

## 4. Geschäftsbericht 2013

UNESCO Destination Schweiz



Zeitraum: 1. Januar 2013 bis 31. Dezember 2013

Deutsche Version

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Vorwort</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Organisation</b> .....	<b>5</b>
2.1	Auftrag .....	5
2.2	Struktur .....	5
2.2.1	Mitglieder 2013 .....	6
2.2.2	MV-Beschlüsse .....	6
2.2.3	Vorstand .....	7
2.2.4	Geschäftsstelle, Personelles .....	7
2.2.5	Marketingpartner .....	7
<b>3</b>	<b>Aktuelles</b> .....	<b>8</b>
3.1	NRP-Projekt «Premium Produkt – Einzigartige Schweiz erleben» .....	8
3.2	Neue Website .....	8
3.3	Corporate Design .....	8
3.4	Strategieworkshop UDS - Vorstand .....	8
3.5	Schweiz Tourismus – Sommerthema 2015 «Touring» .....	8
<b>4</b>	<b>Angebotsentwicklung</b> .....	<b>9</b>
4.1	SBB RailAway .....	9
4.2	SwissTrails .....	9
4.3	Switzerland Travel Center (STC) .....	9
4.4	Globus Cosmos .....	9
4.5	Arbeitsgruppe Angebotsentwicklung .....	9
<b>5</b>	<b>Kommunikation / Marketing</b> .....	<b>10</b>
5.1	Zusammenarbeit Schweiz Tourismus (ST) .....	10
5.1.1	UDS Broschüre .....	10
5.1.2	iPad / eBroschüre Sommerkampagne .....	10
5.1.3	eNewsletter .....	10
5.1.4	Switzerland Travel Market 2013 in Bern .....	10

5.1.5	Aktivitäten im Ausland .....	10
5.2	Online-Aktivitäten.....	11
5.2.1	Webseite www.u-d-s.ch.....	11
5.2.2	Myswitzerland.com/unesco .....	11
5.2.3	Social Media .....	11
5.3	Infomail .....	12
5.4	MyDrive.....	12
5.5	Argus-Medienbeobachtung .....	12
5.6	Medienreisen .....	12
5.7	Gemeinsame Tagung mit der Schweizerischen UNESCO-Kommission .....	12
5.8	Marktforschung UNESCO-Welterbe Schweiz 2013 .....	12
<b>6</b>	<b>Build Relationship .....</b>	<b>13</b>
6.1	Schweizerische UNESCO-Kommission .....	13
6.2	Schweiz Tourismus.....	13
6.3	Hochschulen .....	13
<b>7</b>	<b>Finanzen .....</b>	<b>14</b>
7.1	Erfolgsrechnung.....	14
7.2	Bilanz.....	15
7.3	Bericht Finanzen.....	15
7.4	Bericht der Revisionsstelle .....	16

## 1 Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,  
Liebe Mitglieder

Die UDS blickt auf ein ereignisreiches 2013 zurück. Das vierte Jahr ihres Bestehens lässt sich unter den Begriffen Konzentration und Konsolidierung zusammenfassen. Ausgelöst durch einen Wechsel in der Geschäftsleitung konnte der vorgesehene Fahrplan für den Aufbau einer durchsetzungsstarken Dachorganisation des touristischen Netzwerkes rund um die Welterbestätten nicht immer wie vorgesehen eingehalten werden. Wechsel aber sind auch immer eine Chance: diese hat die UDS genutzt und verschiedene Schritte zur Weiterentwicklung der Organisation und deren Inhalte eingeleitet. Dazu gehörten die Fokussierung auf die Kernaufgaben Angebotsentwicklung, Marketing und Kommunikation sowie der Aufbau eines fundierten Netzwerkes. Die Neubesetzung der Geschäftsleitungsfunktion und die Einleitung der Überprüfung der strategischen Ausrichtung der UDS waren weitere Schwerpunkte. Über diese und die daraus abgeleiteten Massnahmen 2014 haben wir Sie anlässlich der Tagung anfangs Dezember 2013 in Sutz orientiert.

Damit ist die UDS für das laufende Jahr 2014, welches gleichzeitig das zweitletzte Jahr im laufenden NRP-Projekt ist, bestens gerüstet. Zur Positionierung der UDS als eigenständige, schlagkräftige Organisation brauchen wir Ihre Unterstützung. Wille, Ausdauer und konzentrierte Kraft sind im Engagement der gemeinsam definierten, erfolgsversprechenden Projekte erforderlich mit dem Ziel, Mehrwerte für die Regionen, die Schweiz und die Welt in einem beispielhaften «nachhaltigen Welterbe-Tourismus» in der Schweiz zu schaffen. Ab 2016 soll auf der konsolidierten Basis mit einem nationalen Folgeprojekt weiter gebaut werden können.

Dass die UDS an einen neuen Standort zügeln wird, unterstreicht diese Unternehmensentwicklung. Die UDS bleibt der Bundesstadt treu und damit an der Wiege ihrer Geburtsstätte. Wir danken Bern Tourismus für die langjährige Gastfreundschaft und die angenehme Zusammenarbeit.

Ihnen und uns wünschen wir gutes Gelingen im Interesse der Werte der Welterbe und einer nachhaltigen touristischen Umsetzung – immer mit dem Blick und im Interesse des Ganzen.



Beat Ruppen  
Präsident



Hans-Peter Ernst  
Geschäftsleiter

## 2 Organisation

Die «UNESCO Destination Switzerland» (UDS) bildet das Dach über dem touristischen Netzwerk der Schweizer UNESCO-Welterbestätten und der UNESCO-Biosphäre Entlebuch.

In Zusammenarbeit mit den touristischen Organisationen und der Schweizerischen UNESCO-Kommission fördert und koordiniert die UDS qualitativ hochwertige und einzigartige Erlebnisse. Diese tragen zur nachhaltigen Entwicklung der universellen Werte und zur (touristischen) Wertschöpfung vor Ort bei.

Die einzigartigen Erlebnisse bauen auf den Kernwerten der einzelnen UNESCO-Natur- und Kultur-Welterbestätten sowie der Biosphären auf. Sie bilden die zentralen Elemente für die Vermarktung. In den Bereichen Werte und Wissen arbeitet UDS mit der UNESCO-Kommission zusammen.

Im europäischen Raum ist die UDS der Benchmark in der aktiven Vernetzung und nachhaltigen Vermarktung der nationalen Mitglieder.

### 2.1 Auftrag

Nebst der Angebotsentwicklung und -vermarktung setzen wir uns als Dachorganisation des touristischen Netzwerkes ein für:

- Förderung und Erhaltung der Werte der UNESCO
- Förderung eines nachhaltigen Qualitätstourismus
- Steigerung des nationalen und internationalen Bekanntheitsgrades der Schweizer UNESCO-Welterbestätten und der Biosphäre Entlebuch
- Vertretung der gemeinsamen touristischen Interessen unserer Mitglieder gegenüber den nationalen und internationalen Organisationen

### 2.2 Struktur

Organisationsstruktur UDS:



## 2.2.1 Mitglieder 2013

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
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	

## 2.2.2 MV-Beschlüsse

Die Mitgliederversammlung vom 14.6.2013 auf dem Jungfrauoch fasste folgende Beschlüsse:

- Genehmigung des Geschäftsberichtes und der Jahresrechnung 2012
- Der gesamte Vorstand, namentlich Beat Ruppen, Emmanuel Estoppey, Roman Cathomas, Nadia Fontana Lupi, Vincent Matthey und Nicolas Mathieu sind einstimmig für eine Amtsdauer von zwei Jahren als Vorstandsmitglieder wiedergewählt.
- Beat Ruppen ist einstimmig für eine Amtsdauer von zwei Jahre als Präsident der UDS wiedergewählt.
- Harry Keel ist einstimmig für eine Amtsdauer von zwei Jahre als Revisor der UDS gewählt.

Die a.o. Mitgliederversammlung vom 05.12.2013 in Sutz fasste folgende Beschlüsse:

- Genehmigung des Budgets 2014

### **2.2.3 Vorstand**

Der Vorstand wird präsiert von Beat Ruppen, UNESCO-Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch. Vorstandsmitglieder sind Vertreter/-innen der Welterbestätten und die Schweizerische UNESCO-Kommission:

\*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*

### **2.2.4 Geschäftsstelle, Personelles**

Die Geschäftsstelle setzt sich per 31.12.2013 aus dem Geschäftsleiter, Hans-Peter Ernst und der Projektleiterin, Anita Roffler zusammen. Mattias Nutt hat UNESCO Destination Schweiz per 30.04.2013 verlassen. Die Geschäftsleitung wurde per 01.05.2013 durch Anita Roffler ad interim übernommen. Seit 01.09.2013 ist Hans-Peter Ernst der neue Geschäftsleiter und Projektleiter NRP.

Am 30.09.2013 beendete Fabienne Mast ihr Praktikum im Rahmen des Bachelorstudiums an der Tourismusfachschule in Siders. Sie wurde am 01.10.2013 als Projektleiterin Website mit einem befristeten Vertrag bis 31.01.2014 angestellt (siehe auch Kapitel 3.2).

### **2.2.5 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 Rhätische 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»**

2013 ist das vierjährige NRP-Projekt «Premium Produkt – Einzigartige Schweiz erleben» ins zweite Jahr gestartet. Die geplanten Massnahmen wurden grösstenteils durchgeführt, wobei einzelne erst im 2014 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.

#### **3.2 Neue Website**

Das Projekt wurde im Sommer 2012 gestartet. Aufgrund des personellen Wechsels in der Geschäftsleitung hat sich die Umsetzung verzögert. Das Projekt wurde Ende Januar 2014 abgeschlossen. Die neue Website ist unter Einbezug aktuellster Website-Trends und Technologien (Parallax, Mobile first, Responsive Design, Google Map, GeoLocation) entwickelt worden.

#### **3.3 Corporate Design**

Der bisherige, lediglich auf einem Logo basierende öffentliche Auftritt der Organisation UDS wurde erweitert. Innerhalb der Arbeitsgruppe «Kommunikation/Marketing» hat ein Workshop zum Thema CD/CI stattgefunden. Als Folge davon wurde eine Wort-/Bildmarke mit einem dazugehörigen Claim geschaffen und darauf basierend die Geschäftsdrucksachen neu gestaltet.

#### **3.4 Strategieworkshop UDS - Vorstand**

Der Vorstand wird 2014 einen Strategieworkshop durchführen, um die Positionierung von UDS zu festigen. Die erste Etappe fand am 12./13.02.2014 statt. Der Prozess wird durch einen externen Berater geleitet.

#### **3.5 Schweiz Tourismus – Sommerthema 2015 «Touring»**

2014 wird sich UDS auf den CH-Markt konzentrieren. Die weltweite Ausrichtung, damit auch auf den Märkten der Nachbarländer, geschieht im Rahmen der Basiskampagne von Schweiz Tourismus. Der Fokus liegt zudem auf der Produktentwicklung im Hinblick auf das ST-Sommerthema 2015 «Touring».



## **4 Angebotsentwicklung**

### **4.1 SBB RailAway**

UDS hat zusammen mit SBB RailAway zehn Kombi-Angebote und zwei Tipps auf den Markt gebracht. Insgesamt wurden 5`071 Paxe und CHF 166'525.- Umsatz generiert. Die Angebote hatten eine 7-monatige nationale Präsenz in Broschüren und auf einer eigenen Welterbewebseite [www.sbb.ch/welterbe](http://www.sbb.ch/welterbe).

### **4.2 SwissTrails**

Zusammen mit SwissTrails sind elf Angebote und neu drei Kombiangebote entwickelt worden. UDS war auf vier Doppelseiten im Katalog von Swisstrails präsent, zusätzlich wurde in Englisch ein eigener Prospekt für UDS entwickelt. Wie bereits 2012 hat UDS auch im Berichtsjahr keine Statistik von SwissTrails erhalten.

### **4.3 Switzerland Travel Center (STC)**

Zusammen mit STC wurden fünf mehrtägige Angebote (Zug) realisiert. Die Angebote waren leider erfolglos und haben keine Buchungen generiert. Eine Analyse zusammen mit STC hat ergeben, dass der fehlende Erfolg auf eine unzureichende Kommunikation und auf Mängel in der Planung zurückzuführen ist. Entsprechende korrigierende Massnahmen wurden zusammen mit STC und auch ST eingeleitet und in der Angebotsentwicklung 2014 berücksichtigt.

### **4.4 Globus Cosmos**

Die gesamtschweizerische UNESCO-Welterbe-Tour von 12 Tagen wurde auch im 2013 wieder durchgeführt. Im 2014 sind weitere 11 Starts vorgesehen. UDS wird diesbezüglich künftig nicht mehr aktiv sein, da die USA kein Zielmarkt mehr sind.

### **4.5 Arbeitsgruppe Angebotsentwicklung**

Zielgruppen wurden definiert und (wo vorhanden) welterbebezogene Tagesbasisprogramme pro Welterbestätte für die verschiedenen Zielgruppen bei UDS eingereicht. Diese Tagesbasisprogramme werden 2014 als Kommunikationsmittel und Ideengeber eingesetzt. Die Angebotsentwicklung soll professionell angegangen werden. Eine Zusammenarbeit mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW – Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung ist aufgegleist. Es sind eine Analyse und Angebotsentwicklung vor Ort geplant, zusätzlich soll ein Werkzeugkasten für die Angebotsentwicklung erarbeitet werden. Das Kick-off hat mit einem Inputreferat von Prof. Stefan Forster und Workshops am Marketingmeeting vom 05.12.2013 stattgefunden.

## **5 Kommunikation / Marketing**

### **5.1 Zusammenarbeit Schweiz Tourismus (ST)**

In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus wurden im Berichtsjahr neu die Märkte Nordamerika und Südostasien bearbeitet. Die Schweiz und deren Nachbarländer Deutschland, Frankreich und Italien sind nur noch minimal bearbeitet worden. Um dem NRP-Anspruch der Marktbearbeitung auf dem Heimmarkt gerecht zu werden und im Sinne der Konzentration der Kräfte hat die a.o. MV im Dezember 2013 auf Antrag der Geschäftsstelle beschlossen, 2014 primär die Schweiz zu bearbeiten.

#### **5.1.1 UDS Broschüre**

Die aktualisierte UDS-Broschüre ist mit einer Auflage von 200'000 gedruckt worden. Das Layout an sich wurde wie gehabt beibehalten, Inhalte und Bilder jedoch aktualisiert. Die Verteilung der Broschüren erfolgt via Mailinghouse von ST.

#### **5.1.2 iPad / eBroschüre Sommerkampagne**

Die UNESCO-Welterbestätten und die Biosphäre Entlebuch wurden wie bereits 2012 in die Sommerkampagne von ST integriert (2013: 160'000 Downloads, 85'000 Besucher).

#### **5.1.3 eNewsletter**

UDS ist im April und im September 2013 in einen weltweiten eNewsletter von ST integriert worden.

#### **5.1.4 Switzerland Travel Market 2013 in Bern**

Vom 31. Mai bis 2. Juni 2013 hat in Bern der Switzerland Travel Market, die wichtigste und grösste Incoming-Tourismusfachmesse für den Schweizer Tourismus, stattgefunden. UDS hat daran teilgenommen und vor Ort alle Schweizer Welterbestätten und die Biosphäre Entlebuch vertreten. Insgesamt konnten mehr als 80 Leads verzeichnet werden, welche sich interessiert am Thema UNESCO-Welterbe zeigten. Die Travel Agents sind vor Ort über die Schweizer Welterbestätten und die Biosphäre Entlebuch sowie die vorhandenen touristischen Packages informiert worden und haben in einer Nachbearbeitung auf Wunsch weitere Unterlagen und konkrete Informationen erhalten.

#### **5.1.5 Aktivitäten im Ausland**

##### **Nordamerika**

Im Markt Nordamerika sind 38 TV Spots aufgrund der COSMOS Jubiläumstour entwickelt worden. Zudem wurde UDS in Trade und Media Newsletter integriert. UDS war vom 23. bis 27.1.2013 an der Educational Travel Conference, einer Tagung für Alumni Reiseplaner in Orlando (FL), präsent. Nebst Expertenreferaten zum Thema Bildungsreisen, bietet die Tagung eine Austauschplattform und ermöglicht Networking im Bereich Alumni und Bildungsreisen.

## **Südostasien**

Die UNESCO-Welterbestätten sind neu in Reiseprogramme von Dynasty Travel, Singapore und Parlo Tours, Malaysia integriert worden. Zudem hat im März ein indonesischer FAM Trip zu verschiedenen Welterbestätten stattgefunden und ein malaysisches TV-Team hat während eines Monats mehrere Welterbestätten besucht. Im September haben vier thailändische Journalisten die Schweizer Welterbestätten besucht, Resultat wird eine Top Story über die UNESCO-Welterbestätten auf mindestens 20 Seiten im Anywhere Magazine Thailand sein. UDS hat sich vom 12. bis 22.3.2013 am Switzerland Travel Experience Workshop (STE) beteiligt (12.-14.3. Korea, 14.-17.3. China, 17.-22.3. Südostasien).

### **5.2 Online-Aktivitäten**

#### **5.2.1 Webseite [www.u-d-s.ch](http://www.u-d-s.ch)**

Die Anzahl der Besucher auf der UDS-Website ist gegenüber 2012 leicht zurückgegangen (2012: 10'135, 2013: 9'166). Jedoch konnten eine längere Besuchsdauer (2012: 2 Min. 13 s, 2013: 3 Min.) und eine tiefere Absprungrate (2012: 46.19%, 2013: 43.88%) verzeichnet werden. Ausserdem hat die Zahl der wiederkehrenden Besucher zugenommen (2012: 18.7%, 2013: 29.5%). Grund für den Rückgang der Besucherzahlen ist eine nicht mehr aktuelle und wenig attraktive Website.

#### **5.2.2 Myswitzerland.com/unesco**

Die UNESCO-Welterbestätten und -Biosphären treten zusammen mit den Schweizer Parks auf [myswitzerland.com](http://myswitzerland.com) auf. Nebst der Vorstellung 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.

Ebenfalls sind hier so genannte Angebotsslots integriert. Jeder Marketingpartner hat bei ST eine eigene Seite. Dort werden Angebote geschaltet. Die Marketingpartner haben einen Slot à drei Angebotswellen zur Verfügung. Eine Angebotswelle dauert jeweils zwei bis drei Monate.

#### **5.2.3 Social Media**

##### ***Facebook***

Der Facebook-Account von UDS wurde vorläufig auf inaktiv gestellt, da bis anhin kein Social-Media Konzept besteht.

##### ***Twitter***

UDS besitzt zusätzlich einen eigenen Twitter Account. Auch dieser wird zurzeit nicht aktiv genutzt.

*@ud\_swi*

### **5.3 Infomail**

2013 sind insgesamt drei Infomails 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. Auf diese Weise wird ein Know-How-Transfer ermöglicht. Das Infomail soll zudem als Inspirationsquelle für neue Projekte und Zusammenarbeitsmöglichkeiten dienen.

Das vierte Quartal war für UDS ein so genanntes Testquartal dar, d.h. der Reminder für die Beiträge wurde von UDS bewusst nicht versendet. Daraufhin sind lediglich zwei Beiträge bei UDS eingegeben worden. Das Konzept wird folglich neu überdacht und evtl. angepasst.

### **5.4 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.

### **5.5 Argus-Medienbeobachtung**

Für die Beobachtung der Schweizer Medien existiert seit 2011 bei Argus der Presse AG ein Abo. Den Mitgliedern werden monatliche Clippings zugestellt, die die kategorisierten Medienpublikationen beinhalten.

2013 wurden UDS und die Mitglieder in 1'134 Artikeln (Schweiz, Print und Online, ohne Social Media Kanäle) in touristischem und tourismuspolitischem Kontext erwähnt.

### **5.6 Medienreisen**

Die Durchführung der Medienreisen ist durch Schweiz Tourismus in Eigenregie erfolgt. UDS wurde diesbezüglich lediglich informiert. Bei künftigen Medienreisen, welche durch ST – auch ausserhalb der festgelegten Massnahmen – durchgeführt werden, wird die UDS aktiv einbezogen.

### **5.7 Gemeinsame Tagung mit der Schweizerischen UNESCO-Kommission**

Die gemeinsame Herbsttagung wurde aufgrund von Sparmassnahmen bei der Schweizerischen UNESCO-Kommission von dieser abgesagt.

### **5.8 Marktforschung UNESCO-Welterbe Schweiz 2013**

Eine Studie zum UNESCO-Welterbe Schweiz wurde von «blue eyes marketing luzern» im Rahmen einer Marktforschungsstudie der Rhätischen Bahn durchgeführt. Diese hat u.A. – gestützt und ungestützt – in Bezug auf die UNESCO-Welterben in der Schweiz grosses Potenzial aufgezeigt.

## **6 Build Relationship**

### **6.1 Schweizerische UNESCO-Kommission**

Eine neue Vereinbarung mit der Schweizerischen UNESCO-Kommission liegt bis Ende Jahr nicht vor. Erste Gespräche für eine solche Vereinbarung haben stattgefunden.

### **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.

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**

UNESCO Destination Schweiz hat eine Bachelorarbeit der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur (Thema: Leitfaden zur Sensibilisierung und Aktivierung von touristischen Partnern zum Thema Schutz und Nutzung der Schweizer UNESCO-Labelträger, Sarah Lauerburg) betreut und bewertet.

Zudem wurde eine Zusammenarbeit mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW, Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung im Bereich der Angebotsentwicklung aufgegleist (siehe Kapitel 4.5).

## 7 Finanzen

### 7.1 Erfolgsrechnung

	Budget 2013	Abschluss 2013	Differenz
<b>Einnahmen:</b>	CHF	CHF	CHF
<b>Mitglieder</b>	<b>8.000,00</b>	<b>8.000,00</b>	-
Vereinsmitgliedschaften	8.000,00	8.000,00	-
Diverse Beiträge	-	-	-
<b>Marketingbeiträge</b>	<b>253.000,00</b>	<b>236.242,80</b>	<b>-16.757,20</b>
A-Partnerschaften	240.000,00	236.242,80	-3.757,20
B-Partnerschaften	-	-	-
Diverse Marketingbeiträge	13.000,00	-	-13.000,00
<b>Kantonale Gelder (NRP)</b>	<b>150.000,00</b>	<b>154.000,00</b>	<b>4.000,00</b>
NRP Beiträge	150.000,00	150.000,00	-
Div. NRP Beiträge	-	4.000,00	4.000,00
<b>Bundsgelder (SECO)</b>	<b>150.000,00</b>	<b>150.000,00</b>	-
SECO Beiträge	150.000,00	150.000,00	-
div. SECO Beiträge	-	-	-
<b>Diverse Einnahmen</b>	<b>-</b>	<b>5.334,70</b>	<b>5.334,70</b>
Finanzerträge	-	59,70	59,70
Diverse Erträge	-	5.275,00	5.275,00
<b>Total Einnahmen</b>	<b>561.000,00</b>	<b>553.577,50</b>	<b>-7.422,50</b>
<b>Ausgaben:</b>	Budget 2013		Differenz
<b>Geschäftsstelle</b>	<b>67.500,00</b>	<b>76.090,75</b>	<b>8.590,75</b>
Infrastruktur	-	1.560,00	1.560,00
Personal	50.000,00	49.997,80	-2,20
Weiterbildungen	6.000,00	3.314,35	-2.685,65
Repräsentation/Spesen/Reisen	3.500,00	13.807,85	10.307,85
Sitzungen / Versammlungen	2.000,00	4.037,20	2.037,20
Buchhaltung	5.000,00	3.000,00	-2.000,00
Finanzaufwand	-	92,35	92,35
Diverses Geschäftsstelle	1.000,00	281,20	-718,80
<b>Marketing</b>	<b>96.000,00</b>	<b>96.780,00</b>	<b>780,00</b>
Schweiz Tourismus	90.000,00	90.000,00	-
Kooperationen	-	1.780,00	1.780,00
Produktionen	6.000,00	5.000,00	-1.000,00
Diverse Marketingaufwände	-	-	-
<b>NRP</b>	<b>400.000,00</b>	<b>406.165,00</b>	<b>6.165,00</b>
Kooperationen	95.000,00	111.660,00	16.660,00
Innovation / Marke	40.000,00	73.569,40	33.569,40
Medienarbeit	20.000,00	14.000,90	-5.999,10
Sensibilisierung / Bildung	35.000,00	2.214,30	-32.785,70
Marktforschung	20.000,00	7.500,00	-12.500,00
Basis / Logistik	25.000,00	28.854,80	3.854,80
Projektleitung / Org. / Mandate	155.000,00	168.365,60	13.365,60
Diverse Projektaufwände	10.000,00	-	-10.000,00
<b>Diverse Ausgaben</b>	<b>10.000,00</b>	<b>17,00</b>	<b>-9.983,00</b>
Reserve	10.000,00	-	-10.000,00
Diverse Ausgaben	-	17,00	17,00
<b>Total Ausgaben:</b>	<b>573.500,00</b>	<b>579.052,75</b>	<b>5.552,75</b>
<b>Saldo / Verlust</b>	<b>-12.500,00</b>	<b>-25.475,25</b>	<b>-12.975,25</b>

## 7.2 Bilanz

Bilanz				
Aktiven				
1020	GKB 10 074.046.400	106'438.28		48.5
1060	Kontokorrent BEKB	100'000.80		45.6
1180	Debitor Verrechnungssteuer	20.95		0.0
1195	Forderung gegenüber ESTV (MWST)	0.00		0.0
1199	Debitor Vorsteuer	12'837.40		5.9
1190	Transitorische Aktiven	0.00		0.0
		-----	-----	
Total Aktiven		219'297.43	0.00	
Passiven				
2020	Kreditoren		74'426.10	-33.9
2090	Transitorische Passiven	0.00		0.0
2094	Rückstellung NRP		80'000.00	-36.5
2099	Umsatzsteuer Mwst		605.75	-0.3
2100	Vereinskapital		89'740.83	-40.9
		-----	-----	
Total Passiven		0.00	244'772.68	
		-----	-----	
Total		219'297.43	244'772.68	<b>100.0</b>
		-----	-----	
Verlust		25'475.25		-4.4

## 7.3 Bericht Finanzen

Die Bilanz der UDS per 31. Dezember 2013 weist eine Summe von CHF 219'297.43 aus. Die Erfolgsrechnung 2013 schliesst bei einem Aufwand von CHF 579'052.75 und einem Ertrag von CHF 553'577.50 mit einem Jahresverlust von CHF 25'475.25 ab. Für die Weiterführung der NRP-Projektbezogenen Aufgaben konnten Rückstellungen in der Höhe von CHF 80'000 getätigt werden. Diese Mittel werden zweckgebunden in den Folgejahren zur Erreichung der NRP-Projektziele eingesetzt.

Das Buchhaltungsmandat an die Rhätische Bahn, welche seit der Gründung des Vereins die Buchhaltungsaufgaben der UDS erledigt hat wurde per 31.12.2013 bzw. mit dem Jahresabschluss 2013 beendet. Wir danken der Rhätischen Bahn für die kostengünstige und kompetente Erledigung der Buchhaltungsaufgaben.

## 7.4 Bericht der Revisionsstelle

Sargans, 26. Februar 2014

UNESCO Destination Schweiz  
c/o Bern Tourismus  
Amthausgasse 4  
Postfach 169  
CH-3000 Bern 7

### Bericht der Revisionsstelle

Sehr geehrte Damen und Herren

Als gewählter Revisor Ihres Vereins habe ich die Buchführung und die vorgelegte Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2013 abgeschlossene Geschäftsjahr (vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013) im Sinne der Statuten am 26. Februar 2014 geprüft.

Die Bilanz per 31. Dezember 2013 weist eine Summe von CHF 219'297.43 aus. Die Erfolgsrechnung 2013 schliesst bei einem Aufwand von CHF 579'052.75 und einem Ertrag von CHF 553'577.50 mit einem Jahresverlust von CHF 25'475.25 ab.

Gemäss meiner Beurteilung entspricht die Buchführung den Statuten und deshalb unterbreite ich der Vereinsversammlung folgende Anträge:

- a) Die vorliegende Jahresrechnung sei zu genehmigen.
- b) Dem Vorstand sei Entlastung zu erteilen sowie für die geleistete Arbeit der beste Dank auszusprechen.

Tektonikarena Sardona



Harry Keel  
Geschäftsführer