3 Neuer Auftritt / Bezeichnung

Im Zusammenhang mit dieser neuen Ausrichtung wurde auch auf die Bezeichnung „UNESCO Destination Schweiz“ eingegangen. Da der Begriff „UNESCO“ per se geschützt ist, hat die Geschäftsstelle gemeinsam mit dem Vorstand und der Schweizerischen UNESCO-Kommission nach einer praktikablen Lösung gesucht. Ergebnis ist der Begriff „World Heritage Experience Switzerland“ (WHES), der gezielt auf die Haupttätigkeit, den Welterbetourismus, eingeht. Der handelsrechtliche Name des Vereins steht noch aus und wird im Zuge der anstehenden Statutenänderung vorgeschlagen.

Nachfolgend die beiden neuen Logovarianten. Für die Anwendung der Variante B mit dem Welterbe-Emblem wird durch die SUK eine entsprechende Markensystematik ausgearbeitet. Der Einsatz dieser Variante kommt daher erst zu einem späteren Zeitpunkt zur Anwendung (angebots- und projektspezifisch).

Variante A

WORLD HERITAGE
EXPERIENCE  SWITZERLAND

Variante B

WORLD HERITAGE
EXPERIENCE  SWITZERLAND



Aufgrund der neuen Ausrichtung der Organisation wird die Zusammenarbeit mit der UNESCO Biosphäre Entlebuch künftig auf eine neue Basis gestellt, welche sich an einer projektorientierten Zusammenarbeit ausrichtet.

3.4 Neue Basisbroschüre

Als Folge der Neudefinition der Rolle(n), der neuen Bezeichnung und des neuen Auftrittes ist die Produktion eines neuen Basisprospekts geplant. Die Offertrunde wurde im September / Oktober 2014 durchgeführt. Der Zuschlag erfolgt anfangs 2015 an die entsprechende Agentur. Erscheinungstermin: Sommer 2015.

3.5 Schweiz Tourismus – Sommerthema 2015 «Touring»

Im Rahmen des Zweijahresprojektes der Grand Tour und Grand Train Tour von Schweiz Tourismus konnte UDS eine umfassende Kooperation aufgleisen. Die Welterbestätten werden insbesondere in der Grand Train Tour (öffentlicher Verkehr) integriert. Aber auch im Rahmen der Grand Tour (Individualverkehr) werden die Welterbestätten präsent sein.

3.6 Buch Welterbeführer

In Zusammenarbeit mit dem Alpha Media-Verlag ist die Herausgabe eines Welterbe-Reiseführers im Rahmen der Publikationen des Beobachter-Verlages in Arbeit. Erscheinungstermin: Sommer 2015.

3.7 Social Media / Newsletter

Die stillgelegten Social Media Aktivitäten der UDS werden im kommenden Jahr wieder aufgenommen und weitergeführt. Hierfür wurde ein detailliertes Social Media Konzept erarbeitet. Auch die Distribution eines regelmässigen Newsletters ist innerhalb dieser Social Media Aktivitäten vorgesehen.

4 Angebotsentwicklung

4.1 SBB RailAway

UDS hat zusammen mit SBB RailAway sieben Angebote und fünf Tipps auf den Markt gebracht. Insgesamt wurden 5'606 Pax (+6% gegenüber Vorjahr) und CHF 211'639 Umsatz (+24% gegenüber Vorjahr) generiert. Die Zahlen sind als sehr positiv zu werten, da sowohl bei den Anzahl Personen und auch beim Umsatz eine Zunahme verzeichnet werden konnte, obwohl insgesamt drei Angebote weniger auf dem Markt waren. Die Angebote hatten eine 7-monatige nationale Präsenz in Broschüren und auf einer eigenen Microsite www.sbb.ch/welterbe.

4.2 SwissTrails

Zusammen mit SwissTrails sind vier Kombiangebote entwickelt worden. Der Auftrag wurde nicht wie geplant umgesetzt. Die von UDS eingereichten Angebote wurden von SwissTrails auf eigene Initiative und ohne Rücksprache mit der Geschäftsstelle abgeändert bzw. gestrichen. Auf den vier 4 ½ Doppelseiten innerhalb der Broschüre sind insgesamt sechs Angebote abgebildet. Bisher hat die UDS keine detaillierte Buchungsstatistik zu diesen Angeboten erhalten.

4.3 Switzerland Travel Center (STC)

Zusammen mit STC wurden zwei mehrtägige Angebote für Zugreisende realisiert (Prähistorische Pfahlbauten & La Chaux-de-Fonds / Le Locle, Altstadt von Bern & Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch). Die Buchungszahlen sind ernüchternd. Eine Analyse mit den Verantwortlichen von STC, dem Switzerland Travel System (STS) und Schweiz Tourismus (ST) hat ergeben, dass sich die Nachfrage an Reisen, die sich ausschliesslich dem Welterbe widmen, bisher nur auf eine Nische bezieht. Vielmehr ist man der Meinung, dass die Welterben punktuell und als Ausflugsziel in „allgemeine“ Packages integriert werden sollten, da in diesem Zusammenhang grosses Potential vorhanden ist. Aus diesem Grund werden via STC im kommenden Geschäftsjahr keine Angebote gestreut. Es wurde jedoch vereinbart, dass die Welterben insbesondere bei Angeboten zur Grand Train Tour kommunikativ integriert werden.

4.4 Globus Cosmos

Die gesamtschweizerische UNESCO-Welterbe-Tour von 12 Tagen wurde auch im 2014 wieder durchgeführt. 2015 wird diese Tour aus dem Programm von Globus Cosmos gestrichen. Grund dafür sind die Buchungszahlen, die nicht den Erwartungen des TO's entsprechen.

4.5 Arbeitsgruppe Angebotsentwicklung

In Zusammenarbeit mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) wurde ein Werkzeugkasten zur Angebotsgestaltung erarbeitet. Dieser soll die Akteure im Welterbetourismus bei der Angebotsgestaltung unterstützen und als Leitfaden dienen. Das Instrument wurde am 21.10.2014 im Rahmen des Marketingmeetings in Elm vorgestellt. 2015 gilt als Testjahr dieses Werkzeugkastens. Ziel ist

eine elektronische Version des Tools, welche aufgrund der Rückmeldungen aus der Praxis in Angriff genommen werden wird.

4.6 Neue Tour Operators

Im Rahmen der bestehenden Zusammenarbeit mit der ZHAW wird eine Analyse von Tour Operators durchgeführt. Ziel ist es, Kooperationen im Sinne von Partnerschaften für 2016ff ins Auge fassen. Erste Gespräche mit potentiellen Partnern haben bereits stattgefunden.

5 Kommunikation / Marketing

5.1 Schweiz Tourismus (ST)

In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus wurde im Berichtsjahr primär der Markt Schweiz bearbeitet. Die Nachbarländer Deutschland, Frankreich und Italien sind im Rahmen von ST-Kampagnen mitbearbeitet worden. Eine Bearbeitung von internationalen Märkten hat nur punktuell stattgefunden.

5.1.1 UDS Broschüre

Die Verteilung der Broschüren erfolgt via Mailinghouse von ST und ist dadurch über MySwitzerland.com bestell- und online abrufbar.

5.1.2 iPad / eBroschüre Sommerkampagne

Die UNESCO-Welterbestätten und die Biosphäre Entlebuch wurden wie bereits in den Vorjahren in die Sommerkampagne von ST integriert (2014: 35'000 Downloads, 1,08 Mio. Seitenaufrufe).

5.1.3 eNewsletter

Die buchbaren UNESCO-Angebote des Switzerland Travel Centre's wurden in den eNewsletter vom September 2014 integriert und erreichten dadurch 111'000 Abonnenten im Markt Schweiz.

5.1.4 Swiss Outdoor Summit

Am 8. Mai 2014 lud Schweiz Tourismus in Zusammenarbeit mit Luzern Tourismus zum erstmaligen Swiss Outdoor Summit ein. Die Veranstaltung verfolgte das Ziel attraktive Outdoor-Angebote an spezialisierte Reiseveranstalter zu bringen. Die 36 Teilnehmenden verschiedenster Herkunft lernten zuvor auf einer Studienreise der SwissTrails GmbH das einzigartige Outdoor-Angebot der Schweiz kennen. Die Kombination von Aktivreisen und lokaler Kultur weist ein grosses Potential auf, weshalb UDS am Swiss Outdoor Summit präsent war.

5.1.5 Kommunikative Massnahmen

In der Ausgabe Mai 2014 der Zeitschrift „Schweiz – das Wandermagazin“ (Auflage 15'000) platzierte UDS eine doppelseitige Reportage über die Biosphäre Entlebuch, angereichert mit fünf Tipps zu anderen Welterbestätten.

Die Neue Zürcher Zeitung (Auflage: 127'000) beschrieb am 16. Mai 2014 das Kloster St. Johann in Münstair als Ausflugstipp. Begleitet wurde der redaktionelle Beitrag mit einem Inserat der UDS.

Im Magazin Beobachter Natur (Auflage: 38'500) platzierte UDS in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus ein vierseitiges Poster, zwei Seiten redaktionelle Inhalte sowie ein zweiseitiges Inserat. Dabei stand die Tektonikarena Sardona im Fokus.

5.2 Fensterplatz

Die Beilage "Fensterplatz" erscheint 4-mal jährlich als Beilage im öV-Kundenmagazin VIA. Die Leserschaft beträgt rund 500'000 Leser pro Ausgabe in der deutschsprachigen Schweiz. Die 2. Ausgabe beinhaltete eine Publireportage mit dem Titel „Kulturelle, natürliche Leuchttürme der Schweiz“. Nebst der Präsentation sämtlicher Welterbestätten und der Biosphäre Entlebuch wurde ein spezifisches Angebot mit SwissTrails inseriert. In der 3. Ausgabe fanden die Leser ein UDS-Angebot zu den beiden Welterben im Tessin (Burgen von Bellinzona und Monte San Giorgio) vor.

5.3 Regionalpass Berner Oberland

Der Regional-Pass Berner Oberland verbindet das UNESCO-Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch, die Altstadt von Bern (Weltkulturerbe) und die UNESCO-Biosphäre Entlebuch. Sowohl in der Broschüre als auch auf der Website wird die UDS in Zusammenhang mit diesen drei Partnern kommuniziert.

5.4 Online-Aktivitäten

Webseite www.u-d-s.ch

Die Anzahl der Besucher auf der UDS-Website ist gegenüber 2013 leicht höher (2013: 9'166, 2014: 9'695 (Stand. 19.12.14)). Zudem ist die Besuchsdauer etwas gestiegen (2013: 3 Min., 2014: 3 Min 39 Sek.). Die meisten Besucher kommen aus Deutschland (37.5%) gefolgt von Nordamerika (15.4%) und der Schweiz (13.7%) auf dem dritten Platz.

Die Besucherzahlen sind zwar leicht gestiegen, was auf eine erhöhte Aktivität auf der Website zurückzuführen ist, aber nach wie vor ist diese immer noch zu statisch.

Aufgrund der hohen Hostingkosten und der nicht vollumfänglich zufriedenstellenden Dienstleistung, wurde der Vertrag mit der aktuellen Hostingfirma Netcase per 31.12.2014 gekündigt. Per 1.1.2015 wurde ein neuer Hostingvertrag mit der Firma WeServe abgeschlossen. Für die Übernahme der Site durch den neuen Hoster musste diese nachgebaut werden. Bei dieser Gelegenheit wurden moderate grafische Anpassungen vorgenommen. Aufbau und Struktur der Site wurden nicht geändert.

Die Namensänderung UNESCO Destination Schweiz zu World Heritage Experience Switzerland trägt auch eine Änderung der Domain nach sich. Per 19.12.2014 wurde die überarbeitete Website www.whes.ch aufgeschaltet. Aus diesem Grund können die statistischen Angaben zu www.u-d-s.ch nur bis zum 19.12.2014 ausgewertet werden.

5.4.1 MySwitzerland.com/unesco

Die UNESCO-Welterbestätten und -Biosphären treten zusammen mit den Schweizer Parks auf MySwitzerland.com auf. Nebst der Präsentation der einzelnen Stätten und Biosphären besteht eine Information über das Thema Welterbe und Biosphäre sowie ein Link zur UDS-Website und ein Downloadlink für die UDS-Broschüre.

Auf der Website von ST können ebenfalls konkrete Angebote im Zuge der sogenannten Angebotsslots aufgeschaltet werden. Hier stehen pro Marketingpartner jeweils ein Slot à drei Angebotswellen zur Verfügung. Eine Angebotswelle dauert jeweils zwei bis drei Monate.

5.4.2 MySwitzerland.com/schweizpur

ST hat die vom WWF Schweiz lancierte „Hierbleibe-Initiative“ im Frühsommer 2014 unterstützt. Mit einer Vielzahl an natur- und kulturnahen Ausflugszielen wollte man die Schweizer für Ferien im eigenen Land motivieren. In diesem Zusammenhang wurden sämtliche Welterbestätten und Biosphärenreservate prominent abgebildet. Die Kommunikation lief in erster Linie über www.MySwitzerland.com/schweizpur. Zusätzlich hat der WWF Schweiz zehn ausgewählte Ferien-Tipps auf ihren Kanälen (Website, Social Media, Plakate) angeteasert. Nebst der Motivation für Ferien in der Schweiz soll die Webplattform, die online langfristig verfügbar ist, auch ausländische Gäste über die natur- und kulturnahen Erlebnisse informieren.

5.4.3 Social Media

Facebook

Der Facebook-Account von UDS wurde vorläufig auf inaktiv gestellt, da bis anhin kein Social-Media Konzept besteht. In der Zwischenzeit wurde aufgrund dessen ein Social-Media Konzept erarbeitet, welches ab 2015 zur Umsetzung kommen wird.

Twitter

UDS besitzt einen eigenen Twitter Account (@ud_swi), welcher zurzeit nicht aktiv genutzt wird. Ab 2015 soll aber auch hier wieder eine Aktivierung stattfinden.

5.5 Newsletter

2014 sind insgesamt zwei Newsletter erschienen. Mit diesem Kommunikationstool informiert UDS zentral alle Mitglieder und interessierten Stellen über die eigenen Aktivitäten sowie die Aktivitäten der Marketingpartner und der Schweizerischen UNESCO-Kommission. Die Inhalte werden jeweils bei den Marketingpartnern abgeholt. Auf diese Weise wird ein Know-How-Transfer ermöglicht. Der Newsletter soll zudem als Inspirationsquelle für neue Projekte und Zusammenarbeitsmöglichkeiten dienen.

Da bisher kein Newsletterkonzept bestand, wurde dieses im 2014 erarbeitet. Das Konzept dient als Grundlage für einen internen sowie externen Newsletter. Die Umsetzung des Konzepts findet im 2015 statt.

5.6 MyDrive

Wie bereits in den Vorjahren wurde mydrive.ch als digitale Ablage genutzt. UDS verfügt so über eine Plattform, auf welcher gemeinsame Daten, Bildmaterial und Projektideen bereitgestellt werden.

5.7 Argus-Medienbeobachtung

Für die Beobachtung der Schweizer Medien existiert seit 2011 bei Argus der Presse AG ein Abo. Per 1. August 2014 wurde mit ARGUSavenue ein neues Monitoring- und Informationsmanagement-Tool eingeführt, welches übersichtlicher erscheint und neue Möglichkeiten in der Recherche und im Versand bietet.

Bis Ende Oktober wurde den Mitgliedern monatlich eine Press Review mit allen zutreffenden Clippings zugestellt. Ab November wurde ein zweiwöchiger Rhythmus eingeführt.

2014 wurden UDS und die Mitglieder in 1'770 Artikeln (Schweiz, Print und Online, ohne Social Media Kanäle) in touristischem und tourismuspolitischem Kontext erwähnt.

5.8 Medienmitteilungen

5.8.1 UNESCO Destination Switzerland mit neuem Online-Auftritt

Am 06.03.2014 wurde eine Medienmitteilung zur neuen Website der UDS versandt. Das Echo von Usern war positiv, jedoch ohne nennenswerte Publikationen in Schweizer Medien.

5.8.2 Von UNESCO Destination Switzerland zu World Heritage Experience Switzerland

Am 23.10.2014 wurden die Schweizer Medien über die Neuausrichtung des Vereins und die damit zusammenhängende Namensänderung informiert. Bekannt ist eine Publikation auf der Website der Hotelrevue.

5.9 Medienpublikationen

5.9.1 Hotelrevue (htr)

In der Hotelrevue vom 04.09.2014 wurde auf insgesamt fünf Seiten über die Welterben in der Schweiz berichtet. Teil dieses Berichts ist ein Interview mit dem Geschäftsleiter Hans-Peter Ernst sowie dem Präsidenten Beat Ruppen zur Rolle und neuen Ausrichtung des Vereins.

Ebenfalls in der htr erschienen sind zwei Kolumnen des Geschäftsführers.

5.9.2 Neue Zürcher Zeitung (NZZ)

Die NZZ hat in der Ausgabe vom 18.11.2014 einen zweiseitigen Bericht über die Welterben und deren touristische Nutzung publiziert. Teil dieses Berichts ist ein Interview mit dem Präsidenten Beat Ruppen.

5.9.3 Hotelier

Im November 2014 wurde im Fachmagazin „Hotelier“ eine Kolumne von Hans-Peter Ernst mit dem Titel „Was geht mich das UNESCO-Welterbe an?“ publiziert.

5.10 Medienreisen

Seitens UDS wurden keine Medienreisen durchgeführt. ST hat die Welterbestätten und die Biosphäre Entlebuch punktuell in ihre Medienreisen integriert.

5.11 Gemeinsame Tagung mit der Schweizerischen UNESCO-Kommission

Es hat eine Welterbeplattform der Schweizerischen UNESCO-Kommission unter Einbezug der UDS und der Site Manager stattgefunden. Präsentation seitens UDS.

6 Build Relationship

6.1 Schweizerische UNESCO-Kommission

Vor dem Hintergrund des 40-Jahre Jubiläums der Welterbekonvention hat die Schweizerische UNESCO-Kommission 2012 die Idee einer Charta zum Welterbe in der Schweiz lanciert. Diese soll die Verbundenheit mit dem Welterbe stärken, dem Erhalt der Welterbestätten dienen sowie der Förderung des Bewusstseins zur Bedeutung des aussergewöhnlichen universellen Werts dieser Stätten beitragen. Die UDS war bei der Erarbeitung dieser Charta beteiligt und wird diese entsprechend unterzeichnen und umsetzen.

6.2 Schweiz Tourismus

Die Zusammenarbeit zwischen ST und UDS verfolgt folgende Ziele.

- Die touristischen Angebote der UNESCO-Welterbestätten und –Biosphärenreservate sollen im In- und Ausland (primär Schweiz und angrenzendes Ausland) bekannt gemacht werden.
- Gäste sollen zu Aufenthalten im Einzugsgebiet der Welterbestätten und Biosphärenreservate motiviert werden, um die Natur, Landschaft und Kultur dieser besonderen Stätten aktiv, gesund und genussvoll zu entdecken.
- UDS ist für Schweiz Tourismus die zentrale nationale Kompetenzstelle für UNESCO-Welterbestätten-spezifische Angebote und Informationen. Schweiz Tourismus ist für UDS einer der Kommunikationspartner für die Sensibilisierung bestehender und neuer Gäste.
- UDS und ST entwickeln auf 2015 ein neues Angebot im Rahmen des Sommerthemas 2015 «Touring» in Zusammenarbeit mit Dritten (z.B. Switzerland Travel Center, Swiss Travel System), mit der Absicht dieses längerfristig zu positionieren. UDS strebt dabei den Lead an.

Das letzte Ziel wurde nach Absprache mit ST, STC und STS abgewandelt. Da die Buchungszahlen von rein welterbebezogenen Angeboten über die Kanäle von STC und STS in den vergangenen Jahren mässig waren, werden die Welterben fortan auf kommunikativer Basis integriert (siehe Kapitel 4.3). UDS strebt zudem eine Schulung der ST-, STC- und STS-Mitarbeiter an, um diese wichtigen Leistungsträger für die Welterben und Biosphären zu sensibilisieren. „Was ich nicht weiss, macht mich nicht heiss“ – dieser Gegebenheit will man mit den erwähnten Schulungen entgegenwirken und die Mitarbeitenden dazu ermuntern, die Welterben und Biosphären vermehrt in ihren Tätigkeiten zu berücksichtigen.

Die Zusammenarbeit mit ST und die darauf basierenden Massnahmen werden in einer Leistungsvereinbarung geregelt. Die aktuell gültige umfasst die Jahre 2014/2015.

6.3 Hochschulen

UDS hat die Bachelorarbeit der Hochschule für Wirtschaft und Tourismus in Siders (Thema: Interne Kommunikation bei UNESCO Destination Switzerland, Fabienne Mast) betreut.

In Zusammenarbeit mit der ZHAW wurde ein Werkzeugkasten zur Angebotsentwicklung erarbeitet (siehe Kapitel 4.5). In diesem Zusammenhang wurde den Verantwortlichen auch der Auftrag erteilt, eine Analyse von Tour Operators in der Schweiz zu erstellen.

UDS hat sich am 11.04.2014 mit Studierenden der ZHAW zu einem Interview getroffen. Ziel war, den Studierenden einen Einblick in unser Handlungs- und Berufsfeld zu ermöglichen und die Tätigkeiten kennen zu lernen. Am 14.10.2014 hatte die UDS zudem ein Referat vor angehenden Umweltingenieuren der ZHAW im Rahmen des Moduls „Naturnaher Tourismus“.

6.4 Welterbetag 2016

Vom 10. – 12. Juni 2016 findet der 1. Welterbetag der Schweiz in Zusammenarbeit mit UNESCO Welterbe Deutschland e.V. statt. Zum 1. Mal wird die deutsche Schwesterorganisation diesen Anlass im Ausland durchführen. Die Vorbereitungen für diesen länderübergreifenden Event laufen in Zusammenarbeit mit der Stadt Bern und der UNESCO-Kommission. Ziel ist es, der Bevölkerung das Welterbe bewusst zu machen und auf die Zusammenarbeit mit Deutschland hinzuweisen. Die Zentralveranstaltung wird in Bern stattfinden. Am Folgetag sind lokale Anlässe in den einzelnen Welterbestätten geplant.

7 Finanzen

7.1 Erfolgsrechnung

ERTRAG	Rechnung 2013	Rechnung 2014	Budget 2014	Budget 2015
1. Behörden				
Beiträge SECO	150 000,00	210 000,00	210 000	240 000
Beiträge NRP (Kanton)	150 000,00	210 000,00	210 000	240 000
Beiträge NRP diverse (Abgrenzung aus 2013)	4 000,00	0,00	20 000	0
Total Behörden	304 000,00	420 000,00	440 000	480 000
2. Marketingbeiträge				
Erträge A-Partnerschaften	236 242,80	240 000,05	240 000	220 000
Erträge B-Partnerschaften	0,00	0,00	0	0
Diverse Marketingbeiträge	0,00	4 000,00	0	0
Total Marketingbeiträge	236 242,80	244 000,05	240 000	220 000
3. Diverse Erträge				
Mitgliederbeiträge	8 000,00	8 000,00	8 000	8 000
Finanzerträge	59,70	172,00	0	0
Diverse Erträge	5 275,00	0,00	0	0
Total Diverse Erträge	13 334,70	8 172,00	8 000	8 000
Auflösung Rückstellungen	0,00	0,00	80 000	0
TOTAL ERTRAG	553 577,50	672 172,05	768 000	708 000

AUFWAND	Rechnung 2013	Rechnung 2014	Budget 2014	Budget 2015
1. Geschäftsstelle				
Infrastruktur	1 560,00	16 547,45	10 000	17 579
Personal	49 997,80	74 991,65	42 725	67 571
Weiterbildung	3 314,35	74,05	5 000	5 000
Reise- und Repräsentationsspesen	13 807,85	16 573,00	15 000	16 000
Sitzungen / Versammlungen	4 037,20	5 707,55	8 000	8 000
Buchführung / Revision	3 000,00	5 170,00	1 000	1 200
Finanzaufwand	92,35	136,23	0	0
Sonstiger Aufwand Geschäftsstelle	281,20	6 308,45	8 000	10 000
Total Aufwand Geschäftsstelle	76 090,75	125 508,38	89 725	125 350
2. Marketing				
Schweiz Tourismus	90 000,00	63 990,00	90 000	90 000
Kooperationen	1 780,00	2 267,30	10 000	1 000
Produktionen	5 000,00	0,00	0	0
Sonstiger Marketingaufwand	0,00	4 212,95	0	0
Total Marketingaufwand	96 780,00	70 470,25	100 000	91 000
3. NRP				
Kooperationen	111 660,00	116 910,00	145 810	98 810
Innovation / Marke	73 569,40	39 561,75	87 000	31 000
Medienarbeit	14 000,90	11 926,50	12 000	15 000
Sensibilisierung / Bildung	2 214,30	12 400,20	64 350	118 370
Marktforschung	7 500,00	0,00	10 000	0
Basis / Logistik	28 854,80	0,00	0	10 000
Projektleitung / Organisation / Mandate	168 365,60	180 084,35	242 075	172 625
Sonstige Projektaufwendungen	0,00	0,00	0	0
TOTAL NRP	406 165,00	360 882,80	561 235	445 805
4. Sonstiger Aufwand				
Reserve	0,00	0,00	15 000	0
Diverser Aufwand	17,00	0,00	0	0
nicht rückforderbare Vorsteuern	0,00	21 166,90	0	45 000
TOTAL Sonstiger Aufwand	17,00	21 166,90	15 000	45 000
5. Ausserordentlicher Aufwand				
a.o. Aufwand (MwSt Vorjahre 2011 - 2013)	0,00	57 978,20	0	0
Total Ausserordentlicher Aufwand	0,00	57 978,20	0	0
TOTAL AUFWAND	579 052,75	636 006,53	765 960	707 155
Erfolg	-25 475,25	36 165,52	2 040	845
Bildung Rückstellungen	0,00	0,00	0	0
Gewinn (+) / Verlust (-)	-25 475,25	36 165,52	2 040	845

7.2 Bilanz

Bilanz	31.12.2014		31.12.2013	
		CHF		CHF

Aktiven

Graubündner Kantonalbank, KK	0,00		106 438,28	
Berner Kantonalbank, KK	256 476,65	256 476,65	100 000,80	206 439,08
Flüssige Mittel		256 476,65		206 439,08
Debitor Verrechnungssteuer	19,25		20,95	
Forderungen ggü. MwSt	4 302,20	4 321,45	12 837,40	12 858,35
Forderungen ggü. Staat		4 321,45		12 858,35
Transitorische Aktiven		0,00		0,00
Aktive Rechnungsabgrenzung		0,00		0,00
Total Aktiven		260 798,10		219 297,43

Passiven

Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	1 632,30		74 426,10	
Verbindlichkeiten ggü. MwSt	0,00		605,75	
Transitorische Passiven	78 734,70	80 367,00	0,00	75 031,85
Kurzfristige Verbindlichkeiten		80 367,00		75 031,85
Rückstellungen NRP		80 000,00		80 000,00
Rückstellungen kurzfristig		80 000,00		80 000,00
TOTAL FREMDKAPITAL		160 367,00		155 031,85
Vereinskapital am 1.1.	64 265,58		89 740,83	
Jahresgewinn / -verlust	36 165,52	100 431,10	-25 475,25	64 265,58
Vereinskapital am 31.12.		100 431,10		64 265,58
TOTAL EIGENKAPITAL		100 431,10		64 265,58
Total Passiven		260 798,10		219 297,43

7.3 Bericht Finanzen

Als Folge der in den Vorjahren nicht korrekt abgerechneten bzw. gekürzten Vorsteuern im Umfang von ca. CHF 90'000 mussten im Geschäftsjahr 2014 Einsparungen vorgenommen und dazu geplante Massnahmen/Projekte gestrichen werden.

Die Jahresrechnung 2014 schliesst mit einem Gewinn von CHF 36'165.52 ab. Zum einen resultierte ein geringerer Aufwand für die nicht rückforderbare Vorsteuern (2014), weil eben verschiedene Projekte nicht ausgeführt wurden und es aus diesem Grund auch weniger Vorsteuern zum Kürzen gab. Des Weiteren ist der Sachaufwand geringer ausgefallen (zwei monatige unbezahlte Abwesenheit des Geschäftsleiters). Die im Jahr 2013 gebildete Rückstellung von CHF 80'000.00 ist bewusst für die MWS-Problematik nicht aufgelöst worden. Diese soll in künftige NRP-Massnahmen einfließen.

7.4 Bericht der Revisionsstelle

GROTZ & BURRI TREUHAND AG

Zentrumsplatz 12 CH-3322 Urtenen-Schönbühl

Mitglied TREUHAND | SUISSE



Telefon 031 850 16 16

Telefax 031 850 16 18

info@grotz-burri.ch

www.grotz-burri.ch

CHE-108.028.959 MWST

UNESCO Destination Schweiz
Spitalgasse 4
3011 Bern

Urtenen, 17. Februar 2015 UB

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision an die Mitgliederversammlung des Vereins UNESCO Destination Schweiz in Bern

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins UNESCO Destination Schweiz für das am 31. Dezember 2014 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 sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinnes nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Freundliche Grüsse
GROTZ & BURRI TREUHAND AG

Urs Burri
[zugelassener Revisor]