

**STV** **FST**

Schweizer Tourismus-Verband  
Fédération suisse du tourisme  
Federazione svizzera del turismo  
Federaziun svizra dal turissem

# JAHRESBERICHT 2016

## SCHWEIZER TOURISMUS-VERBAND

PARTNERSCHAFT. POLITIK. QUALITÄT.



**QUALITY**  
Our Passion



**FAMILY**  
Destination



**WELLNESS**  
Destination



**APARTMENT**  
Holiday Comfort



# INHALTSVERZEICHNIS

---

<b>VORWORT</b>	5
<b>TOURISMUS</b>	7
Tourismus international	8
Tourismus national	11
<b>POLITIK UND WIRTSCHAFT</b>	17
Tourismuspolitik	18
Fokusthema: Alpiner Tourismus	20
Stellungnahmen	22
Tourismuswirtschaft	26
<b>QUALITÄTSFÖRDERUNG</b>	29
Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus	30
Ferienwohnungs- und Gästezimmer-Klassifikation	31
Gütesiegel «Family Destination» und «Wellness Destination»	32
<b>BILDUNG</b>	34
<b>VERBAND</b>	35
Verband Schweizer Tourismusmanager (VSTM)	37
Medienpräsenz	38
<b>FINANZEN</b>	41
Bilanz	42
Erfolgsrechnung	43
Bericht der Revisionsstelle	44
<b>ANHANG</b>	45
Organe	45
Mitglieder	48



# VORWORT

## EINER FÜR ALLE, ALLE FÜR EINEN?

Nicht mit Feder und Tinte wird dieses Vorwort geschrieben, überflüssig zu erwähnen, und ebenso überflüssig zu sagen, dass dabei auch die eine oder andere eintreffende Mail überflogen und hin und wieder eine SMS gecheckt wird. Nichts Besonderes, Alltag, courant normal; Errungenschaften der IT eben, Ausdruck der fortschreitenden Digitalisierung. Diese durchdringt unseren Alltag, geschäftlich wie privat, die Wirtschaft und in rasant zunehmendem Mass auch die Tourismuswirtschaft. So verdrängen schnelle, potente Plattformen althergebrachte Buchungswege, und die Roboterisierung durchdringt auch den Tourismus. Dagegen anzukämpfen ist weder gewinnbringend noch sinnvoll. Darauf zu achten, dass die Spiesse einigermaßen gleich lang bleiben, hingegen schon. Und die Rahmenbedingungen so auszugestalten, dass alle gleichermassen von den Errungenschaften und Erleichterungen der Digitalisierung profitieren können, ebenfalls. In diesem Sinn ist der Schweizer Tourismus-Verband STV aktiv, beispielsweise mittels eines Vorstosses zu Airbnb. So sollen dem Tourismus nicht mehr jährlich Millionenbeträge an Kurtaxen entgehen. Ebenfalls gilt es, die neuen Entwicklungen im Roaming in Europa im Auge zu behalten, damit die Schweiz nicht auch in diesem Feld als Hochpreisinsel mitten in Europa stehen bleibt.

### ALPINERTOURISMUS IM FOKUS


Anfang 2016 hat der STV zudem den Alpinen Tourismus zu seinem Fokusthema erklärt. Seit der Aufhebung des Mindestkurses hat dieser mit noch grösseren Herausforderungen umzugehen. Es gilt nun, dem Tourismus im Alpenraum Sorge zu tragen. Er ist einer der zentralen Motoren der alpinen Wirtschaft. Von ihm profitieren zahlreiche andere Branchen, zum Beispiel Detailhandel, Bauwirtschaft und verschiedenste Dienstleister. Zudem ist der alpine Raum die ideale «Gegenwelt» zur digitalen Welt respektive ein Pardestück der analogen Welt. Je grösser die Dominanz der Digitalisierung im Alltag, desto grösser der Bedarf nach Erholung, nach Räumen der Ruhe, nach Natur. Wir sind überzeugt, dass dem Alpenraum unter diesem Aspekt

früher oder später eine Renaissance bevorsteht; dann muss er gut aufgestellt sein. Dies ist er jedoch nur, wenn er jetzt unterstützt wird.

### SHARING-ZEITALTER: MEHR KOOPERATION

Ein Grundmuster der Digitalisierung ist die Vernetzung, die Koordination, sodass die Wirkung vervielfacht wird. Nehmen wir uns ein Beispiel daran, kooperieren wir auch im Tourismus und gehen wir Herausforderungen gemeinsam an. So kommt die Branche weiter, als wenn jeder für sich allein gegen Windmühlen zu kämpfen versucht!

Es muss ja nicht gleich «Einer für alle und alle für einen» sein, d'Artagnan und seine Musketiers sind schon lange Geschichte (im Sinne des «Story Telling» immerhin eine recht beeindruckende). Aber etwas mehr Kooperation – horizontal und vertikal, zwischen Verbänden, Organisationen und Leistungserbringern – hätte eine grosse Wirkung. «Sharing» ist in der Wirtschaft ein grosses Thema, das noch grösser werden wird. Wenn sich die verschiedenen Player im Tourismus dies etwas mehr zu Herzen nehmen, können wir zuversichtlich in die Zukunft schauen.

  
Dominique de Buman  
Präsident

  
Barbara Gisi  
Direktorin



# **TOURISMUS**

## TREUE SCHWEIZER GÄSTE

---

35,5 Mio. Logiernächte in der Schweiz

Schweizer Gäste bleiben treu: +1,2 Prozent

Logiernächte in Schweizer Hotels: -0,3 Prozent

Weniger asiatische Gäste in der Schweiz: -3,4 Prozent

## Berggebiete unter Druck

Abwärtstrend bei europäischen Gästen weniger stark: -1,5 Prozent

## Starker Franken

Luftverkehr in der Schweiz: 51,9 Mio. Passagiere

1,235 Milliarden Ankünfte weltweit

620 Mio. Ankünfte in Europa

17,5 Mio. Ankünfte in der Schweiz

## TOURISMUS INTERNATIONAL

### ZUNAHME DES INTERNATIONALEN TOURISMUS TROTZ HERAUSFORDERUNGEN

Der internationale Tourismus ist 2016 trotz der vorhandenen Schwierigkeiten stark geblieben. Gemäss dem letzten UNWTO-Tourismusbarometer hat der internationale Tourismus um 3,9 Prozent zugenommen und beläuft sich nun auf insgesamt 1,235 Milliarden Touristenankünfte. Im Vergleich zum Vorjahr haben 2016 rund 46 Millionen Touristen mehr eine internationale Reise mit Übernachtung unternommen.<sup>1</sup>

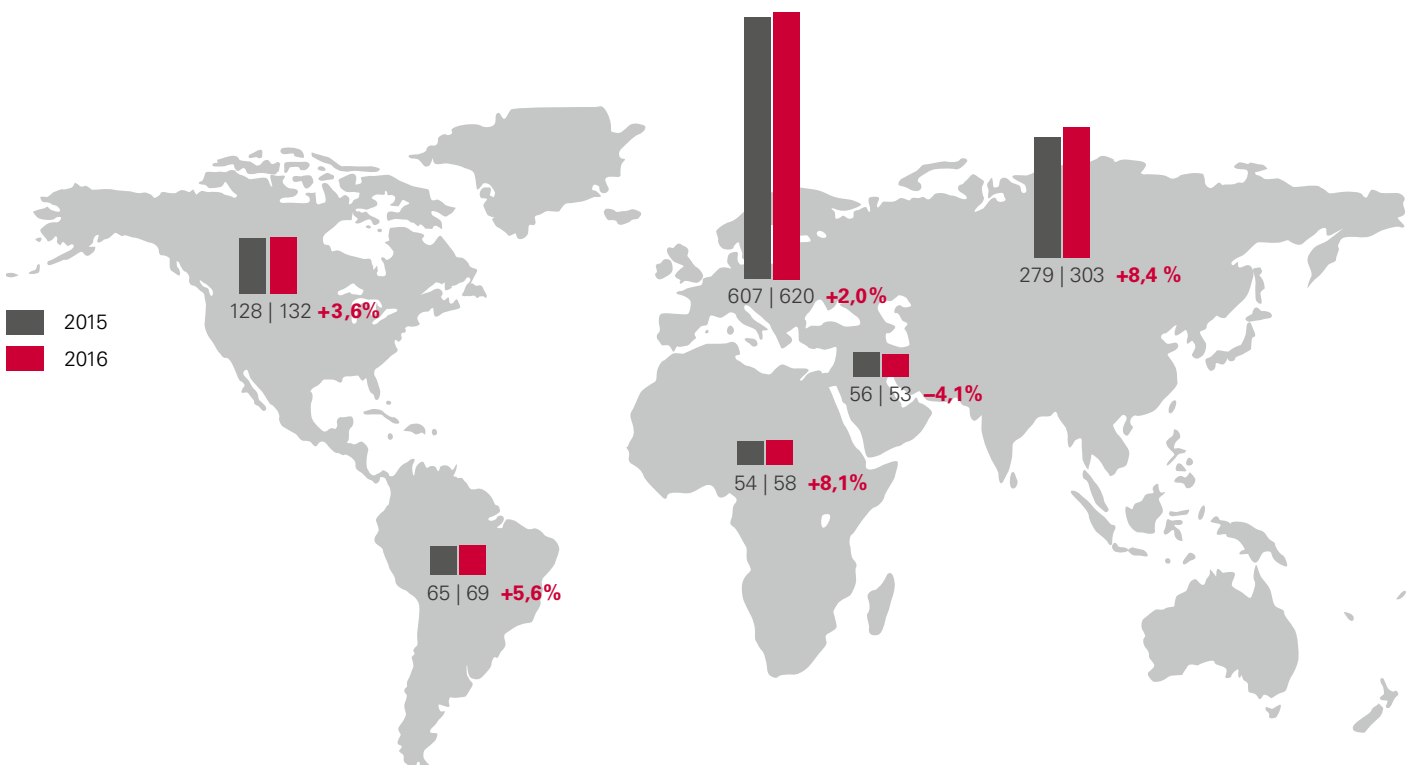
Nach der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise von 2009 war 2016 das siebte Jahr in Folge mit einem anhaltenden Wachstum. Eine vergleichbare Periode mit einem solch soliden und ununterbrochenen Wachstum gab es seit den

60er-Jahren nicht mehr. So haben 2016 – verglichen mit dem Rekord von 2008 noch vor der Krise – rund 300 Millionen internationale Touristen mehr die Welt bereist. Die Einnahmen im internationalen Tourismus sind während dieser Periode in einem ähnlichen Mass gestiegen.

«Der Tourismus hat sich in den vergangenen Jahren trotz der zahlreichen Herausforderungen, vor allem im Bereich Schutz und Sicherheit, als ungebrochen stark und widerstandsfähig erwiesen. Der internationale Tourismus ist in ständigem Wachstum begriffen und trägt sowohl zu einer Zunahme von Arbeitsplätzen wie auch zum allgemeinen Wohl der Gemeinschaften auf der ganzen Welt bei», bekräftigt der UNWTO-Generalsekretär, Taleb Rifai.

### INTERNATIONALE ANKÜNFTE 2015–2016<sup>2</sup>

ABSOLUT (IN MIO.) UND RELATIV



<sup>1</sup> Zahlen 2016 sind Schätzungen der World Tourism Organization (UNWTO)

<sup>2</sup> Regionen-/Subregionen-Definition nach UNWTO

2016 steht die Region Asien und Pazifik (+8 Prozent) an der Spitze der Zunahme an internationalen Touristen. Dies aufgrund einer starken Nachfrage sowohl der inner- wie auch der interregionalen Quellmärkte. Afrika (+8 Prozent) hat nach zwei schwachen Jahren ebenfalls einen starken Aufschwung erlebt. In Nord- und Südamerika (+4 Prozent) setzte sich die positive Dynamik fort. Europa (+2 Prozent) verzeichnete gemischte Resultate mit zweistelligen Wachstumszahlen in einigen Destinationen und rückläufigen Zahlen in anderen. Im Mittleren Osten (-4 Prozent) sieht es ähnlich aus: Während manche Regionen positive Resultate verzeichnen konnten, mussten andere negative Zahlen hinnehmen.

Angesichts dessen, dass die Vereinten Nationen das Jahr 2017 zum Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung proklamiert haben, unterstreicht Taleb Rifai «die Notwendigkeit einer engeren Zusammenarbeit, um den Beitrag des Tourismus zu wirtschaftlichem Wachstum – unter Berücksichtigung der sozialen Faktoren – sowie zur Erhaltung der Kulturen und der Umwelt zu akzentuieren. Dabei ist das gegenseitige Verständnis in einer Zeit, in der Respekt und Toleranz vonnöten sind, von grosser Bedeutung».

#### REGIONALE ERGEBNISSE 2016

In **Europa** sind die Resultate unterschiedlich ausgefallen. Diverse Destinationen hatten mit Sicherheitsproblemen zu kämpfen. Dennoch stiegen die Touristenankünfte auf 620 Millionen, das sind 12 Millionen (+2 Prozent) mehr als im Vorjahr. Nordeuropa (+6 Prozent) und Zentraleuropa (+4 Prozent) verzeichneten positive Resultate, während sich die Mittelmeerländer nur um 1 Prozent steigern konnten. In Westeuropa stagnierten die Zahlen.

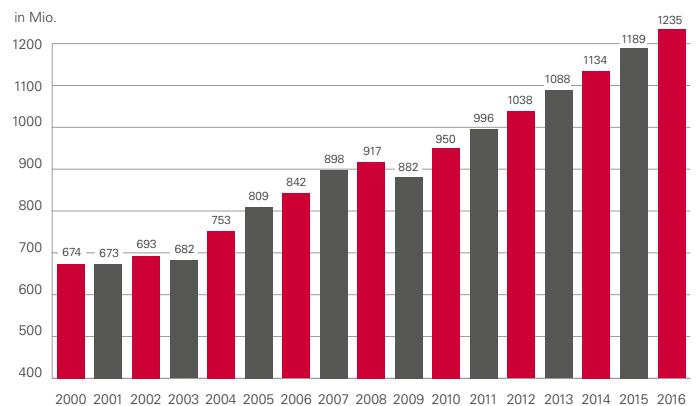
**Asien und Pazifik** (+8 Prozent) war punkto Wachstum – sowohl absolut wie relativ – klar an der Spitze: Die Region erreichte 303 Millionen internationale Touristenankünfte, 24 Millionen mehr als im Vorjahr. Vor allem in vier Unterregionen war das Wachstum ausgeprägt: 10 Prozent in Ozeanien, 9 Prozent in Südasien und je 8 Prozent in Nordost- und in Südostasien.

#### INTERNATIONALE ANKÜNFTE 2005 – 2016

NACH KONTINENT (IN MIO.)

	2005	2010	2013	2015	2016*
Europa	453	489	567	607	620
Asien/Pazifik	154	205	250	279	303
Nordamerika	90	100	110	128	132
Zentral-, Südamerika, Karibik	43	51	57	65	69
Afrika	35	50	55	54	58
Mittlerer Osten	34	55	49	56	53
<b>Total</b>	<b>809</b>	<b>950</b>	<b>1 088</b>	<b>1 189</b>	<b>1 235</b>

#### ENTWICKLUNG 2000 – 2016



\* Geschätzte Werte

Quelle: World Tourism Organization (UNWTO)

**Nord- und Südamerika** haben insgesamt 201 Millionen internationale Touristen empfangen, 8 Millionen mehr als im Jahr 2015 (+4 Prozent). Somit konnte die Region die soliden Resultate der letzten zwei Jahre festigen. Das Wachstum war in Süd- und Mittelamerika etwas ausgeprägter (je +6 Prozent), die Karibik und Nordamerika erreichten ein Plus von 4 Prozent.

Die verfügbaren Daten für **Afrika** zeigen 2016 nach zwei problematischen Jahren einen Sprung von +8 Prozent. Dieser Zuwachs entspricht zusätzlichen 4 Millionen Ankünften, gesamthaft 58 Millionen. Die Länder südlich der Sahara sind dabei führend (+11 Prozent), aber auch Nordafrika spürt wieder Aufwind (+3 Prozent).

54 Millionen internationale Touristen reisen 2016 in den **Mittleren Osten**, rund 4 Prozent weniger als 2015. Die Resultate fielen in den verschiedenen Destinationen sehr unterschiedlich aus.

→ Die Zahlen für Afrika und den Mittleren Osten sind aufgrund des limitierten Datenmaterials eher als Tendenz zu verstehen.

#### **DIE EXPERTEN SIND FÜR 2017 OPTIMISTISCH**

Die letzte Umfrage der UNWTO-Expertengruppe hat ergeben, dass auch für 2017 Zuversicht angesagt ist: So erwartet die grosse Mehrheit (63 Prozent) der rund 300 Befragten «bessere» oder «bedeutend bessere» Resultate als 2016. Die Aussagen der Umfrage sind für das Jahr 2017 fast identisch mit denen für 2016; somit kann man von einem ähnlich starken Wachstum ausgehen.

In Anbetracht der aktuellen Tendenzen, der Voraussage der UNWTO-Expertengruppe sowie der wirtschaftlichen Aussichten prognostiziert die UNWTO für 2017 ein Anstieg des internationalen Tourismus um 3 bis 4 Prozent weltweit. In Europa wird ein Wachstum von 2 bis 3 Prozent erwartet, in den Regionen Asien und Pazifik sowie Afrika rechnet man mit 5 bis 6 Prozent, in Nord- und Südamerika mit 4 bis 5 Prozent und im Mittleren Osten aufgrund der grösseren Unsicherheiten mit 2 bis 5 Prozent.



## TOURISMUS NATIONAL HOTELLERIE

Auch 2016 hatte der Tourismus in der Schweiz mit dem starken Franken zu kämpfen. Doch dank den treuen inländischen Gästen (+1,2 Prozent / +192 000 Logiernächte) resultierte in der Hotellerie nur ein leichter Rückgang von 0,3 Prozent (-96 000 Logiernächte). Von insgesamt 35,5 Millionen Logiernächten gingen 19,3 Millionen auf das Konto ausländischer Gäste, 1,5 Prozent weniger als im Vorjahr (-288 000 Logiernächte). Dies geht aus den definitiven Ergebnissen des Bundesamtes für Statistik (BFS) hervor.

### LEICHTE ZUNAHME IM ZWEITEN HALBJAHR 2016

Im Jahr 2016 gingen die Logiernächte in sieben Monaten zurück, dabei wurden die stärksten Abnahmen im ersten Halbjahr registriert. Allein im Januar brachen die Logiernächte um 6,9 Prozent (-191 000 Logiernächte) ein. Insgesamt verbuchten die Schweizer Hotels im ersten Halbjahr 16,9 Millionen Logiernächte, was einem Minus von 1,0 Prozent (165 000 Logiernächte) gegenüber derselben Periode im Vorjahr entspricht. Im zweiten Halbjahr zeigte sich ein deutlich positiveres Bild: Von Juli bis Dezember konnten 18,7 Millionen Logiernächte registriert werden, dies ist ein leichtes Wachstum (+0,4 Prozent / +70 000 Logiernächte) gegenüber dem zweiten Halbjahr 2015.

### WENIGER ASIATISCHE GÄSTE

Zum vierten Mal in Folge verzeichneten die inländischen Gäste ein positives Ergebnis. Mit 192 000 Logiernächten mehr (+1,2 Prozent) generierten sie gesamthaft 16,2 Millionen Logiernächte. Die ausländische Nachfrage ging um 1,5 Prozent (-288 000 Logiernächte) zurück und generierte gesamthaft 19,3 Millionen Logiernächte. Auch reisten weniger asiatische Gäste in die Schweiz: Nach mehreren Jahren ununterbrochenen Wachstums ging die Nachfrage im Vergleich zu 2015 um 160 000 Logiernächte zurück (-3,4 Prozent). Insbesondere war eine starke Abnahme bei den chinesischen Gästen feststellbar: Mit einem Minus von 248 000 Logiernächten (-18 Prozent) verzeichneten sie den stärksten Rückgang aller Herkunftsländer, gefolgt von Japan mit einem Rückgang von 34 000 Logiernächten (-8,5 Prozent). Hingegen nahmen die Logiernächte der Gäste aus den

Golfstaaten (+30 000 Logiernächte / +3,2 Prozent) und der Republik Korea (+22 000 Logiernächte / +7,1 Prozent) zu.

### LOGIERNÄCHTE UND ANKÜNFTE

#### LOGIERNÄCHTE

Inländer	16,2 Mio.	+1,2 %
Ausländer	19,3 Mio.	-1,5 %
<b>Total</b>	<b>35,5 Mio.</b>	<b>-0,3 %</b>

#### ANKÜNFTE

Inländer	8,3 Mio.	+1,8 %
Ausländer	9,2 Mio.	-1,1 %
<b>Total</b>	<b>17,5 Mio.</b>	<b>+0,3 %</b>

### LOGIERNÄCHTE NACH HERKUNFTSLÄNDERN

#### EUROPA

Deutschland	3,7 Mio.	-3,9 %
Grossbritannien	1,6 Mio.	-0,4 %
Frankreich	1,3 Mio.	-0,8 %
Italien	0,9 Mio.	-1,8 %
Niederlande	0,6 Mio.	+0,1 %
Belgien	0,5 Mio.	-4,9 %
Spanien	0,4 Mio.	+5,6 %
Österreich	0,4 Mio.	+3,2 %
Russland	0,3 Mio.	-12,4 %

#### ÜBERSEE

USA	1,8 Mio.	+5,5 %
China (ohne Hongkong)	1,1 Mio.	-18,0 %
Golf-Staaten	1,0 Mio.	+3,2 %
Indien	0,6 Mio.	+1,2 %
Japan	0,4 Mio.	-8,5 %

Quelle: Bundesamt für Statistik

Der Abwärtstrend der Logiernächte bei den europäischen Gästen setzte sich auch im Jahr 2016 fort, war jedoch weniger markant als in den Vorjahren (-172 000 Logiernächte / -1,5 Prozent). Deutschland generierte darunter mit einem Minus von 149 000 Logiernächten (-3,9 Prozent) den stärksten absoluten Rückgang – damit nehmen die Logiernächte unserer Nachbarn seit acht Jahren in Folge ab. Russland (-46 000 Logiernächte / -12,4 Prozent), Belgien (-28 000 Logiernächte / -4,9 Prozent), Italien (-17 000 Logiernächte / -1,8 Prozent), Frankreich (-9 800 Logiernächte / -0,8 Prozent) und das Vereinigte Königreich (-7 200 Logiernächte / -0,4 Prozent) verzeichneten ebenfalls weniger Logiernächte. Das Ergebnis der Niederlande (+530 Logiernächte / +0,1 Prozent) war nach mehreren Jahren stetigen Rückgangs stabil. Demgegenüber verbuchte Spanien eine Zunahme um 22 000 Logiernächte (+5,6 Prozent).

Die Nachfrage aus dem amerikanischen Kontinent setzte ihr Wachstum fort und erhöhte sich um 68 000 Logiernächte (+2,8 Prozent). Mit 96 000 zusätzlichen Logiernächten (+5,5 Prozent) lieferten die Vereinigten Staaten die stärkste absolute Zunahme dieses Kontinents. Afrika (-24 000 Logiernächte / -7,9 Prozent) und Ozeanien (-1 600 Logiernächte / -0,5 Prozent) verzeichneten hingegen ein Minus.

#### GEMISCHTE RESULTATE BEI DEN TOURISMUSREGIONEN

Sieben der vierzehn Tourismusregionen in der Schweiz mussten gegenüber 2015 einen Logiernächterückgang hinnehmen. Am stärksten davon betroffen waren die Berggebiete: Das Berner Oberland registrierte 91 000 Logiernächte weniger als im Vorjahr, was einem Minus von 2,4 Prozent entspricht. In Graubünden (-90 000 Logiernächte / -1,9 Prozent) und im Wallis (-70 000 Logiernächte / -1,9 Prozent) war die gleiche Entwicklung zu beobachten. Die Genferseeregion konnte mit einem Plus von 121 000 Logiernächten (+4,8 Prozent) ein erfolgreiches Jahr verbuchen. Auch das Tessin (+100 000 Logiernächte / +4,6 Prozent) und Bern Region (+22 000 Logiernächte / +2,1 Prozent) konnten mehr Gäste als im Vorjahr beherbergen.

#### AUFENTHALTSDAUER STABIL

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag 2016 wie bereits im Jahr 2015 bei 2,0 Logiernächten. Ausländische Gäste verweilten mit 2,1 Nächten im Durchschnitt etwas länger als Schweizer Gäste (2,0 Nächte). Graubünden verzeichnete dabei mit 2,7 Nächten die längste Aufenthaltsdauer, gefolgt vom Wallis mit 2,4 Nächten. Am wenigsten lang blieben die Gäste in der Fribourg Region (1,6 Nächte).

#### NETTOZIMMERAUSLASTUNG

Die Nettozimmerauslastung lag im Jahr 2016 bei 51,3 Prozent (2015: 51,5 Prozent). Genf war mit 63,5 Prozent die Region mit der stärksten Auslastung. Danach folgt Zürich mit einer Auslastung von 63 Prozent. Die geringste Auslastung verzeichnete die Region Jura & Drei-Seen-Land mit 38,4 Prozent.

#### LOGIERNÄCHTE NACH REGIONEN

Zürich Region	5,6 Mio.	+0,2 %
Graubünden	4,6 Mio.	-1,9 %
Wallis	3,7 Mio.	-1,9 %
Berner Oberland	3,6 Mio.	-2,4 %
Luzern / Vierwaldstättersee	3,5 Mio.	-2,4 %
Genf	2,9 Mio.	-0,8 %
Genferseegebiet	2,8 Mio.	+4,5 %
Tessin	2,3 Mio.	+4,6 %
Ostschweiz	1,9 Mio.	+0,6 %
Basel Region	1,5 Mio.	+0,6 %
Bern Region	1,1 Mio.	+2,1 %
Aargau Region	0,8 Mio.	-1,5 %
Jura & Drei-Seen-Land	0,8 Mio.	+1,2 %
Fribourg Region	0,4 Mio.	-1,5 %
<b>Total</b>	<b>35,5 Mio.</b>	<b>-0,3 %</b>

Quelle: Bundesamt für Statistik



## PARAHOTELLERIE

### FERIENWOHNUNGEN

2016 verzeichneten die Ferienwohnungen 6,6 Millionen Logiernächte. Bei den inländischen Gästen wurden 4 Millionen Logiernächte registriert. Dies entspricht 61 Prozent aller Logiernächte. 2,6 Millionen Logiernächte verzeichneten die Gäste aus dem Ausland, wobei Deutschland mit 1 Million Logiernächten an der Spitze der ausländischen Herkunftsländer liegt. Darauf folgten die Niederlande mit 292 000 und Frankreich mit 214 000 Logiernächten. An der Spitze der Grossregionen liegt die Genferseeregion mit 2,8 Millionen Logiernächten, gefolgt von der Ostschweiz mit 2 Millionen und dem Espace Mittelland mit 1,1 Millionen Logiernächten. 2016 betrug die mittlere Aufenthaltsdauer in einer Ferienwohnung 6,8 Nächte. Die inländischen Gäste übernachteten im Durchschnitt 5,1 Nächte, Ausländer 3 Nächte. Die längste Aufenthaltsdauer mit 7,4 Nächten verzeichnete die Ostschweiz.

### BED AND BREAKFAST

Im Jahr 2016 reduzierte sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer erstmals seit 2010 von 2,4 Nächte auf 2,3 Nächte. Die Anzahl der Unterkünfte blieb im Vergleich zum Vorjahr fast gleich: 912 Unterkünfte (2015: 911 Unterkünfte). Im Jahr 2016 logierten 171 854 Gäste in 912 Unterkünften (2015: 168 062 Gäste in 911 Unterkünften). Diese generierten insgesamt 396 017 Logiernächte (2015: 396 423 Logiernächte). Es gab erneut eine Steigerung bei den Schweizer Gästen: 210 000 Logiernächte im Jahr 2016, dies entspricht einem Anteil von 53 Prozent (2015: 204 000 Logiernächte). Und wiederum machten 2016 die Gäste aus Europa den zweitgrössten Anteil aus: 149 814 Logiernächte / 37,8 Prozent (2015: 149 990 Logiernächte). Da die Anzahl der Gastgeber jährlich schwankt (Ein- und Austritte während des Jahres), sind die Resultate nicht direkt mit denjenigen der Vorjahre vergleichbar.

### AGROTOURISMUS

Rund 300 Bauernhöfe zählen zur nationalen Dachorganisation Agrotourismus Schweiz. Der Verband fördert den Agrotourismus in der Schweiz – durch Kommunikation und Marketing, Angebotsbündelung, Qualitätsförderung und Verbesserung der Rahmenbedingungen. Ferien auf dem Bauernhof liegen im Trend und sind bei den Feriengästen weiterhin sehr beliebt. Im Vergleich zum Vorjahr sind 2016 die Buchungen um 6,5 Prozent gestiegen, der Umsatz hat in Folge der unsicheren Wirtschaftslage und des starken Schweizer Frankens um 5 Prozent abgenommen. Die Gäste schätzen das einfache Buchungsverfahren über das elektronische Buchungssystem von Agrotourismus Schweiz. Nebst Ferienwohnungen können dort neu auch Zimmer und Gruppenunterkünfte gebucht werden.

### KOLLEKTIVUNTERKÜNFTE

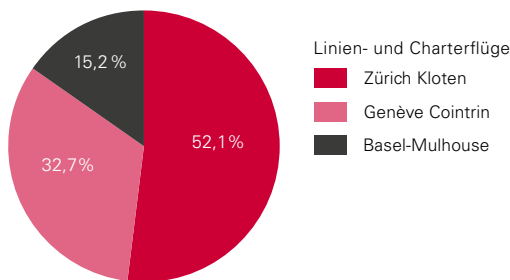
Die Kollektivunterkünfte registrierten 2016 5 Millionen Logiernächte. Schweizer Gäste verzeichneten 3,7 Millionen Logiernächte, was 74 Prozent aller Logiernächte entspricht. Ausländer übernachteten 1,3 Millionen Mal. Die höchste Logiernächtezahl verbuchte Deutschland mit 331 000 Logiernächten, gefolgt vom Vereinigten Königreich mit 75 000 und Frankreich mit 52 000 Logiernächten. Espace Mittelland steht mit 1,4 Millionen Logiernächten an der Spitze der Grossregionen, gefolgt von der Genferseeregion (1,3 Millionen) und der Ostschweiz (1,1 Millionen). Die mittlere Aufenthaltsdauer betrug 2016 2,7 Nächte. Im Durchschnitt übernachteten die Schweizer 2,1 Nächte, ausländische Gäste 1,8 Nächte. Bei den Grossregionen verzeichnete die Ostschweiz mit 3,1 Nächten die längste Aufenthaltsdauer.

# MOBILITÄT

Der öffentliche Verkehr in der Schweiz gehört zu den besten und dichtesten weltweit. Durch die hohe Servicequalität, eine flächendeckende Versorgung sowie präzise aufeinander abgestimmte Taktfahrpläne für Bahn, Bus, Schiff und Seilbahn hebt sich der öffentliche Verkehr in der Schweiz ab. Touristen können so die gesamte Schweiz – auch abgelegene Täler und Regionen – entdecken, und dies auf sehr umweltfreundliche und nachhaltige Art. Der STV setzt sich für ein starkes ÖV-Netz in der Schweiz ein.

## FLUGVERKEHR

2016 registrierten die Schweizer Flughäfen im Linien- und Charterverkehr 0,5 Millionen Start- und Landebewegungen, gesamthaft wurden 51,8 Millionen Passagiere befördert. Während die Anzahl Flugbewegungen seit dem Jahr 2000 um 13 Prozent zurückgegangen ist, haben die Passagierzahlen um 50 Prozent zugenommen. Grund für diese gegenläufigen Entwicklungen sind grössere Flugzeuge und höhere Sitzplatzauslastungen. Zürich Kloten bleibt mit 27,6 Millionen beförderten Passagieren der wichtigste Ankunftsflughafen in der Schweiz, gefolgt von Genève Cointrin mit 16,5 Millionen Passagieren.



Quelle: Bundesamt für Zivilluftfahrt, Luftverkehrstatistik

## BAHN

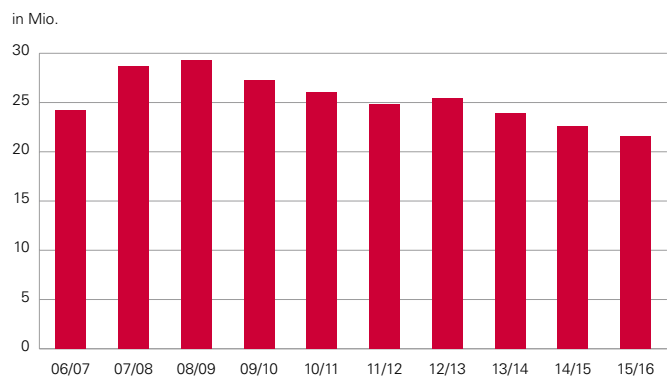
Die Länge des Schweizer Schienennetzes beträgt 5323 Kilometer; es ist damit eines der dichtesten Bahnnetze der Welt. 2016 beförderten die SBB über 1,25 Millionen Reisende pro Tag. Die durchschnittliche Reisedistanz beträgt rund 41 Kilometer pro Personenfahrt.

Quelle: Schweizerische Bundesbahnen SBB

## SEILBAHNEN

Die Schweizer Skistationen registrierten im Winter 2015/16 insgesamt 21,6 Millionen Ersteintritte (sog. Skier-days). Dies entspricht einem Rückgang von 11,7 Prozent gegenüber dem Fünfjahresschnitt und ist der tiefste Wert seit mehr als 25 Jahren.

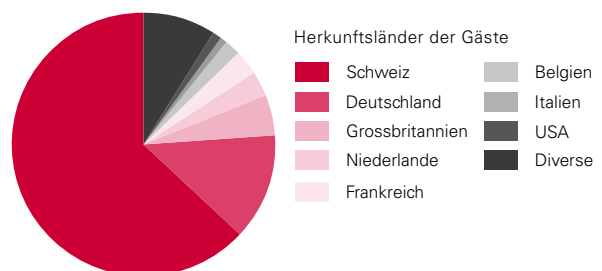
### ENTWICKLUNG DER WINTER-ERSTEINTRITTE IN DER SCHWEIZ



Der Rückgang der Erträge war ausgeprägter als jener der Ersteintritte. Die durchschnittlichen Einnahmen pro Ersteintritt sind somit gesunken.

## GÄSTESTRUKTUR

Knapp zwei Drittel der Schneesportler sind in der Schweiz wohnhaft (63 Prozent). Von den restlichen Gästen in den Schweizer Skigebieten stammen mit Abstand am meisten aus Deutschland (13 Prozent). Die verbleibenden 24 Prozent teilen diverse Länder unter sich auf. Die internationale Kundschaft stellt für die Seilbahnbranche somit einen wichtigen Markt dar.



Quelle: Seilbahnen Schweiz



# **POLITIK UND WIRTSCHAFT** ALPINER TOURISMUS IM FOKUS

---

Verankerung MwSt-Sondersatz Hotellerie

Fokusthema «Alpiner Tourismus»

Table Ronde

Sharing Economy: Airbnb, Uber & Co.

## Digitalisierung

Fair-Preis-Initiative

Verein «Barrierefreie Schweiz» gegründet

## Schneesportförderung

Tag der Tourismuswirtschaft

Parahotellerie-Statistik PASTA eingeführt

## Standortförderung 2016–2019

## TOURISMUSPOLITIK

### ALPNER TOURISMUS

Anfang 2016 hat der Schweizer Tourismus-Verband beschlossen, den **Alpinen Tourismus** ins Zentrum zu rücken und zum **Fokus-Thema** für die aktuelle Legislatur 2016–2019 zu machen.

Die Entwicklung der Städte und diejenige des ländlichen und des alpinen Raumes sind sehr unterschiedlich. **Während die Städte prosperieren**, unter anderem dank des Geschäftstourismus, **kämpfen die alpinen Regionen und Destinationen** darum, den aktuellen Stand zu halten oder die Verschlechterung der touristischen Situation wenigstens zu verlangsamen.

Um dieses Auseinanderdriften von städtischem und ländlich-alpinem Tourismus sowie die Bedeutung des Tourismus im alpinen Raum zu belegen, gab der STV eine Studie in Auftrag (siehe auch S. 20). Sie hat unter anderem deutlich gezeigt, dass der Tourismus im Alpenraum einer der wichtigsten Wirtschaftszweige ist,

von dem diverse andere Branchen – beispielsweise der Detailhandel und das Baugewerbe, aber auch verschiedenste Dienstleistungen – abhängig sind. Wenn es dem alpinen Tourismus schlecht geht, hat dies auch unmittelbar negative Auswirkungen auf andere Wirtschaftszweige und damit auf den gesamten Alpenraum.

Da der alpine und der ländliche Raum mehr als 60 Prozent der Schweiz ausmacht, lohnt es sich nur schon aus volkswirtschaftlicher Sicht, diesem Sorge zu tragen.

Basierend auf den Resultaten der Studie, hat der STV ein **Positionspapier** zum Alpinen Tourismus erstellt. Einige der Massnahmen sind im Folgenden erwähnt:

Zusammen mit den Seilbahnen Schweiz hat sich der STV erfolgreich für die **teilweise Befreiung der Pistenfahrzeuge von der Mineralölsteuer** eingesetzt. Die Betreiber von Bergbahnen werden so ab der Wintersaison 2016/17 um geschätzte 10 bis 13 Millionen Franken pro Jahr entlastet.

Der Verein «Schneesportinitiative Schweiz» **fördert den Schneesport**, indem er die Organisation von Schneesportlagern und -tagen für Schulen vereinfacht. Dabei werden Schüler mit kleinem oder gar keinem Bezug zum Schnee in der Schule an den Schneesport herangeführt.

Im gesamten Tourismus, gerade auch in den Berggebieten, ist die **Qualität** aktueller denn je. Durch die Qualitätslabels des STV wird einerseits die Qualität verbessert, andererseits sollen ausgezeichnete Betriebe Vorteile erhalten, beispielsweise eine bessere Platzierung in Marketingkampagnen.

Der STV hat sich erfolgreich dafür eingesetzt, dass **keine weiteren Budgetkürzungen im Tourismus** vorgenommen

werden; in Zeiten allgemeiner Sparabsichten keine Selbstverständlichkeit. So wurden keine Kürzungen beim Fonds der Neuen Regionalpolitik vorgenommen, aus dem immer wieder touristische Projekte im Alpenraum unterstützt werden.

Um das Image der Schweiz als **Hochpreisinsel abzuschwächen**, müssen tarifäre und nicht-tarifäre Handelshemmnisse abgebaut werden. Der STV unterstützt deshalb die Initiative «Stopp der Hochpreisinsel – für faire Preise».

Um die politischen Massnahmen zugunsten der Querschnittsbranche Tourismus auf Bundesebene optimal umsetzen zu können, ist es nötig, neben dem Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung (WBF) auch das Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) sowie das Finanzdepartement (EFD) in die Tourismuspolitik des Bundes zu involvieren. Aus diesem Grund forderte der STV eine **verstärkte Koordination der Tourismuspolitik** auf interdepartementaler Ebene. Bereits in der

Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz 2010 hat der Bundesrat als zweite Kernstrategie festgelegt, die Querschnittsaufgaben und somit die Koordination auf Bundesebene zu stärken.

Die Table Ronde zum Alpinen Tourismus, zu der Bundesrat Schneider-Ammann im Herbst 2016 eingeladen hatte, blieb thematisch auf einer allgemeinen und abstrakten Ebene, womit die Tourismusbranche nicht direkt von konkreten Massnahmen, zu welchen der Bund Hand bieten müsste, profitieren kann, u.a. von einer departementsübergreifenden Koordination für die Querschnittsbranche Tourismus.

Passend zum Fokusthema Alpiner Tourismus, war auch der jährliche Tag der Tourismuswirtschaft im Frühling diesem Thema gewidmet. Mitgliedern von Parlament, Wirtschaft und Behörden wurden Bedeutung und aktuelle Situation des alpinen Tourismus nähergebracht und die geplanten Massnahmen vorgestellt, was auf breites Interesse gestossen ist.

#### **EVALUATION DER MASSNAHMEN GEGEN DIE FRANKENSTÄRKE**

Nach fast zwei Jahren «Frankenstärke aufgrund der Aufhebung des Mindestkurses» war die Evaluation der Anfang 2015 definierten und in der Folge ergriffenen Massnahmen angezeigt. Die Bilanz fiel mehrheitlich positiv aus, auch wenn die Frankenstärke nach wie vor besteht und im Schweizer Tourismus Dauerthema ist. Es ist also keinesfalls ratsam, die Hände in den Schooss zu legen und nichts mehr zu tun. Die eingeleiteten Massnahmen – sei es z.B. die Steigerung der Qualität, und der touristischen Bildung oder die Förderung von Kooperationen – werden weiter beobachtet und wieder ins Bewusstsein der Betroffenen zurückgeholt.

Leider mussten gewisse Schritte auch als aussichtslos eingestuft werden. Wenn die Adressaten nicht Hand bieten, geraten die besten Ideen ins Stocken, so zum Beispiel bei den dem WBF vorgeschlagenen Lockerungen betreffend Kurzarbeitsentschädigung für Unternehmen.

#### **DIGITALISIERUNG**

Die Digitalisierung ist ein dominantes Thema in allen Wirtschaftszweigen, so auch im Tourismus. In diesem Wust von vielen, schnellen, oft auch kurzlebigen Neuerungen braucht es ein «umsichtiges Auge, um auf zukunftssträchtige Pferde» zu setzen respektive sinnvolle Rahmenbedingungen zu gestalten.

Dass Airbnb nicht kurzlebig ist, hat sich mittlerweile eindeutig gezeigt. Ebenfalls erwiesen hat sich jedoch, dass dem Schweizer Tourismus jährlich Kurtaxen in Millionenhöhe entgehen, weil viele Airbnb-Vermieter nicht wissen, dass solche zu entrichten wären, oder sie auch bewusst umgehen. Um dieser Situation ein Ende zu setzen, hat Nationalrat Dominique de Buman, Präsident des STV, eine Motion eingereicht. Sie will die gesetzliche Grundlage dafür schaffen, dass Airbnb die Kurtaxen einkassieren und diese mit der Schweiz abrechnen kann. Ein entsprechendes Angebot seitens Airbnb besteht, denn die Plattform praktiziert dieses System bereits mit mehreren grossen Städten (Amsterdam, Paris usw.) und Ländern (u.a. Indien).

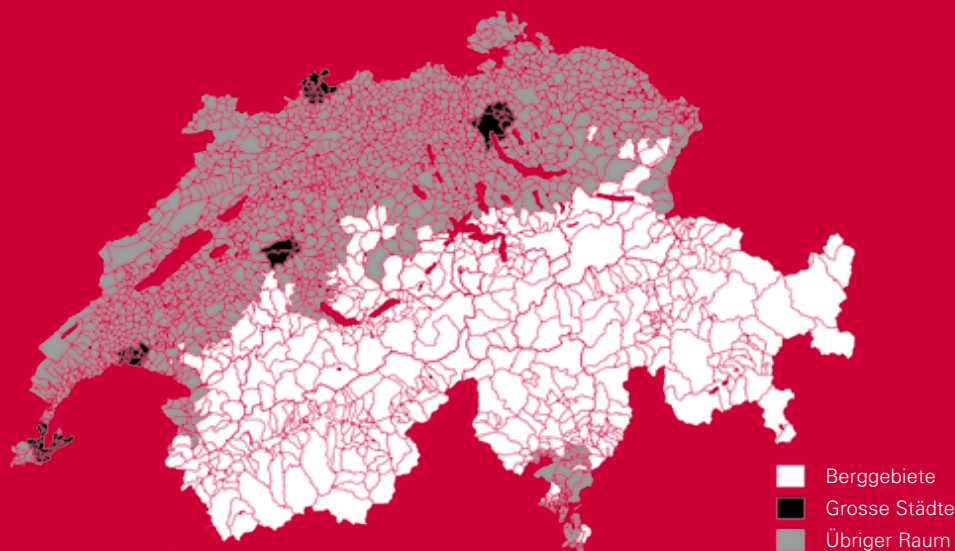
Noch nicht wirklich publik geworden ist die Tatsache, dass die EU per Mitte 2017 die Roaming-Gebühren abschaffen wird. Die Schweiz wird damit auch in dieser Hinsicht zur Hochpreisinsel. Zudem ist es paradox, immer mehr Informationen und Buchungsmöglichkeiten auf dem Web zur Verfügung zu stellen, gleichzeitig aber ausländischen Gästen, gerade aus dem preissensiblen EU-Raum, zum Teil beträchtliche Gebühren für den Bezug dieser Informationen in Rechnung zu stellen. Der Bundesrat erachtet die aktuelle Gesetzeslage allerdings als ausreichend. Der STV wird weitere Möglichkeiten evaluieren, damit die Situation entschärft werden kann.

# FOKUSTHEMA ALPINER TOURISMUS

Der Schweizer Tourismus-Verband veröffentlichte 2016 ein Positionspapier zum Alpinen Tourismus mit konkreten Massnahmen.

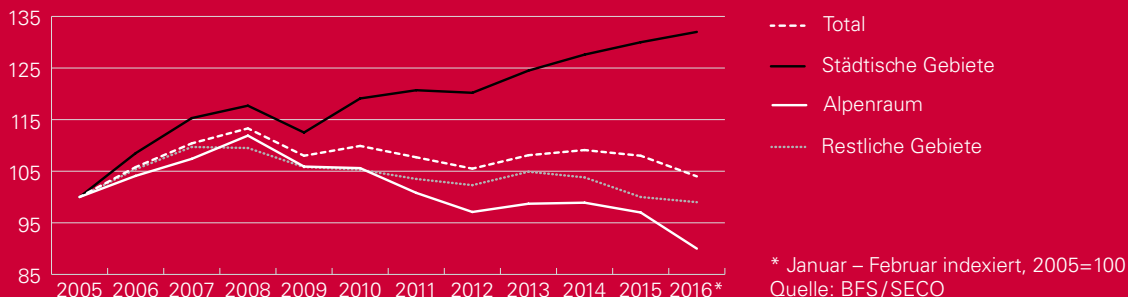
An der **Table Ronde** mit Bundespräsident Johann Schneider-Ammann im September 2016 forderte der STV eine verbesserte Koordination der verschiedenen Departemente für den alpinen Tourismus. Ständerat Hans Stöckli – STV-Vorstandsmitglied – reichte hierzu ein Postulat im Ständerat ein.

Um die Bedeutung des Tourismus im alpinen Gebiet zu untersuchen, hat der STV zusammen mit seinen Vorstandsverbänden eine **Studie** bei Rütter Soceco in Auftrag gegeben.



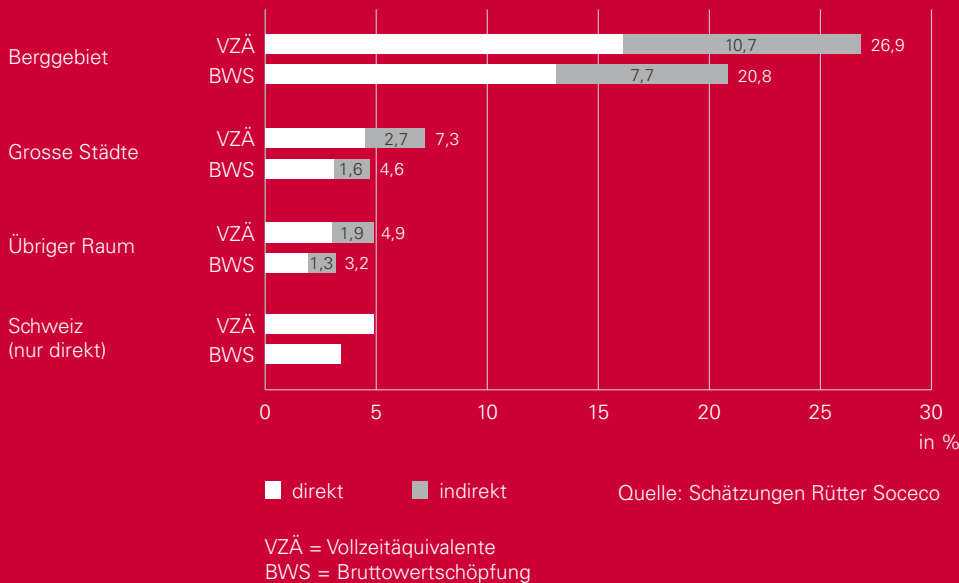
Darin werden die Raumtypen «Berggebiet», «Grosse Städte» und «Übriger Raum» entsprechend den Marketing-Regionen von Schweiz Tourismus abgegrenzt.

## ENTWICKLUNG DER LOGIERNÄCHTE



Die grossen Städte haben in den letzten zehn Jahren um 23,3 Prozent an Logiernächten zugelegt, das **Berggebiet** hingegen um **10,1 Prozent** eingebüsst.

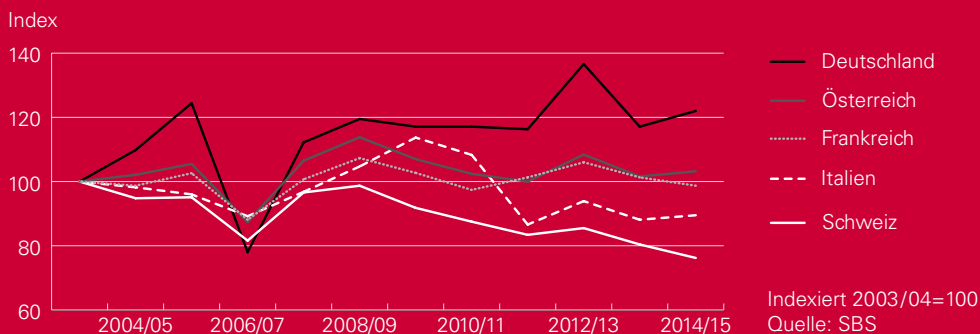
## ARBEITSPLÄTZE UND WERTSCHÖPFUNG



Der Tourismus stellt im **Berggebiet** insgesamt rund **26,9 Prozent** der Arbeitsplätze zur Verfügung. Jede vierte Person im Berggebiet arbeitet also direkt oder indirekt für den Tourismus.

Im Berggebiet ist der Tourismus direkt und indirekt für **20,8 Prozent** der Bruttowertschöpfung verantwortlich. Neben den klassischen touristischen Leistungserbringern (Beherbergung, Gaststätten, Bergbahnen etc.) sind diverse andere Branchen direkt vom Tourismus abhängig; so insbesondere der Detailhandel, die Bauwirtschaft sowie Industrie und Gewerbe.

## ENTWICKLUNG IM WINTERTOURISMUS (EUROPA)



Die Ersteintritte bei Bergbahnen (Skier-Days) sind in der Schweiz rückläufig und gingen seit 2004/05 um etwa ein Viertel zurück. In der **Wintersaison** werden bei den Schweizer Bergbahnen durchschnittlich **76 Prozent** der Jahreserträge (Personen-Verkehrserträge) generiert.

Quelle: Seilbahnen Schweiz, Fakten und Zahlen

## STELLUNGNAHMEN

Der STV nimmt jeweils Stellung zu laufenden Vernehmlassungen, welche die touristischen Betriebe in der Schweiz betreffen. Stellungnahmen sind ein wichtiges Instrument, um die Rahmenbedingungen für touristische Unternehmen zu verbessern. Der STV hat im vergangenen Jahr unter anderem zu folgenden Geschäften Stellung genommen:

### STABILISIERUNGSPROGRAMM 2017–2019

Im Zuge der Aufhebung des Euro-Mindestkurses haben sich die finanziellen Aussichten des Bundes verschlechtert. Mit dem Stabilisierungsprogramm 2017–2019 sollte der Bundeshaushalt ab 2017 um eine Milliarde Schweizer Franken entlastet werden. Ziel ist die Einhaltung der Vorgaben der Schuldenbremse. Der Schweizer Tourismus-Verband nahm zu den tourismusrelevanten Massnahmen Stellung. Insbesondere wehrt sich der STV gegen weitere Budgetkürzungen im Tourismus:

- **Beiträge an J&S-Kurse und -Lager**, insbesondere im Bereich Schneesport, sollen nicht um 1,05 Mio. CHF pro Jahr gesenkt werden.
- Die Einlagen in den **Fonds für Regionalentwicklung** (NRP) sollen nicht um 1,6 bis 2,1 Mio. CHF pro Jahr reduziert werden.
- Das Programm **Innotour** wie auch die Mittel für Schweiz Tourismus sollen nicht, wie geplant, reduziert werden.
- Die Aufsicht im öffentlichen Verkehr in nicht sicherheitsrelevanten Bereichen soll flexibilisiert und dadurch entlastet werden.
- Durch eine periodisch und risikoorientierte Prüfung der Jahresrechnungen von Transportunternehmen werden kleine Seilbahnbetriebe wie auch das Bundesamt für Verkehr (BAV) administrativ entlastet und die Abläufe effizienter gestaltet.
- Das **Risikoaktivitätengesetz (RiskG)** soll nicht abgeschafft werden. Der Spareffekt von CHF 150 000 ist gegenüber den Nachteilen viel zu gering.

### VERANKERUNG DES MWST-SONDERSATZES

Der MwSt-Sondersatz soll definitiv im Gesetz verankert werden. Nach 20 Jahren Provisorium muss der Beherbergungssatz definitiv im Mehrwertsteuer-Gesetz verankert werden; dies schafft Planungssicherheit. Der Sondersatz ist keinesfalls ein Privileg, sondern berücksichtigt den Exportcharakter der Branche: Rund 55 Prozent der Übernachtungen stammen von ausländischen Gästen. In Europa wenden 25 der 28 EU-Staaten einen Mehrwertsteuer-Sondersatz für die Beherbergung an.

### SPIELBANKENVERORDNUNG

Mit der vorgeschlagenen Änderung sollen die Tischspiele in ausgewählten Spielbanken neu während 270 Tagen pro Jahr geschlossen werden können, sie wären somit voraussichtlich lediglich während der Hochsaison in den Wintermonaten geöffnet. Momentan wären ausschliesslich die Spielbanken Davos und St. Moritz von dieser Ausnahme betroffen. Der STV begrüsst die geplante Änderung. Seit 2008 hat der Alpenraum kontinuierlich an Logiernächten verloren, wovon auch die Casinos in diesen Gebieten direkt betroffen sind.

### BUNDESBESCHLUSS VELOWEGE

Velowege sind von grosser Bedeutung für den Schweizer Tourismus. Viele Destinationen unternehmen grosse Anstrengungen, um die Velowege attraktiv zu gestalten und instand zu halten. Die Qualität der Wege unterscheidet sich allerdings erheblich. Auch deshalb ist es sinnvoll, dass sich der Bund für ein attraktives Velowegnetz einsetzt.

**SACHPLAN INFRASTRUKTUR LUFTFAHRT**

Die geplanten Massnahmen, insbesondere die Routenänderungen, führen zu einer Reduktion der Komplexität, zu mehr Sicherheit und teilweise zu einer leicht höheren Kapazität im Normalbetrieb. Der Flugverkehr kann damit auch bei ungünstigen Wetterlagen abgewickelt werden. Zusammen mit den für einen stabilen Betrieb notwendigen Kapazitätserhöhungen kann die Pünktlichkeit insgesamt verbessert und somit die Verspätungen reduziert werden. Der STV begrüsst die vorgesehenen Änderungen.

**ÄNDERUNG DES JAGDGESETZES**

Der STV begrüsst die Umbenennung der Jagdbanngebiete in Wildtierschutzgebiete, da dies der heutigen Funktion dieser Gebiete entspricht. Mit der Umbenennung soll jedoch keine Ausweitung der Schutzbestimmungen zu Lasten des Tourismus stattfinden.

**OLYMPISCHE WINTERSPIELE 2026**

Olympia 2026 gab vor allem in der zweiten Jahreshälfte, nach Einreichen der Bewerbungen, viel zu reden. Gegen Ende 2016 zeichnete sich ab, dass noch eine Kandidatur, diejenige von «Sion 2026», im Rennen ist.

Grundsätzlich ist es dem STV wichtig, die Tourismuswirtschaft so nachhaltig wie möglich auszugestalten, d.h. zum Beispiel keine überdimensionalen Infrastrukturen für einmalige Nutzungen zu erstellen. Gerade im Zusammen-

hang mit Olympischen Winterspielen könnte dieser Voraussetzungen zu einem wesentlichen Teil Genüge getan werden, da die Anlagen bereits vorhanden sind und nur wenige Anlagen und Bauten neu erstellt werden müssten.

«Sion 2026» kommt den Voraussetzungen nun aber recht nahe, und aus touristischer Sicht ist die Kandidatur – und noch mehr der Zuschlag – ein Gewinn, kann sie doch gerade dem Alpenen Tourismus zu neuem Schwung verhelfen.

Carschina Untersäss  1¼ h  
St. Antonien Platz  2¼ h

Schesaplana Hütte  4½ h

Drusator 40 min

Schweizertor 2 h

PRÄTTIGAUER HÖHENWEG  
BAW

Prättigauer Höhenweg

72

  
35  
Walsertal

Walsertal



## TOURISMUSWIRTSCHAFT

### BARRIEREFREIHEIT

Barrierefreie Schweiz  
Suisse sans obstacles  
Svizzera senza ostacoli



Infolge der demografischen Entwicklung kommt der Barrierefreiheit immer grössere Bedeutung zu. Nachdem das

Thema schon seit längerer Zeit zwischen Tourismus- und Behindertenorganisationen diskutiert worden war, wurde Ende 2016 der Förderverein «Barrierefreie Schweiz» gegründet. Zweck des Vereins ist es, aktuelle Reiseinformationen für Menschen mit Behinderungen im Schweizer Tourismus strukturiert und auf breiter Basis zugänglich zu machen. Die Geschäftsstelle des Vereins ist bei Mobility International Schweiz MIS.

Der Verein will es Menschen mit Einschränkungen möglichst einfach machen, in der Schweiz zu reisen und touristische Angebote zu nutzen. Es bestehen bereits viele Informationen, zentral und gut überblickbar sind sie allerdings nicht. Der Förderverein setzt genau an diesem Punkt an und unterstützt Massnahmen und Projekte, die Reiseinformationen für Menschen mit Einschränkungen einfach und praktisch zugänglich machen. Parallel zu den Aktivitäten des Fördervereins führt der STV bei seiner Ferienwohnungs-Klassifikation die Unterkategorie «barrierefrei» ein. Die Parahotellerie (Bed and Breakfast, Ferienwohnungen etc.), soll analog zur Hotellerie auf Barrierefreiheit überprüft und die einzelnen Unterkünfte bei Erfüllen der Voraussetzungen als «barrierefrei» ausgewiesen werden – eine Erleichterung für Reisende mit eingeschränkter Mobilität.

### PATRONATSPARTNER DES TOURISMUSFORUMS SCHWEIZ

Seit 2016 ist der STV Patronatspartner des Tourismusforums Schweiz, das jeweils Mitte November vom SECO zu einem touristischen Schwerpunktthema durchgeführt wird. Themen, Organisation und Referenten werden nun mit dem STV besprochen, sodass Bedürfnisse und Anliegen der Branche direkt in die Gestaltung des Anlasses einbezogen werden können. Dabei wird der STV als Dachverband der Tourismusbranche jeweils auch einen aktiven Part am Anlass übernehmen.

### BEHERBERGUNGSSTATISTIK

#### HOTELLERIE (HESTA)

Ein typischer Bereich, der ebenfalls stark von der Digitalisierung betroffen ist, sind Statistiken, in der Tourismusbranche vornehmlich die Beherbergungsstatistik HESTA. Diese wird in einer Public Private Partnership je hälftig zu Lasten der Branche sowie des Bundes vom Bundesamt für Statistik BFS erstellt. Der STV hat beschlossen, diese Statistik einer Analyse zu unterziehen, bevor der neue Vertrag für die Jahre 2019–2022 abgeschlossen wird. Die Analyse wird einerseits vereinfachte und zeitgemässe Möglichkeiten der Erfassung sowie des Transfers der Daten aufzeigen, welche für die Datenlieferanten eine Vereinfachung mit sich bringen. Andererseits wird sie Grundlage für die Verhandlungen mit dem BFS sein. Die Koordination der Analyse liegt beim STV, die Resultate sollen spätestens per Mitte 2017 vorliegen.

#### PARAHOTELLERIE (PASTA)

Das Bundesamt für Statistik hat im Jahr 2016 erstmals Zahlen der Parahotelleriestatistik PASTA veröffentlicht (erste zwei Quartale). Dabei handelt es sich um die monatliche Anzahl Ankünfte und Logiernächte in kommerziell bewirtschafteten Ferienwohnungen und Kollektivunterkünften pro Grossregion und Herkunftsland der Gäste.

Gleichzeitig hat der Schweizer Tourismus-Verband mit den grossen Tourismuskantonen und Schweiz Tourismus als Projektpartner ein letztes Mal Ferienwohnungsdaten im Rahmen der Parahotellerie-Messung «PASTA light» erhoben. Auch wenn sich der Datenaustausch mit dem Walliser Tourismus Observatorium und die technischen Anpassungen des Vorjahres bewährt haben und der Bedarf der Tourismusbranche an Detaildaten nach wie vor vorhanden ist, haben die Projektleiter und -partner entschieden, das Projekt Ende 2016 einzustellen. «PASTA light» hat von 2011 bis 2016 die Informationslücke im Bereich der Ferienwohnungslogiernächte gefüllt und wird von der PASTA abgelöst.

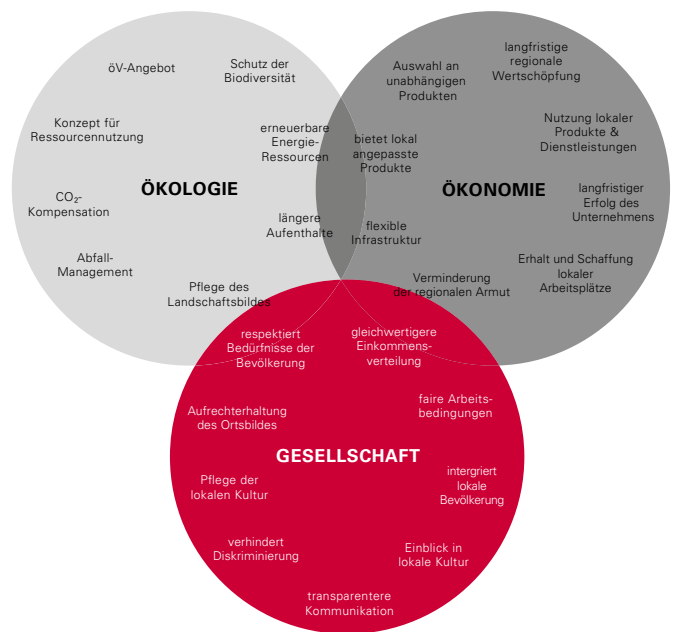
**NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER BRANCHE**

In der Schweiz ist Nachhaltigkeit im Tourismus bereits tief verwurzelt. Die Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus wurde im Mai 2009 von den Spitzen der touristischen Verbände, allen Tourismusregionen, Schweiz Tourismus und den SBB unterschrieben. Der STV überprüfte die Umsetzung der Charta und sorgt bis heute dafür, dass ein Erfahrungsaustausch unter den Partnern stattfindet.

Die Schweiz ist heute eine der nachhaltigsten Destinationen, dies bestätigen verschiedene internationale Ratings. Gelobt werden unter anderem der etablierte öffentliche Verkehr, das Konzept der Naturpärke, das grosse Netzwerk von Berg- und Wanderwegen sowie der Einbezug der lokalen Bevölkerung (Stimmrecht). Positiv bewertet werden ausserdem die lebendige Kultur, die strikten Umweltgesetze, die tiefe Arbeitslosenquote und die ökonomischen Freiheiten. Es gibt kaum ein Land, welches all diese Stärken so vereint wie die Schweiz. Der erste Solarskilift der Welt steht in der Schweiz, der erste elektrische Tourbus der Welt fährt hier; es gibt autofreie Ferienorte, unzählige UNESCO-Welterbestätten und vieles mehr.

Nachhaltige Entwicklung ist ein langsamer Prozess, welcher von vielen Akteuren gemeinsam getragen werden muss. Wir sind auf einem guten Weg. Der STV setzt sich weiterhin für die nachhaltige Entwicklung ein.

**VERSTÄNDNIS EINER NACHHALTIGEN TOURISMUSENTWICKLUNG**



Quelle: Hochschule Luzern (HSLU), 2012

**FACHGRUPPE NACHHALTIGER TOURISMUS**

2015 wurde die Fachgruppe Nachhaltiger Tourismus (NaTour) eingesetzt, welche aktuelle Themen behandelt. Im Jahr 2016 wurden unter anderen folgende Aktivitäten mit nationalen Partnern koordiniert:



«cause we care» von myclimate, welches 2017 mit den ersten Partnern startet. Der Gast kann dabei in seinem Hotel, der Bergbahn oder dem Tourismusbüro freiwillig einen finanziellen Beitrag leisten, welcher für Nachhaltigkeits-Projekte im Betrieb eingesetzt wird.



«Innovationsgenerator» der CIPRA (Internationale Alpenschutzkommission), welcher ab 2017 Projekte für eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus fördert. Dabei werden Projekte im Co-Creation Ansatz mit touristischen Partnern entwickelt und finanziell unterstützt.



# QUALITÄTSFÖRDERUNG ZAHLREICHE NEUERUNGEN

---

## Qualitäts-Programm

11 947 ausgebildete Personen seit 1998

grösste Zunahme in der Region Fribourg

Neue Inhalte: Q-Programm 3.0

437 Betriebe im 2016 ausgezeichnet

## Wellness Destination

Kriterienrevision

Wellness-Philosophie

Anpassung an aktuelle Trends

## Ferienwohnungs-Klassifikation

schweizweit 28 247 klassierte Feriendomizile

Partnerschaft mit Pro Infirmis

Barrierefreiheit

## Family Destination

26 ausgezeichnete Destinationen

## QUALITÄTS-PROGRAMM DES SCHWEIZER TOURISMUS

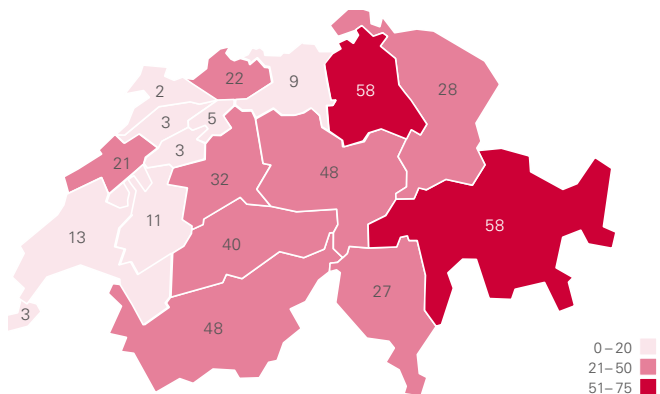
Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus verzeichnete 2016 einen Rückgang der Auszeichnungszahlen. Schwerpunkt des Jahres war die zweite Phase der Überarbeitung des Qualitäts-Programms.

### AUSZEICHNUNGEN 2016

Im Jahr 2016 erhielten 437 Betriebe ein Qualitäts-Gütesiegel. Im Berichtsjahr war es die Region Fribourg, die den grössten Zuwachs an Auszeichnungen ausweisen konnte (+6 Prozent). Bei den Branchen sind es die Bereiche ÖV (+5 Prozent) und Freizeit/Kultur (+3 Prozent), die 2016 besonders stark zugenommen haben. Am 31. Dezember 2016 waren es insgesamt 8586 Betriebe, die der STV seit 1998 mit einem Q-Gütesiegel auszeichnen konnte (Wiederholungen mitgezählt). 2016 besuchten 334 Teilnehmer einen Q-Coach- oder einen Q-Trainer-Kurs, was eine Abnahme gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Die Rückgänge sind vor allem darauf zurückzuführen, dass viele Betriebe die neuen Inhalte des überarbeiteten Q-Programms abwarten und erst dann die Erarbeitung des Gütesiegels angehen wollen.

### NEUE Q-AUSZEICHNUNGEN 2016

Quelle: Schweizer Tourismus-Verband



### TIEFGREIFENDE ÜBERARBEITUNG

Zusammen mit seinen Partnern konnte der STV die Überarbeitung des Q-Programms entscheidend voranbringen. Neue Tools und Kursinhalte wurden entwickelt, neue Schulungsunterlagen erstellt und die webbasierte Applikation

Q-Portal neu programmiert. Das Qualitäts-Programm präsentiert sich ab Frühling 2017 flexibel, individuell und outputorientiert.

Das Q-Programm wird weiterhin in drei Stufen aufgebaut sein und mit einfachen Instrumenten einen unkomplizierten und kostengünstigen Zugang zum Qualitätsmanagement ermöglichen. Die Stufen I und II enthalten zur grösstmöglichen Flexibilität Wahl- und Pflichtmodule.

Die Stufe I schärft den Blick für schlanke Abläufe, Gastfreundlichkeit und Mitarbeiterorientierung, und es werden weiterhin Serviceketten und Aktionspläne erstellt. Neben 3 Pflichtmodulen muss neu mindestens 1 Wahlmodul aus einer Wahlmodulpalette gewählt werden, die allen Stufen zur Verfügung steht. Auf Stufe II müssen neben 4 Pflichtmodulen mindestens 2 Wahlmodule gewählt werden. Der Fokus der Pflichtmodule gilt der Führungs- und Betriebsanalyse, dem Feedbackmanagement, einem Umweltprofil und dem kontinuierlichen Verbesserungsprozess. In diesen Modulen werden auch Gästereviews, deren Beantwortung und Auswertung thematisiert. Neu fliessen für Hotels die Resultate aus der Q-Umfrage direkt in den TrustYou-Score mit ein.

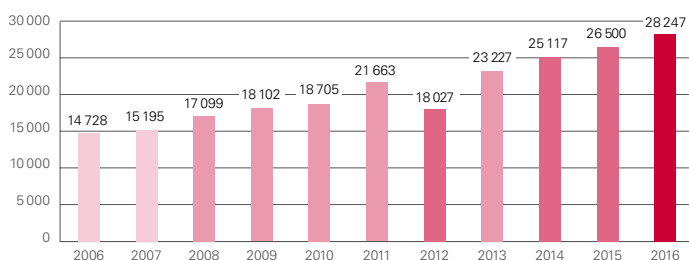
Mit den Wahlmodulen haben die teilnehmenden Betriebe die Möglichkeit, Themen individuell nach ihren Bedürfnissen und Interessen auszuwählen. Die Wahlmodulpalette wird laufend erweitert und enthält zu Beginn Anforderungen zu Themen wie Erlebnisqualität, Kooperationen, Gastfreundschaft oder Erfahrungsaustausch. Mit dem bewährten Mystery-Check oder einem kompakten Beratungsmodul kann die eigene Dienstleistung überprüft werden. Umfassende Auswertungen und Benchmarks geben Hinweise darauf, wo und wie man die eigene Dienstleistung verbessern könnte.

## FERIENWOHNUNGS- UND GÄSTEZIMMER-KLASSIFIKATION

### ÜBER 28 000 KLASSIERTE FERIENDOMIZILE

Das vierte Jahr der Klassifikationsperiode 2013–2017 konnte erfolgreich abgeschlossen werden. Ende 2016 hatte der STV 28 247 Ferienwohnungen und Gästezimmer klassiert. Darunter neu auch Bed and Breakfasts, welche seit dem 1. Januar 2016 ihre Objekte mit den STV-Sternen klassieren. Dies sind total 1747 klassierte Objekte mehr. Spitzenreiter ist nach wie vor das Wallis mit 11 615 klassierten Objekten, gefolgt von Graubünden mit 7259 und dem Berner Oberland mit 3340 klassierten Objekten. Alle Klassifikationen sind noch bis Ende 2017 gültig, können aber bereits ab Februar 2017 erneuert werden.

### ENTWICKLUNG DER KLASSIFIKATIONEN



Quelle: Schweizer Tourismus-Verband

### STICHPROBENKONTROLLEN BEI 622 OBJEKTEN

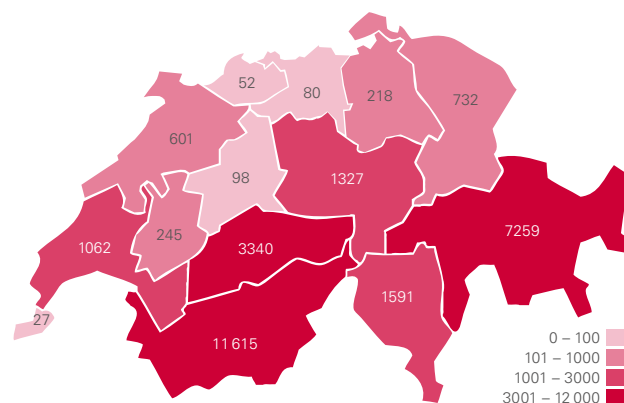
Der STV führte im 2016 zwei Kontrolleur-Kurse durch und bildete 13 neue Kontrollpersonen aus. Sie und rund weitere 130 Kontrollpersonen prüften 622 Ferienwohnungen und Gästezimmer auf deren Qualität. Mit Murten Tourismus konnte eine neue Klassifikationsstelle gewonnen werden.

### NEUE PARTNER

2016 gingen der STV und Pro Infirmis eine neue Partnerschaft ein. Dies vor dem Hintergrund, dass die Ferienwohnungen, Gästezimmer und Bed and Breakfasts in Zukunft professionell auf ihre Barrierefreiheit überprüft werden, bevor sie mit der Spezialisierungskategorie barrierefrei / bedingt barrierefrei ausgezeichnet werden können.

Ansonsten war 2016 vor allem ein intensives Testjahr. Alle im letztjährigen Bericht genannten Anpassungen der Klassifikation mussten auch im Klassifikationssystem STnet erfolgen, was mit viel technischem Aufwand und intensiven Kontrollen verbunden war.

### FERIENWOHNUNGEN UND GÄSTEZIMMER 2013–2017



Quelle: Schweizer Tourismus-Verband

### KRITERIENREVISION 2018+

Ab 2018 wird es keine fixen Klassifikationsperioden mehr geben. Dieser Umstand bewog die Fachgruppe für die Ferienwohnungs- und Gästezimmer-Klassifikation dazu, dass bereits ab Februar 2017 nach den neuen Kriterien klassiert werden kann, um unter anderem bereits jetzt von den neuen Spezialisierungskategorien profitieren zu können.

### EINFÜHRUNG VON FÜNF SPEZIALISIERUNGSKATEGORIEN

Ab Februar 2017 können Ferienwohnungs- und Gästezimmer-Vermieter ihr Engagement in einem speziellen Bereich wie z.B. Familienfreundlichkeit gesondert ausweisen. Nebst der gängigen Sterne-Klassifikation können folgende Spezialisierungskategorien erreicht werden:

- Familienfreundlich
- Bikefreundlich
- Haustiere willkommen
- Barrierefrei/bedingt barrierefrei
- Rustici/Berghütten/Maiensässe

# GÜTESIEGEL «FAMILY DESTINATION» UND «WELLNESS DESTINATION»

## FAMILY DESTINATION

Seit dem 1. Januar 2016 läuft die aktuelle Periode des Gütesiegels «Family Destination»; 26 Orte in der Schweiz sind mit dem Label ausgezeichnet. Das Gütesiegel prämiert Ferienorte, die ihr Angebot gezielt auf Familien ausrichten. Es fördert die Spezialisierung und Kooperationen innerhalb der Destination. Die Vergabe des Labels ist an Kriterien gebunden. Während des vergangenen Jahres wurde stichprobemässig kontrolliert, ob diese nach wie vor nahtlos erfüllt werden. An vielen Orten kamen neue Partnerbetriebe dazu. Wer die Auflagen nicht mehr erfüllt oder sich anders positioniert, scheidet aus. Ein jährlicher Aktionsplan, speziell auf familiäre Bedürfnisse ausgerichtet, und das Einberufen eines «Runden Tisches» für alle beteiligten Betriebe ist Pflicht und wird vom STV überprüft.

### AUSGEZEICHNETE ORTE / DESTINATIONEN 2016–2018

Wallis	1 Fiesch   2 Riederalp   3 Bettmeralp 4 Blatten–Belalp (neu)   5 Bellwald 6 Crans-Montana (neu)   7 Nendaz   8 Grächen 9 Saas-Fee   10 Zermatt
Berner Oberland	11 Lenk   12 Hasliberg
Luzern/Vierwaldstättersee	13 Sörenberg   14 Engelberg
Ostschweiz/Liechtenstein	15 Braunwald   16 Wildhaus–Alt St. Johann 17 Malbun
Graubünden	18 Flims, Laax   19 Lenzerheide   20 Savognin 21 Arosa   22 Davos   23 Klosters 24 Pontresina (neu)   25 Zuoz (neu)
Tessin	26 Ascona–Locarno

## WELLNESS DESTINATION

### KRITERIENREVISION

2016 war ganz der Revision des Labels gewidmet. Was braucht es, damit ein Gast zufrieden aus seinem Wellness-Urlaub abreist? Wie kann sich eine Destination in diese Richtung spezialisieren und profilieren? Das sind nur einige der Fragen, welche die Qualitätssicherungs-Kommission für die neue Auszeichnungsperiode angegangen ist. Das Label soll durch die Revision gestärkt und gleichzeitig aktuellen Trends angepasst werden.

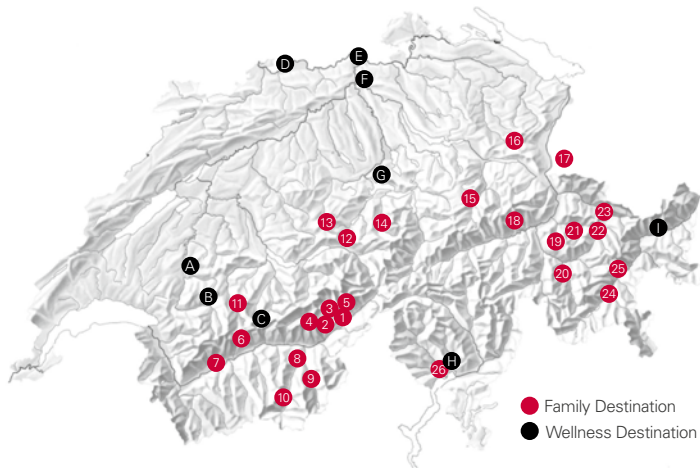
### DIE WICHTIGSTEN ANPASSUNGEN AUF EINEN BLICK

Zum einen wird die Wellness-Philosophie eines Ferienortes mehr gewichtet. So muss neuerdings mit der Bewerbung ein Wellness-Konzept eingereicht werden. Zudem sollen nicht nur die einzelnen Betriebe für das Destinationslabel ausschlaggebend sein, sondern auch der Einbezug der lokalen Bevölkerung und der Regionalpolitik eine Rolle spielen. Zum anderen wurden die Wellness-Angebote in verschiedene Bereiche wie Bewegungs-, Erholungs- und Ernährungsangebote usw. unterteilt.

Die Beratung wird ein wesentlicher Bestandteil des Labels. Ein Gast in einer Wellness Destination soll die Möglichkeit haben, ein auf ihn abgestimmtes Programm (Bewegung, Ernährung, Entspannung) zu erhalten, damit er sein Wohlbefinden und seine Gesundheit optimal fördern kann. Damit dies möglich ist, ist eine gewisse Fach- und Beratungskompetenz Grundvoraussetzung, welche nun auch Bestandteil des Anforderungskatalogs ist.

### AUSGEZEICHNETE DESTINATIONEN 2015–2017

Fribourg Region	A Charmey
Berner Oberland	B Gstaad Saanenland
Wallis	C Leukerbad
Aargau Region	D Rheinfelden   E Bad Zurzach
Zürich Region	F Stadt Baden
Luzern/Vierwaldstättersee	G Weggis Vitznau Rigi
Tessin	H Ascona–Locarno
Graubünden	I Engadin Scuol





# BILDUNG

## AM PULS DER ZEIT

Bei der Bildung ist vieles in Bewegung; so wurde per Ende 2016 die Revision der ehemaligen Berufsprüfung «Tourismusassistent/-in» zum «Gästabetreuer/-in» abgeschlossen. Die revidierte Berufsprüfung entspricht den Bedürfnissen der Tourismuswirtschaft nach generalistisch ausgebildeten Fachpersonen.

Der Schweizer Tourismus-Verband setzt sich für hochwertige Aus- und Weiterbildungen im Tourismus ein:

### **BERUFSPRÜFUNG TOURISMUSASSISTENT/-IN**

#### **MIT EIDG. FACHAUSWEIS**

Im Dezember 2016 traten 28 Kandidatinnen und Kandidaten an den zwei Standorten Bern und Lausanne zur Berufsprüfung für Tourismusassistenten an. Der STV als Trägerorganisation freute sich, allen Absolventen den eidg. Fachausweis überreichen zu dürfen.

Die Revision der Berufsprüfung «Gästabetreuer/-in mit eidg. Fachausweis» wurde per Ende 2016 abgeschlossen. Gerade in der Gästabetreuung verlangt der Tourismus nach breit und generalistisch ausgebildeten Fachpersonen, welche entsprechend dem regionalen Angebot und den betrieblichen Bedürfnissen flexibel eingesetzt werden können. Mit ihrer hohen Dienstleistungsorientierung und ihrem umfassenden Tourismusverständnis eignen sich Gästabetreuerinnen und Gästabetreuer dazu optimal.

Der berufsbegleitende einjährige Vorbereitungskurs wird ab Herbst 2017 von folgenden Institutionen angeboten: Ecole Athéna Lausanne (fr), Berufsbildungszentrum bzi Interlaken (de), Centre valaisan de perfectionnement continu cvpc Sion (fr) und feusi Bern (de). Die erste Prüfung nach neuem Reglement ist für Winter 2018 vorgesehen.

### **NEUE BERUFSPRÜFUNG REISELEITER/-IN**

#### **MIT EIDG. FACHAUSWEIS**

Der STV hat im Jahr 2013 zusammen mit den Partnerorganisationen Association Suisse des Guides Touristiques (ASGT) und dem Schweizerischen Nutzfahrzeugverband (ASTAG) die Trägerschaft für die neue Berufsprüfung «Reiseleiter/-in mit eidg. Fachausweis» gegründet. Nachdem die Hochschule für Tourismus Luzern im Herbst 2016 das zweite Jahr in Folge den Pilotkurs aufgrund zu weniger Anmeldungen nicht starten konnte, werden die Träger der Berufsprüfung im 2017 entscheiden, wie in Sachen Reiseleiter/-in vorgegangen werden soll.

### **HÖHERE FACHPRÜFUNG MANAGER/-IN**

#### **GESUNDHEITSTOURISMUS UND BEWEGUNG**

Um Inhalt und Aufbau an die veränderten Bedürfnisse der Branche anzupassen, befindet sich der Vorbereitungskurs für die Höhere Fachprüfung «Manager/-in Gesundheitstourismus und Bewegung» der von der Hochschule Luzern HSLU durchgeführt wird, in Überarbeitung. Die Prüfungsordnung bleibt unverändert. Erste Informationen zu den Neuerungen werden seitens HSLU ab dem zweiten Quartal dieses Jahres erhältlich sein. Der nächste Kurs startet voraussichtlich im Herbst 2017.

# VERBAND

## SCHLAGKRAFT DANK MITGLIEDERN

### Intensivierte Kooperationen, straffe Strukturen und treue Mitglieder – so bleibt der Schweizer Tourismus-Verband auch weiterhin schlagkräftig!

Die Kooperation unter den Organisationen, die sich unmittelbar oder mittelbar für die Anliegen des Tourismus einsetzen, ist ebenso zentral wie diejenige unter den touristischen Unternehmen. In einer differenzierten Gesellschaft, in welcher sowohl Organisationen als auch deren Interessen oft fragmentiert und deshalb gleichzeitig wiederum überlappend sind, führt ein solitäres Vorgehen je länger, desto weniger zum Ziel. Es macht deshalb Sinn, je nach Thema mit Partnern zu kooperieren. Deshalb hat der STV mit verschiedenen Organisationen Kontakt aufgenommen, um die generellen Stossrichtungen miteinander zu vergleichen und gemeinsame Felder auszuloten. Bereits bestehende Partnerschaften wurden und werden weiter intensiviert. Speziell zu erwähnen ist hier die bereits seit je bestehende und gut funktionierende Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB. Gerade im Zusammenhang mit dem Fokusthema «Alpiner Tourismus» des STV ist eine intensivierte Zusammenarbeit sinnvoller denn je.

#### STV-STRUKTUREN ANGEPASST

Wiederum wurden bei der Evaluation der Verbandsstrukturen und ihrer Funktionsweise Anpassungen vorgenommen. Der Vorstand hat zum einen beschlossen, die Wirtschaftspolitische Kommission aufzulösen und deren Mitglieder in den Beirat zu integrieren. Dieser wird noch ausgeprägter als Sounding Board für aktuelle und zukünftige Themen der Branche zum Einsatz kommen, wobei wichtige Player der Tourismuswirtschaft Einsitz nehmen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass es schwierig ist, eine Kommission als vorberatendes Gremium für den Vorstand einzusetzen, ohne dass alle Kommissionsmitglieder Mitglieder des Vorstands sind. Zum anderen wurde eine operative Koordination unter den Branchenverbänden und dem STV ins Leben gerufen.

Ziel dieser Koordination ist es, den Lead in den einzelnen Dossiers klar zu regeln. Bei branchenspezifischen Themen liegt dieser beim entsprechenden Branchenverband, bei gesamttouristischen beim STV. Auf diese Weise sollen sowohl Doppelspurigkeiten als auch Lücken im Vorgehen vermieden werden.

#### SOLIDARITÄT GEFRAGT IN DER BRANCHE

Schlag- und Durchsetzungskraft hat der STV dank seinen Mitgliedern. Deshalb ist zu hoffen, dass der Mitgliederrückgang bald gestoppt werden kann. In unsicheren und wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist nur ein gemeinsames Vorgehen zielführend. Dabei ist es wichtig, auch auf die Solidarität derjenigen Mitglieder zählen zu können, die im Moment vielleicht nur mittelbar davon profitieren, wenn es der Tourismusbranche gut geht. Ganz abgesehen davon bieten sich dank der Verbandsmitgliedschaft auch regelmässig spannende Möglichkeiten, das Netzwerk zu pflegen und zu erweitern; beispielsweise an den Beiratsanlässen oder an der Generalversammlung. Diese hat 2016 in Château-d'Oex stattgefunden – nicht an einem klassischen touristischen «Hot Spot», sondern schon eher an einem «ländlichen Geheimtipp». Stimmung und Gespräche waren angeregt und auch Petrus hat mitgespielt. Weil «nach der GV vor der GV ist», freuen wir uns nun auf den 18. August 2017 in Pontresina!

### UMWELTMANAGEMENT

Neben der ISO-Zertifizierung 14001 hat der STV ebenfalls das CO<sub>2</sub>-Kompensationsprogramm von myclimate Switzerland weiter umgesetzt und erhielt so den Status «Klimaneutrales Unternehmen». Die CO<sub>2</sub>-Bilanz von myclimate Switzerland erfasst und berechnet alle Treibhausgasemissionen. Dabei wird die eine Hälfte der Emissionen durch Projekte in der Schweiz, die andere Hälfte durch Projekte in Entwicklungs- und Schwellenländern kompensiert.

Dem STV ist es wichtig, den Papierverbrauch zu reduzieren. So hat zum Beispiel eine elektronische Presseschau die Papierausgabe der meisten abonnierten Zeitungen ersetzt. Dadurch kann der STV seinen Mitgliedern im Extranet nun sogar ein praktisches Tool zur Medienbeobachtung zur Verfügung stellen. Darüber hinaus wird die Post täglich überprüft und jede entbehrliche gedruckte Publikation gekündigt.

### 5. LABEL-TAG

Am 17. November 2016 lud der Schweizer Tourismus-Verband in St. Gallen zum «5. Label-Tag. Qualität im Schweizer Tourismus». Der STV bot den rund 150 Teilnehmenden eine vielfältige Plattform und zeigte die Neuerungen seiner Qualitäts-Labels auf. Im Plenum brachte «Business-Rocker» Bernhard Schweizer seine Erfahrungen aus der Praxis eines branchenübergreifenden Organisationsentwicklers näher. Engadin St. Moritz wurde mit dem Swiss Holiday Home Award als beste Ferienwohnungs-Destination 2016 geehrt. Für die Workshops am Nachmittag konnte der STV anerkannte Fachgrößen wie den Wellness-Experten Lutz Hertel für den Erfahrungsaustausch gewinnen.



## VERBAND SCHWEIZER TOURISMUSMANAGER (VSTM)

### ZIEL, ZWECK UND PARTNERSCHAFTEN DES VSTM

Der Verband zählt konstant rund 250 Mitglieder in der ganzen Schweiz. Er vertritt die Interessen der Tourismusmanager und ermöglicht ihnen den beruflichen Erfahrungsaustausch an diversen Anlässen. Der VSTM vertritt die Branchenprofis in Dachorganisationen und arbeitet aktiv in der Tourismuspolitik mit. Ein zentrales Anliegen ist die Förderung des touristischen Nachwuchses: Der VSTM engagiert sich in der Ausbildung von Lernenden im Incoming-Bereich (HGT) und fördert neue Ausbildungsplätze auf finanzieller Basis, indem der Berufsbildnerkurs bezahlt wird. Seit 2016 besteht zudem eine Partnerschaft mit «MILESTONE – EXCELLENCE IN TOURISM» in der Kategorie Nachwuchs. Der Gewinner – in diesem Jahr Gian-Luca Marongiu von Swiss Hospitality Solutions AG – profitiert von einer 3-jährigen Gratis-Mitgliedschaft.

### PERSONELLES

Der STV führt die Geschäftsstelle des VSTM im Mandat. Die Geschäftsführung obliegt Christine Zwahlen in einem Teilzeitpensum. Die Zusammenarbeit zwischen dem STV und dem VSTM hat Tradition und macht auch in Zukunft Sinn. Es entwickeln sich für beide Seiten wertvolle Synergien und Kontakte.

Der Vorstand des VSTM blieb im Jahr 2016, ausser dem Neuzugang Jan Steiner (Geschäftsführer Pontresina Tourismus), konstant:

- Martin Bachofner (Gstaad Saanenland Tourismus),  
Präsident
- Nadia Fontana-Lupi (Mendrisiotto Turismo)
- Leonie Liesch (Chur Tourismus)
- Fabian Claivaz (Martigny Tourisme)
- Andreas Banholzer (Office du Tourisme Canton de Vaud)
- Jürgen Hofer (Solothurn Tourismus)

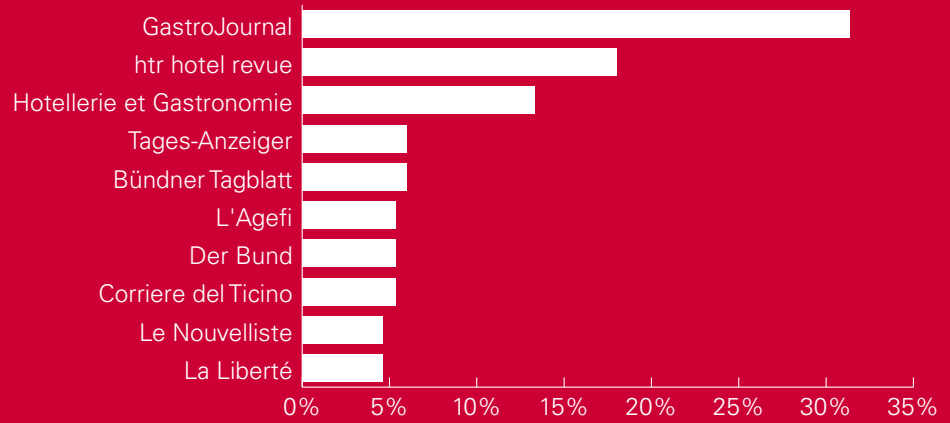
### ANLÄSSE 2016

Die Generalversammlung fand am 10. Mai 2016 im LAC in Lugano statt. Das Kulturzentrum am Lago di Lugano vereint Kunstmuseum, Konzerthalle und Event-Location. Trotz Regenwetter genossen die Anwesenden einen Abend in einem inspirierenden und geselligen Umfeld.

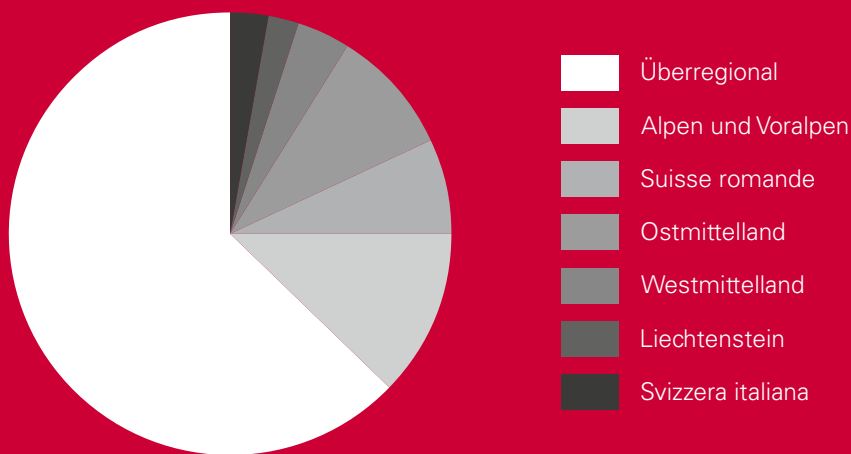
Für die VSTM-Seminare reisten die Touristiker vom 2. bis 5. November nach Bad Zurzach. Die praxisnahen Themen kamen bei den rund 80 Teilnehmenden des Management-Seminars sehr gut an: Professor Dr. Hans A. Wüthrich befasste sich mit der Führungsrolle des Tourismusmanagers, Jürg Schmid gab Einblick in die Marketingperspektiven von Schweiz Tourismus. Einen Ausblick über die Landesgrenze bot Gerte Udo von Amsterdam Marketing, und der abtretende Geschäftsführer von Fribourg Région, Thomas Steiner, überzeugte mit seinem Vortrag «Lean Destination Management». Es blieb wie immer Zeit für Networking und – wer es wünschte – nahm sich eine kurze Auszeit in den Thermalquellen. Das direkt anschliessend durchgeführte Vorstandsseminar richtet sich an Vorstandsmitglieder von Tourismusorganisationen und fördert deren Weiterentwicklung. Das Vorstands-Seminar ist ein einzigartiges Produkt in der Schweiz und wird bislang in dieser Form nur vom VSTM angeboten.



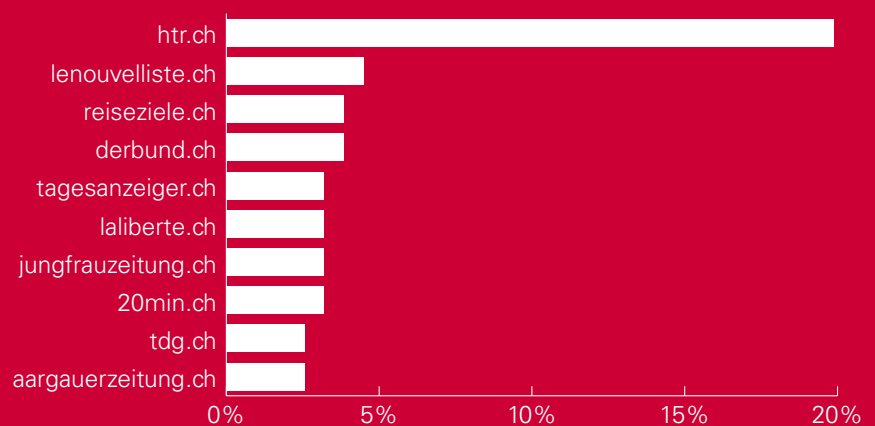
### TOP 10 PRINT-MEDIEN



### VERTEILUNG NACH REGIONEN



### TOP 10 WEBSITES





# FINANZEN

## KENNZIFFERN

---

Geschäftsjahr 2016 =  
Aufwandüberschuss von CHF 7'605.–

Mitgliederbeiträge in % des Gesamtertrags  
2016: 29,4 %      2015: 30,5 %

Personalaufwand in % des Gesamtaufwands  
2016: 57,1 %      2015: 58,7 %

Verbandsergebnis in % des Gesamtertrags  
2016: –0,3 %      2015: 0,7 %

Eigenkapital inkl. Fonds / Rückstellungen in % der Mitgliederbeiträge  
2016: 250,2 %      2015: 317,8 %

# BILANZ

## PER 31.12.2016

### AKTIVEN

	31.12.2016	31.12.2015
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	2 262 409	2 506 768
Forderungen	52 735	63 032
Vorräte	19 386	23 679
Total Umlaufvermögen	2 334 529	2 593 479
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	93 737	94 210
Mobilien, Einrichtungen, EDV	1	1
Total Anlagevermögen	93 738	94 211
<b>Total Aktiven</b>	<b>2 428 267</b>	<b>2 687 690</b>

### PASSIVEN

Fremdkapital		
Kurzfristige Verbindlichkeiten	124 685	125 181
Passive Rechnungsabgrenzungen	623 613	597 869
Rückstellungen	1 091 800	1 366 660
Fonds Tourismus und Gesundheit	9 558	11 763
Total Fremdkapital	1 849 656	2 101 473
Eigenkapital		
Saldo per 1.1.2016	586 217	569 933
Jahreserfolg 2016	-7 605	16 284
Total Eigenkapital	578 612	586 217
<b>Total Passiven</b>	<b>2 428 267</b>	<b>2 687 690</b>

## ERFOLGSRECHNUNG

### PER 31.12.2016

	Budget 2016	Rechnung 2016	Rechnung 2015
Mitgliederbeiträge	720 000	671 550	685 842
Leistungsvereinbarung SECO	132 500	132 100	132 700
Bruttogewinn Dienstleistungen	876 050	846 723	849 426
<b>Bruttogewinn 1</b>	<b>1 728 550</b>	<b>1 650 373</b>	<b>1 667 968</b>
Personalaufwand	-1 323 500	-1 301 033	-1 309 819
Organe des Verbandes	-45 000	-29 840	-27 306
<b>Bruttogewinn 2</b>	<b>360 050</b>	<b>319 500</b>	<b>330 843</b>
Betriebsaufwand	-408 000	-382 701	-312 836
<b>EBITDA *</b>	<b>-47 950</b>	<b>-63 201</b>	<b>18 007</b>
Abschreibungen, Wertberichtigungen	-5 000	-473	-2 241
<b>EBIT **</b>	<b>-52 950</b>	<b>-63 674</b>	<b>15 766</b>
Finanzerfolg	5 000	1 696	1 859
Steuern	-2 000	-2 046	-2 063
<b>Betriebserfolg</b>	<b>-49 950</b>	<b>-64 024</b>	<b>15 562</b>
a.o. Erfolg	55 000	56 419	722
<b>Verbandsergebnis</b>	<b>5 050</b>	<b>-7 605</b>	<b>16 284</b>

\* EBITDA: Betriebserfolg vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen

\*\* EBIT: Betriebserfolg vor Zinsen und Steuern

#### ANHANG ZUR JAHRESRECHNUNG

	Rechnung 2016	Rechnung 2015
Mobilienversicherungswerte Fahrhabe	230 000	230 000
Arbeitgeberbeitragsreserve bei der Publica	204 123	203 614
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	14 421	14 488

## BERICHT DER REVISIONSSTELLE

an die Generalversammlung des  
Schweizer Tourismus-Verband STV, Bern

Auftragsgemäss haben wir eine Review (prüferische Durchsicht) der Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) vom Schweizer Tourismus-Verband STV für das am 31. Dezember 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr vorgenommen.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, aufgrund unserer Review (prüferische Durchsicht) einen Bericht über die Jahresrechnung abzugeben.

Unsere Review (prüferische Durchsicht) erfolgte nach dem Schweizer Prüfungsstandard 910. Danach ist eine Review (prüferische Durchsicht) so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden, wenn auch nicht mit derselben Sicherheit wie bei einer Prüfung. Eine Review (prüferische Durchsicht) besteht hauptsächlich aus der Befragung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie analytischen Prüfungshandlungen in Bezug auf die der Jahresrechnung zugrunde liegenden Daten. Wir haben eine Review (prüferische Durchsicht), nicht aber eine Prüfung, durchgeführt und geben aus diesem Grund kein Prüfungsurteil ab.

Bei unserer Review (prüferische Durchsicht) sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Gastroconsult AG



Martin Huwiler  
Dipl. Wirtschaftsprüfer



Jakob Huber  
Dipl. Wirtschaftsprüfer

Zürich, 13. März 2017

## ORGANE

### VORSTAND

Präsident **de Buman** Dominique, Nationalrat, Freiburg  
 Vizepräsident **Perren** Marcel, Direktor Luzern Tourismus AG, Luzern

**Gmür** Fredi, CEO Schweizer Jugendherbergen, Zürich | **Kämpf** Richard\*, Leiter Ressort Tourismus Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern | **Meier** Claude, CEO hotelleriesuisse, Bern | **Schmid** Jürg\*, Direktor Schweiz Tourismus, Zürich | **Stöckli** Hans, Ständerat, Biel | **Stückelberger** Ueli, Direktor Verband öffentlicher Verkehr/Seilbahnen Schweiz, Bern | GastroSuisse, Zürich (Sitz vakant) \* Beisitz

### BEIRAT

**Arpagaus** Eugen, Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden | **Bachofner** Martin, Verband Schweizer Tourismusmanager | **Bandi** Monika Dr., Universität Bern – Zentrum für Regionalentwicklung (CRED) | **Bosshardt** Wolfgang, swisscamps | **Brunetti** Aymo Prof., Universität Bern – Zentrum für Regionalentwicklung (CRED) | **Bumann** Frank, St. Gallen-Bodensee Tourismus | **Campell** Riet, Swiss Snowsports | **Candinas** Martin, Nationalrat | **Carrupt** Raymond, Walliser Tourismuskammer | **Domenig** Jürg Dr., hotelleriesuisse Graubünden | **Egloff** Daniel, Basel Tourismus | **Favre** Charles | **Friedrich** Marc, Schweizer Casino Verband | **Grützner** Olivier, Touring Club Suisse TCS | **Höhener** Hans | **Jeker** Leo, Handelskammer und Arbeitgeberverband Graubünden | **Laesser** Christian Prof. Dr., Institut für Systemisches Management und Public Governance IMP-HSG | **Lareida** Sven, SWISS International Air Lines Ltd. | **Lergier** Markus, Bern Tourismus | **Lombardi** Filippo, Ständerat, Tele Ticino SA | **Lüthi** André, Globetrotter Group AG | **Masshardt** Urs, Hotel & Gastro Union | **Meier** Bernhard, Schweizerische Bundesbahnen SBB | **Niedermann** Beat, UBS AG | **Parolini** Jon Domenic Dr., Regierungsrat Kanton Graubünden | **Pasche** Philippe, Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH | **Platzer** Casimir, GastroSuisse | **Rychener** Kistler Hanna E., Internationale Schule für Touristik | **Schaller** Roland, Credit Suisse | **Seifritz** Roger, Schweizer Reisekasse Reka | **Steiner** Thomas, Union fribourgeoise du tourisme | **Vignon** Philippe, Genève Tourisme & Congrès | **Weber** Kaspar, Ticino Turismo | **Wüthrich** Daniel, Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern | **Züllig** Andreas, hotelleriesuisse | **Zürcher** Niklaus, Automobil-Club der Schweiz | ASTAG – Car Tourisme Suisse (Sitz vakant)

### KOMMISSION WIRTSCHAFTSPOLITIK

**Amstutz** Renate, Schweizerischer Städteverband | **Egger** Thomas, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB | **Hans** Christophe, hotelleriesuisse | **Kämpf** Richard, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO | **Niederberger** Christoph, Konferenz Kantonaler Volkswirtschaftsdirektoren | **Pasche** Philippe, Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH | **Rapin** Maurice, Verband öffentlicher Verkehr/Seilbahnen Schweiz | **Schwarzkopf** Sascha, GastroSuisse | **Seifritz** Roger, Schweizer Reisekasse Reka/IG Parahotellerie | **Weber** Kaspar, Ticino Turismo

### REVISIONSSTELLE

Gastroconsult AG, Zürich

## GESCHÄFTSSTELLE

### GESCHÄFTSLEITUNG

Gisi Barbara lic. iur., Direktorin

### MITARBEITENDE

Amiguet Benjamin, Product Manager QI | Beck Chantal, Vizedirektorin + Ressortleiterin Labels | Bernet Anja, Product Manager Ferienwohnungs- und Gästezimmer-Klassifikation, Gütesiegel Wellness Destination | Ecclesia Ursula, Buchhaltung | Fessler Marc, wissenschaftlicher Mitarbeiter | Fortmann Kathrin, Sachbearbeiterin Organe / Kommunikation, Projektleiterin Bildung | Gurtner Dina, Administration | Herrmann Béatrice, Leiterin technische Kommunikation | Ryffel Nadin, wissenschaftliche Mitarbeiterin Marktanalyse | Scheidegger Claudia, Sachbearbeiterin Qualitäts-Programm | Weber Sophie, Lernende 2. Lehrjahr | Wolff Kirstin, Product Manager QII & QIII, Leiterin Qualitätsmanagement | Zwahlen Christine, Product Manager Gütesiegel Family Destination, Geschäftsstelle VSTM

### VERTRETUNG DES STV IN ANDEREN ORGANISATIONEN

Center for Regional Economic Development (CRED) der Universität Bern (Beirat) | Eidg. Konsultativgruppe Produktelabel | Fördergesellschaft des Institutes für Systemisches Management und Public Governance IMP-HSG (Vorstand) | Förderverein «Barrierefreie Schweiz» (Präsidium) | Hochschule Luzern – Wirtschaft, Fachgruppe Tourismus + Mobilität (Beirat) | IG Schnee | Internationale Schule für Touristik IST (Fachbeirat) | Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren der Schweiz (RDK) | Parlamentarische Gruppe für Tourismus PGT | Schweiz Tourismus (Tourismusrat) | Schweizer Reisekasse (Verwaltung) | Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete | Stiftung Landschaftsschutz Schweiz (Stiftungsrat) | Stiftung Safety in Adventures (Stiftungsrat) | Stiftung SchweizMobil (Stiftungsrat) | strasseschweiz (Zentralvorstand) | Schweizerische Vereinigung für Landesplanung VLP-ASPAN (Beirat) | Teilkonferenz Höhere Fachschulen, Tourismus, Hotellerie, Gastronomie und Facility Management

### MANDATE

Geschäftsstelle Verband Schweizer Tourismusmanager VSTM | Pflege der Datenbank «Index Touristische Entwicklung» für Schweiz Tourismus | Sekretariat der Parlamentarischen Gruppe für Tourismus PGT


















## MITGLIEDER

MITGLIEDERBESTAND PER 31.12.2016: 529

### TOURISTISCHE BRANCHEN- UND FACHVERBÄNDE

Agrotourismus Schweiz, Bern  | Association suisse de Golf, Epalinges | Automobil-Club der Schweiz, Bern | cafetiersuisse, Zürich | caravaningsuisse, Thun | GastroSuisse, Zürich  | Heilbäder und Kurhäuser Schweiz, Herisau  | Hotel & Gastro Union, Luzern | hotelleriesuisse, Bern  | Netzwerk Schweizer Pärke, Bern  | Parahotellerie Schweiz, Zürich | Schneesportinitiative Schweiz, Bern | Schweiz Tourismus, Zürich  | Schweizer Alpen-Club SAC, Bern | Schweizer Bergführerverband, Zürich | Schweizer Casino Verband, Bern | Schweizer Jugendherbergen, Zürich  | Schweizer Reise-Verband SRV, Zürich | Schweizer Wanderwege (SWW), Bern | Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete, Bern | Schweizerischer Hängegleiter-Verband, Zürich | SIAA Swiss International Airport Association, Zürich-Flughafen | Swiss Snowsports, Belp  | Swiss Travel Association of Retailers, Birmensdorf | swisscamps, Schönbühl | Swiss-Ski, Muri b. Bern | Switzerland Convention & Incentive Bureau, Zürich | TOUREX Schweiz. Vereinigung dipl. Tourismus-Experten, Birchwil-Nürensdorf | Verband historischer Eisenbahnen Schweiz, Dürnten | Verband öffentlicher Verkehr, Bern | Verband öffentlicher Verkehr + Seilbahnen Schweiz, Bern  | Verband Schweizer Bergsportschulen, Flims-Dorf | Verband Schweizer Tourismusmanager VSTM-ASMT, Bern  | Verband Schweizerischer Schifffahrtsunternehmen, Zürich | Vereinigung diplomierter Hoteliers-Restaurateure SHV/Hotelmanager HF-NDS, Walenstadt

### TOURISMUSORGANISATIONEN

aarau info Standortmarketing, Aarau  | Aargau Tourismus, Aarau  | Adelboden Tourismus, Adelboden | Aeschi Tourismus, Aeschi b. Spiez  | Aletsch Arena AG, Bettmeralp  | Amden & Weesen Tourismus, Amden | Anniviers Tourisme, Vissoie | Anzère Tourisme, Anzère  | Appenzellerland Tourismus AI, Appenzell  | Appenzellerland Tourismus AR, Heiden  | Arosa Tourismus, Arosa  | Association hôtelière du Valais, Sion | Association Romande des Hôteliers (ARH), Lausanne | Association Touristique Aigle-Leysin-Col des Mosses, Leysin  | Association touristique Porte des Alpes-Villars, Villars-sur-Ollon | Avenches Tourisme, Avenches  | Bad Zurzach Tourismus AG, Zurzach  | Basel Tourismus, Basel  | Baselland Tourismus, Liestal  | Basler Hotelier-Verein, Basel | BE! Tourismus AG, Bern  | Beatenberg Tourismus, Beatenberg  | Bellwald Tourismus, Bellwald  | Bergün Filisur Tourismus, Bergün/Bravuogn | Bern Tourismus, Bern  | Bönigen-Iseltwald Tourismus, Bönigen | Braunwald-Klausenpass Tourismus AG, Braunwald  | Brig Simplon Tourismus, Brig | Brunnen Tourismus, Brunnen  | Bürchen-Unterbach Tourismus, Bürchen  | Chur Tourismus, Chur  | Crans-Montana Tourisme & Congrès, Crans-Montana  | Davos Destinations-Organisation (Gen.), Davos Platz  | Diemtigtal Tourismus, Oey  | Einsiedeln Tourismus, Einsiedeln  | ENGADIN St. Moritz, St. Moritz  | Engelberg-Titlis Tourismus AG, Engelberg  | Ente Turistico del Luganese, Lugano  | Ente Turistico del Mendrisioto e Basso Ceresio, Mendrisio  | Ente Turistico Regionale del Moesano,

San Bernardino | Evolène Région Tourisme, Evolène  | Ferienregion Andermatt, Andermatt | Flims Laax Falera Management AG, Flims Dorf  | Fondation Genève Tourisme & Congrès, Genève  | Förderverein Region Gantrisch, Schwarzenburg | Fribourg Tourisme et Région, Fribourg  | Frutigen Tourismus, Frutigen | Gampel-Bratsch Tourismus, Gampel | GastroTicino, Lugano  | Grächen Tourismus, Grächen  | Graubünden Ferien, Chur  | Gstaad Saanenland Tourismus, Gstaad  | Heidadorf Visperterminen Tourismus, Visperterminen  | Heidiland Tourismus AG, Bad Ragaz  | Hotelier-Verein Berner Oberland, Interlaken | Hotelier-Verein St. Moritz, St. Moritz | hotelleriesuisse Graubünden, Chur | hotelleriesuisse Ticino, Chiasso | Interlaken Tourismus, Interlaken  | Jungfrau Region Tourismus AG, Interlaken | Jura & Trois-Lacs, Biel/Bienne  | Jura bernois Tourisme, Moutier  | Jura Tourisme, Saignelégier  | Kandersteg Tourismus, Kandersteg  | Kiental+Reichenbach Tourismus, Reichenbach  | Kurverein Kehrsiten, Kehrsiten | La Gruyère Moléson Tourisme, Bulle  | Lenk-Simmatal Tourismus AG, Lenk i. S.  | Lenzerheide Marketing und Support AG, Lenzerheide  | Leukerbad Tourismus, Leukerbad  | Liechtenstein Marketing, Vaduz  | Lötschental Tourismus, Wiler | Luzern Hotels, Luzern | Luzern Tourismus AG, Luzern  | Montreux-Vevyvee Tourisme, Montreux  | Morges Région Tourisme, Morges  | Morgins Tourisme, Morgins | Municipalité Moudon, Moudon | Murten Tourismus, Murten  | Nendaz Tourisme, Haute-Nendaz  | Nyon Région Tourisme, Nyon  | Obergoms Tourismus AG, Münster  | Obwalden Tourismus AG, Sarnen  | Office de Tourisme de Martigny, Martigny | Office du tourisme de Saillon, Saillon  | Office du tourisme d'Ovronnaz, Ovronnaz  | Office du Tourisme du Canton de Vaud, Lausanne  | Office du Tourisme Yverdon-les-Bains Région Jura/Lac, Yverdon-les-Bains | Olten Tourismus, Olten  | Organizzazione Turistica Lago Maggiore e Valli, Locarno  | Organizzazione Turistica Regionale Bellinzonese e Alto Ticino Sede Bellinzonese, Bellinzona  | Ostschweiz Tourismus, St. Gallen | Pays-d'Enhaut Tourisme, Château-d'Oex  | Porte des Alpes - Diablerets, Les Diablerets | Prättigau Tourismus GmbH, Grüşch | Promotion Pully Paudex Belmont-sur-Lausanne, Pully | Rapperswil Zürichsee Tourismus, Rapperswil  | Regio Frauenfeld, Frauenfeld | Region Oberaargau, Langenthal | Region Solothurn Tourismus, Solothurn  | Regionales Verkehrsbüro Willisau, Willisau  | Regionalkonferenz Oberland-Ost, Interlaken | RigiPlus AG, Vitznau | Saas-Fee/Saastal Tourismus, Saas-Fee  | Sattel-Hochstuckli AG, Sattel  | Savognin Tourismus im Surses, Savognin  | Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen  | Schanfigg Tourismus, Tschierschen | Schwarzsee Tourismus, Schwarzsee | Schwyz Tourismus, Schwyz | Sedrun Disentis Tourismus, Disentis/Mustér | Sempachersee Tourismus, Sursee  | Sierre-Anniviers Marketing, Sierre | Société de développement Veysonnaz, Veysonnaz | Société des Hôteliers de Genève, Genève | Sörenberg Flühl Tourismus, Sörenberg  | Spiez Tourismus, Spiez | St. Gallen-Bodensee Tourismus, St. Gallen  | Stadtverwaltung Rheinfelden Stadtbüro / Tourismus Rheinfelden, Rheinfelden  | Surselva Tourismus AG, Ilanz  | Swiss Knife Valley AG, Brunnen | Thun-Thunersee Tourismus, Thun | Thurgau

Tourismus, Amriswil  | Ticino Turismo, Bellinzona | Toggenburg Tourismus, Wildhaus   | Tourisme neuchâtelois, Neuchâtel  | Tourismus Biel Seeland, Biel  | Tourismus Emmental, Burgdorf  | Tourismus Emmetten, Emmetten  | Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG, Scuol  | Tourismus Region Laupen, Laupen | Tourismusverein St. Niklaus & Region, St. Niklaus | Tourist Info Werdenberg, Werdenberg | Tourist Information Ringgenberg-Goldswil-Niederried, Ringgenberg | Union fribourgeoise du tourisme, Fribourg  | Valais/Wallis Promotion, Sion  | Val-d'Illeiz Tourisme, Val-d'Illeiz | Vallée de Joux Tourisme, Le Sentier  | Vallée du Trient Tourisme SA, Martigny | Verkehrsverein Ebnat-Kappel, Ebnat-Kappel | Verkehrsverein Lichtensteig, Lichtensteig | Viamala Tourismus, Splügen  | Visit Vals, Vals  | Visp Tourismus, Visp | Volkswirtschaft Berner Oberland, Interlaken | Winterthur Tourismus, Winterthur  | Zermatt Tourismus, Zermatt   | Zürcher Hoteliers ZHV, Zürich | Zürich Tourismus, Zürich   | Zweisimmen Tourismus, Zweisimmen

## KANTONE UND GEMEINDEN

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden | Canton de Vaud | Cantone Ticino | Città di Lugano | Commune de Montreux | Commune Val-de-Charney | Comune di Agno | Comune di Ascona | Comune di Blenio | Comune di Lumino | Comune di Morcote | Comune di Paradiso | Cumün da Scuol | Departement Volks- und Landwirtschaft | Departement Volkswirtschaft und Inneres | Einwohnergemeinde der Stadt Zofingen | Einwohnergemeinde Flühl | Einwohnergemeinde Grindelwald | Einwohnergemeinde Interlaken | Einwohnergemeinde Solothurn | ETAT DE FRIBOURG | Gemeinde Adelboden | Gemeinde Klosters-Serneus | Gemeinde St. Moritz | Gemeinde Vaz/Obervaz | Gemeinde Verwaltung Wettingen | Gemeinde Weggis | Gemeindeschreiberei Lenk | Gemeindeverband Surselva | Gemeindeverwaltung Erlach | Gemeindeverwaltung Grächen | Gemeindeverwaltung Zermatt | Kanton Basel-Land | Kanton Basel-Stadt | Kanton Glarus | Kanton Luzern | Kanton Obwalden | Kanton Solothurn Tourismus | Kanton St. Gallen | Kanton Thurgau | Kanton Uri | Municipalité de Chermignon | Municipalité de Gryon | Municipalité de Leysin | Municipio della Città di Locarno | Pontresina Tourismus  | Regierungsrat des Kantons Nidwalden | République et canton de Neuchâtel | République et Canton du Jura | Staat Wallis | Stadt Baden  | Stadt Luzern | Stadt Schaffhausen | Stadt St. Gallen | Stadt Thun | Stadt Zürich | Ville de Lausanne | Ville de Neuchâtel | Volkswirtschaftsdepartement des Kantons Schwyz | Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern | Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Zürich



**WEITERE TOURISTISCHE LEISTUNGSERBRINGER**

Aare Seeland mobil AG, Langenthal  | Agence Immobilière Barras, Crans-sur-Sierre | Agence immobilière Trachsel SA, Anzère | Albergo Castello del Sole, Ascona  | Albergo Ceresio, Lugano | Albergo Eden Roc, Ascona  | Albergo Federale, Lugano | Albergo Losone, Losone | Albergo Villa Castagnola au Lac, Lugano Cassarate Caselle  | Allianz Zweitwohnungen Schweiz, Hinterkappelen | Alpine Holiday Services GmbH, Wengen | Andermatt Swiss Alps AG, Altdorf UR | Andermatt-Sedrun Sport AG, Andermatt | Arosa Bergbahnen AG, Arosa  | Arosa Kulm Hotel, Arosa  | Art Deco Hotel Montana, Luzern  | Badrutt's Palace Hotel, St. Moritz  | Bed and Breakfast Switzerland GmbH, Arlesheim  | Belalp Bahnen AG, Blatten b. Naters  | Bergbahnen Adelboden AG, Adelboden | Bergbahnen Beckenried-Emmetten AG, Beckenried | Bergbahnen Engelberg-Trübsee Titlis AG, Engelberg  | Bergbahnen Hohsaas AG, Saas Grund | Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG, Hasliberg Wasserwendi  | Berner Wanderwege, Bern  | Best Western Hotels Central Europe GmbH, Eschborn | Bettmeralp Bahnen AG, Bettmeralp  | Bielersee-Schiffahrts-Gesellschaft AG, Biel-Bienne  | Bike Plan AG, Zermatt | BLS AG, Bern  | Brienz Rothorn Bahn AG, Brienz BE | Brunnli-Bahnen Engelberg, Engelberg | Bürgenstockbahn AG, Bürgenstock | C.I.T.I. Coopérative Informatique Du Tourisme et de l'Immobilier, Martigny | Center da sport e cultura, Disentis/Mustér | Centre Touristique Gruyères Moléson Vudalla SA, Gruyères | Chalet Wachsmuth, Wiler (Lötschen)  | Chambre valaisanne de tourisme /Walliser Tourismuskammer, Sion | Christoffel Ferienwohnungen AG, Davos-Platz  | Der Teufelhof Basel AG, Basel  | Ecotaxi Sagl, Losone | e-domizil AG, Zürich  | Emmentaler Schaukäserei AG, Affoltern i.E.  | Erlebnisplan GmbH, Luzern | Ernst Marti AG, Kallnach  | European Snowsport SARL, Verbier | Eurotel Riviera, Montreux | Exposition Swissminiatur SA, Melide | Ferien- und Sportzentrum, Hoch-Ybrig | Ferienart Resort & Spa, Saas-Fee | Flims Laax Falera Reservation, Laax - Murschetg | Flughafen Bern AG, Belp | Flughafen Zürich AG, Zürich | GoldenPass Services (MOB), Montreux | Golf Club Crans-sur-Sierre, Crans-sur-Sierre | Gondelbahn Grindelwald-Männlichen AG, Grindelwald | Gornergrat Bahn AG, Brig  | Grand Casino Luzern AG, Luzern  | Grand Hôtel des Bains, Lavey-les-Bains  | Grand Hotel Eden, Lugano | Grand Hotel Park SA, Gstaad  | Grand Hotel Zermatterhof, Zermatt  | Grand Resort Bad Ragaz AG, Bad Ragaz  | Grischconsulta AG, Chur | Groups AG, Liestal  | Gstaad Palace, Gstaad  | Hergiswiler Glas AG, Hergiswil NW | Herold Fahrzeugvermietung GmbH, Schlieren | Hilton Zurich Airport, Opfikon-Glattbrugg  | Hotel Baur au Lac, Zürich  | Hôtel Beau-Rivage Palace, Lausanne | Hôtel Beau-Rivage SA Genève,

Genève  | Hotel Bernerhof, Gstaad  | Hotel Carlton, St. Moritz  | Hotel Cristal, Braunwald | Hôtel des Bergues, Genève  | Hotel Giardino AG, Ascona | Hôtel International et Terminus, Genève | Hotel International Zürich GmbH, Zürich | Hotel Kreuz, Bern  | Hôtel Le Richemond, Genève  | Hotel Montreux Palace SA, Montreux  | Hotel Rebstock Luzern AG, Luzern  | Hotel Restaurant Sternen, Guggisberg | Hotel Savoy Baur en Ville, Zürich  | Hotel Schiff am See, Murten  | Hotel Schweizerhof, St. Moritz  | Hotel Schweizerhof Luzern, Luzern | Hotel Splendide Royal SA, Lugano  | Hotel Valbella Inn, Valbella  | Hotel Wildstrubel, Lenk im Simmental | HOTELBERN, Bern  | Hotelcard AG, Thun | Interhome AG, Glattbrugg  | Jungfraubahnen Management AG, Interlaken | Kanchi Indian Restaurant, Luzern | Kongress + Kursaal Bern AG, Bern  | Kuoni Travel Ltd., Zürich | Landgasthof Sternen Muri, Muri b. Bern | Le Mirador Kempinski Lake Geneva, Le Mont-Pèlerin | Lenk Bergbahnen, Lenk i.S. | Lenkerhof gourmet spa resort, Lenk i.S.  | LES TROIS ROIS, Basel  | LINDNER HOTELS (SCHWEIZ) AG - Lindner Hotel Beau Rivage, Interlaken | LOGA Immobilien AG, Silvaplana-Surlej | Luftseilbahn Kandersteg-Sunnbuel AG, Kandersteg | Luftseilbahn Wengen-Männlichen AG, Wengen | Matterhorn Gotthard Bahn, Brig  | Max Aviation AG, Bern | My Guide GmbH, Sarnen  | Niederhornbahn AG, Thun | Niesenbahn AG, Mülenen  | Park Plaza Hotel AG, Zürich  | Parkhotel Zug AG, Zug  | PILATUS-BAHNEN, Kriens  | Pizolbahnen AG, Bad Ragaz | PostAuto Schweiz AG, Bern  | PULLMAN BASEL EUROPE, Basel  | RailAway AG, Luzern | Railtour Suisse SA, Zollikofen | Ramada-Treff La Palma au Lac, Locarno-Muralto | Raumwirkung, Saas Fee | Reisecenter Plus AG, Urdorf | Rhätische Bahn, Chur  | Rigi Bahnen AG, Vitznau  | Robinson Club (Schweiz) AG, Tarasp Vulpera | Rolf Metz Fürsprecher, Brissago | Romantik Hotel Schweizerhof, Flims Waldhaus | SALADINO Umweltprojekte, Trin | Savognin Bergbahnen AG, Savognin | Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees, Luzern  | Schilthornbahn AG, Interlaken | Schweizer Reisekasse Reka, Bern  | Schweizerische Bundesbahnen SBB, Bern  | Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit SGH, Zürich  | Schweizerisches Freilichtmuseum Ballenberg, Hofstetten b. Brienz  | Seedamm Plaza, Pfäffikon SZ  | Seehotel PILATUS AG, Hergiswil NW | Seehotel Waldstätterhof, Brunnen  | Seminarhotel Sempachersee, Nottwil  | Sixt rent-a-car AG, Rümlang | SOLALP SA, Crans-Montana | Spielbank Baden AG, Baden | Sport- und Feriencenter, Fiesch | Stanserhorn-Bahn-Gesellschaft, Stans  | STC Switzerland Travel Centre AG, Zürich  | Steigenberger Hotels AG, Zürich | Stiftung SchweizMobil, Bern | Stockhornbahn AG, Erlenbach i. S.  | SWISS CITIES, Zürich | swiss historic hotels, Gümligen | Swiss International Air

Lines AG, Basel | Swiss International Hotels, Baar | Swiss Quality Hotels SQHI, Stäfa | Swiss Taxi Biel, Ried b. Kerzers | Swiss Travel System AG, Zürich | Tapas AG / Restaurant Löwenzorn, Basel | TCS Training & Freizeit AG, Vernier | Télé Leysin-Col des Mosses-La Lécherette SA, Leysin | Téléverbier SA, Verbier | The Angels Lodge, Engelberg  | TicinoInfo SA, Bellinzona | TMR SA, Martigny  | Tourismus Services Ostschweiz AG, St. Gallen  | touristika GmbH, Aigle | Travel Job Market, Zürich | Tschuggen Hotel Group AG, Arosa  | Turicum Hotel Management Group, Zürich | UNESCO Biosphäre Entlebuch, Schüpfheim  | Union suisse des professionnels de l'immobilier USPI Valais, Sion | Verkehrshaus der Schweiz, Luzern  | Victoria-Jungfrau Collection AG, Interlaken  | Waldhaus Flims, Flims Waldhaus | zb Zentralbahn AG, Stansstad 

#### WEITERE MITGLIEDER

APG|SGA Academia Engiadina, Samedan | AGA International (Schweiz), Wallisellen | APG|SGA Mountain, Zürich | artasio AG, Thun | Association Suisse des Guides Touristiques (ASGT), Luzern | Banque Cantonale de Fribourg, Fribourg | Banque Cantonale du Valais, Sion | Banque Cantonale Vaudoise, Lausanne | BEGASOFT AG, Bern | BEKB/BCBE, Bern | Beratungsstelle für Unfallverhütung bfu, Bern | Bucherer AG, Luzern | Bumann Management GmbH, Teufen AR | Büro Wirtschafts-, Raum- und Umweltplanung, Grächen | Centre interrégional de perfectionnement CIP, Tramelan  | CFB network AG, Zürich | CoText Übersetzungs Service GmbH, Zürich | CreaCon GmbH, Hünenberg | Credit Suisse, Zürich | Dr. Schenker Kommunikationszentrum für Wirtschaft und Politik AG, Bern | DUBLER Hotel- und Tourismusberatung, Münsingen | Ecobion SA, Carouge GE | Ecolab (Schweiz) GmbH, Reinach BL | Ecole Athéna s.à.r.l., Lausanne | ecoLive, Bellevue | Eggimann+Cie, Münsingen | Europäische Reiseversicherungs AG, Basel | F.E.E. Consult AG, Oberengstringen  | Feldschlösschen Getränke AG, Rheinfelden | feratel Schweiz AG, Rotkreuz | Feusi Bildungszentrum AG, Bern | Fewostagerin.ch, Lotzwil | Frei Managementsystem-Beratungen AG, Wettswil | Garaventa AG, Goldau | gastfreundschaft bernhard schweizer GmbH, Aeschi b. Spiez | Global Blue Currency Choice Schweiz AG, Brüttsellen | Graubündner Kantonalbank, Chur | gutundgut gmbh, Zürich | H+M Media, Zürich | Hallwag Kümmerly+Frey AG, Schönbühl | Handwerker- und Gewerbeverein Adelboden, Adelboden | Heineken Switzerland AG, Winterthur | HES-SO Valais / Wallis, Sierre  | Himmelblau AG, Burgdorf | Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur, Chur  | Hochschule Luzern - Wirtschaft, Luzern | Hochschule Wädenswil, Wädenswil | Hotelfachschule Thun, Thun | HSR Hochschule für Technik Rapperswil, Rapperswil | IHTTI SA,

Neuchâtel | Ingenieurbüro Schönholzer AG, Thun | Institut für Systemisches Management und Public Governance IMP-HSG, St. Gallen | Internationale Schule für Touristik, Zürich  | Intersoc Bruxelles, Bruxelles | Jordi AG - das Medienhaus, Belp | Kirchgessner Consulting GmbH, Stans | Kohl & Partner (Schweiz) AG, Zürich | Kraftwerke Oberhasli AG, Innertkirchen | KV Luzern Berufsakademie, Luzern | Länggass Druck AG, Bern | Lean Business AG, St. Gallen | Leinenweberei Bern AG, Bern | Luzerner Kantonalbank, Luzern | Marketing Dynamics AG, Zürich | Maybaum GmbH, Baden | Metron Verkehrsplanung AG, Brugg | Nestlé Waters (Suisse) SA, Henniez | NeumannZanetti & Partner, Meggen | Noreyna GmbH, Niederwangen b. Bern | Olma-Messen St. Gallen, St. Gallen  | Passion for People, Apples | pfaffCONSULTING GmbH, Luzern | Polyquest AG, Bern | Pro Infirmis, Zürich | Procede, Goldwil | ProCert AG, Bern | Raiffeisen Schweiz, St. Gallen | Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis AG, Naters | Renato Musch, Uetikon am See | RITZ CROSSMEDIA AG, Bern | SAQ Swiss Association for Quality, Bern | Schamser Heilbad Andeer AG, Andeer  | Schweiz. Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme SQS, Zollikofen | Schweizerischer Verband von Comestibles Importeuren und -Händlern, Pratteln | Scuola superiore alberghiera e del turismo, Bellinzona  | Sharp Electronics (Schweiz) AG, Liebefeld | Signal AG, Büren an der Aare | Steiner Sarnen Schweiz AG, Sarnen | Swiss Brand Experts AG, Zürich | Swiss Life, Zürich | Swiss School of Tourism and Hospitality, Passugg- Araschgen | Swiss TS Technical Services AG, Wallisellen  | Swisscom AG, Bern | THEMATIS SA, Vevey | Tourismusconsult, Islikon | Treuhandbüro Rischatsch, Lenzerheide/Lai | tune management & training ag, Muri b. Bern | U. C. César Ritz Colleges AG, Montreux | Übersetzungs-Service USG AG, Ittigen | UBS AG, Zürich | UNIL - Université de Lausanne, Sion | Universität Bern - Zentrum für Regionalentwicklung (CRED), Bern | Valora Schweiz AG, Muttetz | Velobüro, Olten | Verband Schweizerischer Kantonalbanken, Basel | Victorinox, Ibach-Schwyz | WeServe AG, Bern-Liebefeld

#### AUSGEZEICHNET MIT

 /  /  Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus, Stufe I/II/III

 Gütesiegel «Family Destination»

 Gütesiegel «Wellness Destination»

Weitere Informationen über unsere Qualitäts-Gütesiegel finden Sie auf [www.stv-fst.ch/labels](http://www.stv-fst.ch/labels).





