

24

04 Editorial

04 Das Wort der Präsidentin

07 Rückblick

07 Zahlen & Fakten

11 Highlights

16 Organisation

16 Vorstand

16 Geschäftsleitung

16 Extended Management Team (EMT)

16 Schweizer Tourismusrat (STR)

18 Jahresrechnung

18 Bilanz

20 Erfolgsrechnung

22 Geldflussrechnung

23 Anhang zur Jahresrechnung

25 Bericht der Revisionsstelle

27 Kontakt

Impressum

Der Geschäftsbericht erscheint
in Deutsch und Französisch.

Herausgeber: Schweiz Tourismus,
Morgartenstrasse 5a, 8004 Zürich

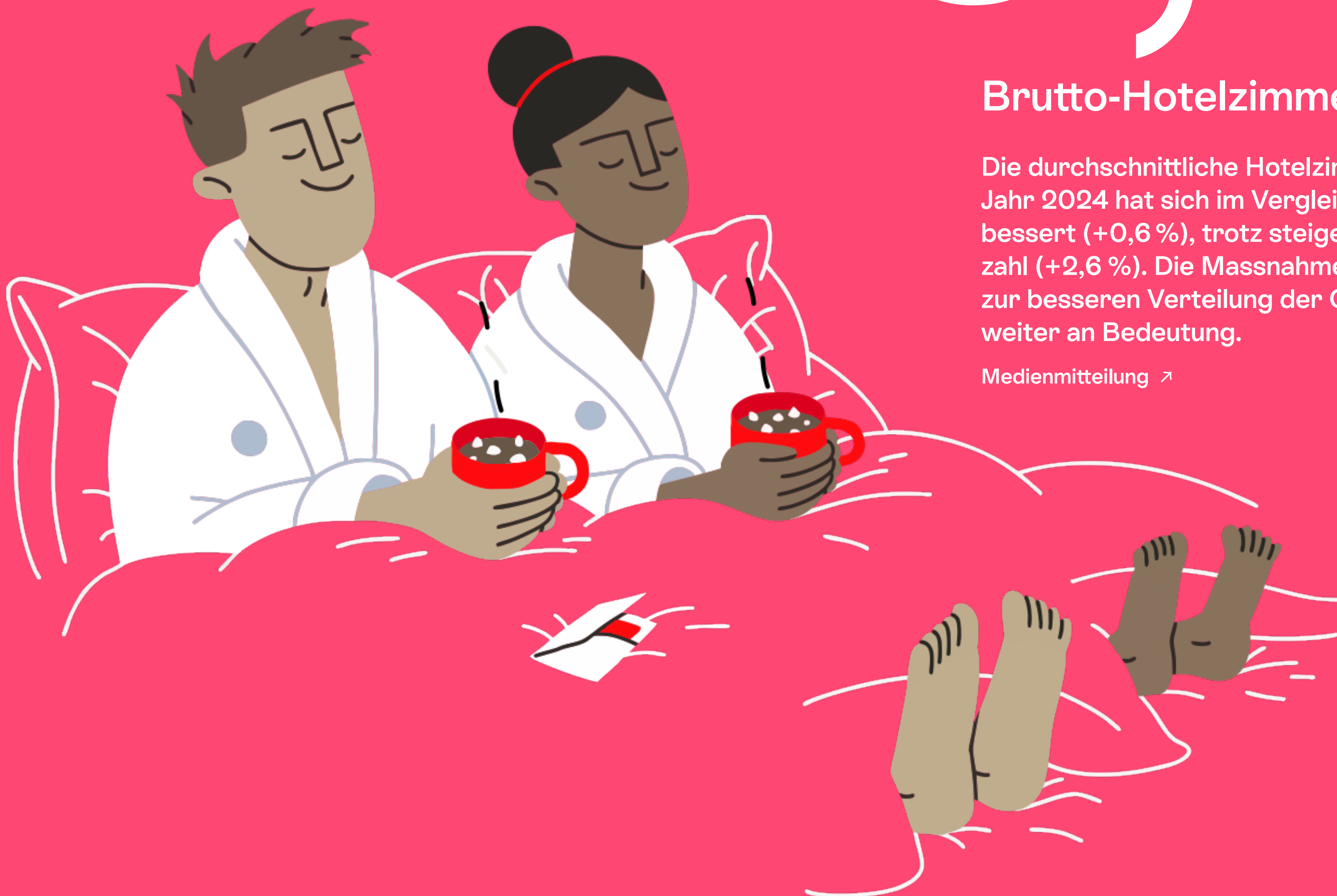
Redaktion & Übersetzung: Schweiz Tourismus
Konzept, Gestaltung & Realisation: Hej AG, Zürich
Illustration: Frederic Siegel, Zürich

49,4 %

Brutto-Hotelzimmerauslastung

Die durchschnittliche Hotelzimmerauslastung übers Jahr 2024 hat sich im Vergleich zum Vorjahr kaum verbessert (+0,6 %), trotz steigender Hotellogiernächtezahl (+2,6 %). Die Massnahmen von Schweiz Tourismus zur besseren Verteilung der Gästeströme gewinnen weiter an Bedeutung.

[Medienmitteilung ↗](#)



Sich laufend aktuellen Rahmenbedingungen anpassen

Auch bei Schweiz Tourismus hinterfragen wir uns laufend und sind bereit, uns aktuellen Rahmenbedingungen anzupassen. Darum präsentieren wir den Jahresbericht auch im neuen Kleid – passend zum neuen Markenauftritt. Und ganz im Zeichen der neuen Philosophie Travel Better.

Brigitta M. Gadiant
Präsidentin

«Travel Better beschreibt die Art und Weise, wie ST im internationalen Kontext agiert, um die Prosperität des Schweizer Tourismus am besten zu sichern.»

Die Welt von heute verlangt von uns, dass wir uns immer wieder hinterfragen und uns, wenn nötig, neu aufstellen. Das gilt natürlich auch für Schweiz Tourismus (ST) und im aktuellen Fall für den vorliegenden Jahresbericht. Ich bin stolz, Ihnen das Resultat unserer Überlegungen zu präsentieren. Der neue Jahresbericht von ST sieht nicht nur gut aus, er nutzt auch die neuesten technischen Möglichkeiten und erstrahlt im zeitgemässen Design. Vor allem aber macht er es noch einfacher, rasch die relevanten Informationen zu finden. Gleichzeitig können wir mit wenigen «Highlight»-Seiten die für uns und die Branche wichtigsten Themen und Informationen prominent präsentieren. Das Ganze gibt es zudem als handliches PDF zum Runterladen und offline Studieren. Unser Ziel war es, Ihre Zeit so effizient wie möglich zu nutzen, Ihnen aber gleichzeitig auch ein kurzweiliges und interessantes Eintauchen in unsere Tourismuswelt zu ermöglichen. Ich hoffe, das ist uns gelungen, und ich freue mich auf Ihre Rückmeldungen.

Ich bin überzeugt, Ihnen gefällt unser neuer Jahresbericht genauso gut wie mir, weil er nicht nur aufgeräumt und frisch daherkommt, sondern auch ganz der neuen Markenwelt «Switzerland» entspricht. Nach fast 30 Jahren mit der Goldblume hat ST Ende April 2024 den Schritt in ein neues Marken-Zeitalter gewagt. Statt nur das Signet zu wechseln, entschied sich ST für eine umfassende digitale Markenwelt. Es war notwendig geworden, dass sich ST neu aufstellt, weil die Anforderungen an eine (digitale) Marke heute ganz andere sind als noch vor 30 Jahren. Neu wird eine ganze Markenwelt die Gäste auf ihrem Weg von der Inspiration bis zur Reiseplanung begleiten. Anstelle des Buchstabens T versinnbildlicht dabei ein Schweizer Kreuz in der Marke «Switzerland» die vertrauenswürdige Herkunft und strahlt den Optimismus der Destination Schweiz aus. Der «Farbklang» von fünf verschiedenen Rottönen steht für Moderne, Vielfalt und Eigenständigkeit. Die Marke «Switzerland» vermittelt so Vertrauen, präsentiert sich im modernen Design und ist zukunftsweisend für eine ganze Generation angelegt.

Neu ausgerichtet haben wir auch unsere Strategie, die sich ganz an unserer Philosophie Travel Better orientiert. Sie beschreibt die Art und Weise, wie ST im internationalen Kontext agiert, um die Prosperität des Schweizer Tourismus am besten zu sichern – basierend auf fünf Aktionsfeldern: 1. Ganzjahrestourismus fördern, 2. Gästeströme lenken, 3. Aufenthaltsdauer verlängern, 4. «Swisstainable» vorantreiben und 5. Tourismus-

akzeptanz stärken. Im Berichtsjahr 2024 haben wir diese Philosophie definiert, und im Jahr 2025 werden wir dann alle unsere Aktivitäten konsequent danach ausrichten. Lesen Sie dazu mehr im nächsten Bericht.

Das Berichtsjahr brachte für den Schweizer Tourismus auf den ersten Blick neue Rekorde. Gleichzeitig zeigten sich verschiedene tiefer gehende Herausforderungen: In einigen touristischen Hotspots ist die Verträglichkeit des Tourismus für die lokale Bevölkerung nicht mehr immer gegeben. Die Verteilung der Gäste über die gesamte Schweiz ist unbefriedigend. Die Auswirkungen des Klimawandels gerade auf den Wintertourismus verlangen nach zukunftsgerichteten Antworten. Die Brutto-Zimmerauslastung der Schweizer Hotels ist mit durchschnittlich 49 % übers Jahr ungenügend. An all diesen Themen sind wir dran. Das ist unsere Verantwortung für die Schweizer Tourismusbranche. Und diese nehmen wir wahr. Wie, das lesen Sie im vorliegenden Jahresbericht 2024.



Brigitta M. Gadiant
Präsidentin

1033,8

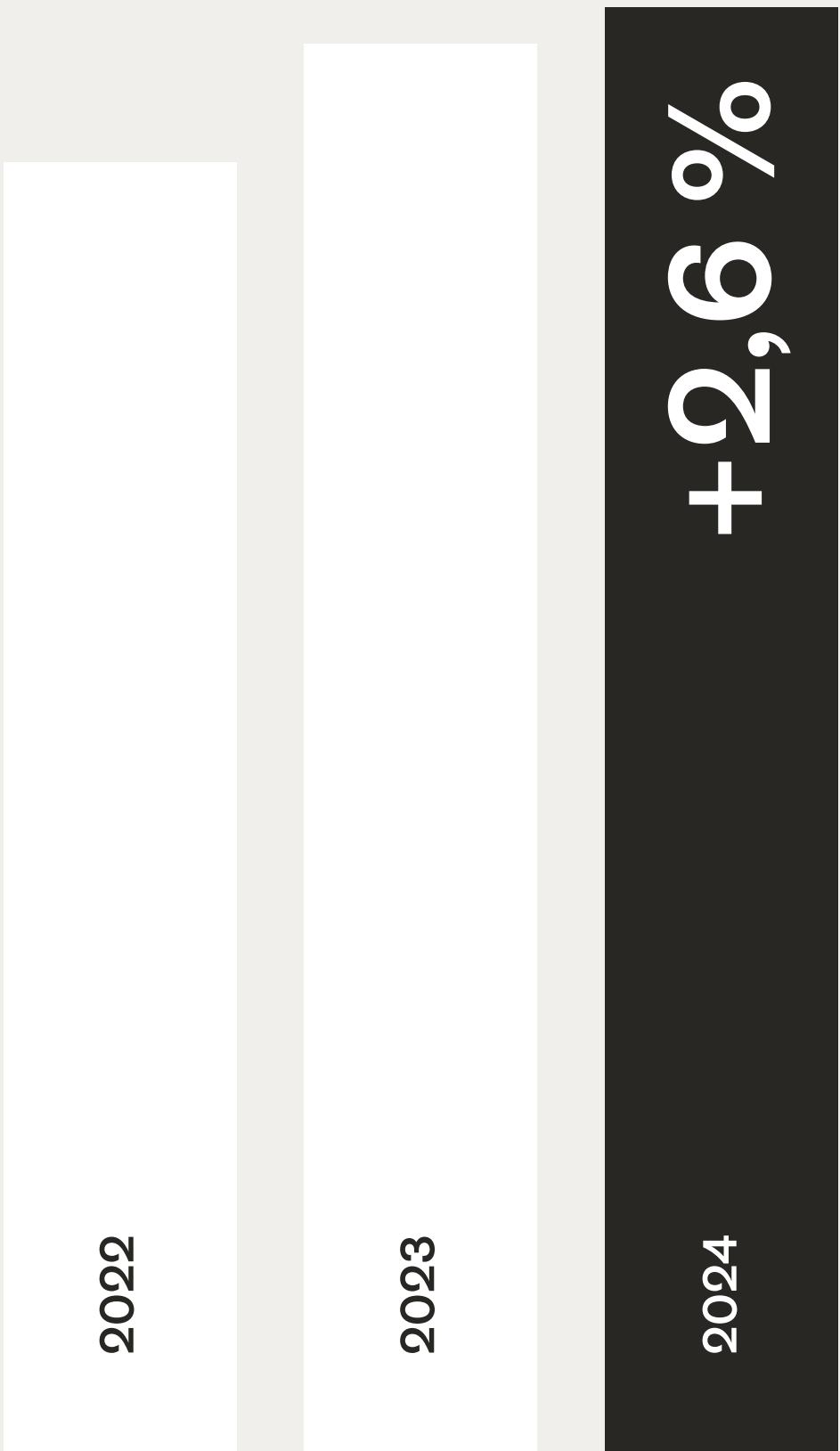
Millionen CHF Touristischer Umsatz dank KAM

Schweiz Tourismus pflegt weltweit im Rahmen des Key Account Managements (KAM) Kontakte zu Tour Operators, Reisebüros etc. Der Umsatz (Hotellogiernächte × Tagesausgaben pro Markt) stieg dank dieser Arbeit um CHF 134,65 Millionen, verglichen zu 2023.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)



Zahlen & Fakten



42,83

Millionen Hotellogiernächte

2024 legte die Destination Schweiz bei den Hotellogiernächten (LN) nochmals leicht zu, mit einem Plus von 2,6 % auf 42,83 Millionen LN, verglichen zum Vorjahr.

[Medienmitteilung ↗](#)

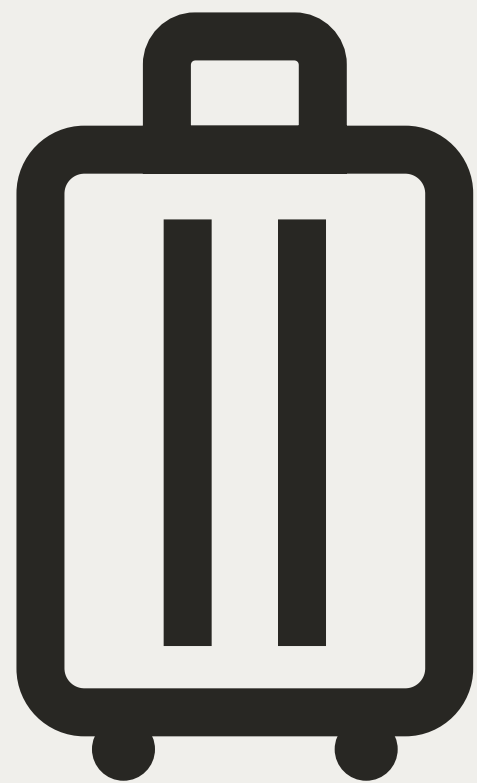


42,56 %

Eigenfinanzierungsgrad

Der Eigenfinanzierungsgrad von Schweiz Tourismus (Einnahmen Mitgliederbeiträge, Partnerschaften Wirtschaft und Mitwirkung Branche) stieg 2024 um 3,09 % auf 42,56 %.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)



5051

eingeladene Medien-, SCIB- und Trade-Leute

Organisiert durch Schweiz Tourismus, entdeckten 2024 im Rahmen von Medienreisen und Fam-Trips 5051 Medien-, SCIB- und Trade-Leute die Schweiz.

Das Jahr in Zahlen ↗

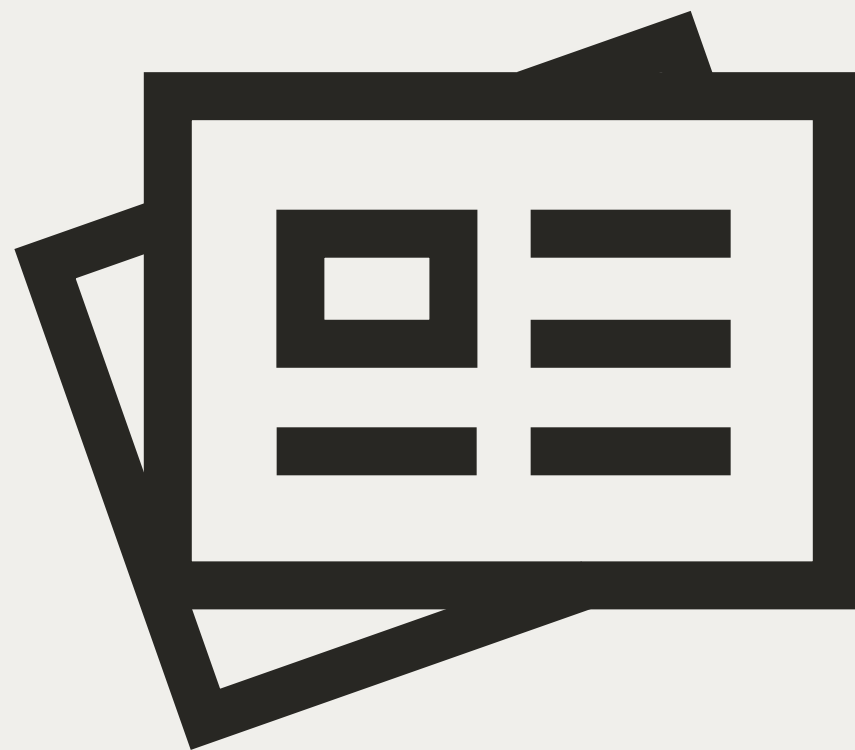


45'446

Qualifizierte Interaktionen

Persönlicher Austausch gewinnt (mit KAM, KMM, SCIB) im digitalen Zeitalter erst recht an Bedeutung.

Das Jahr in Zahlen ↗

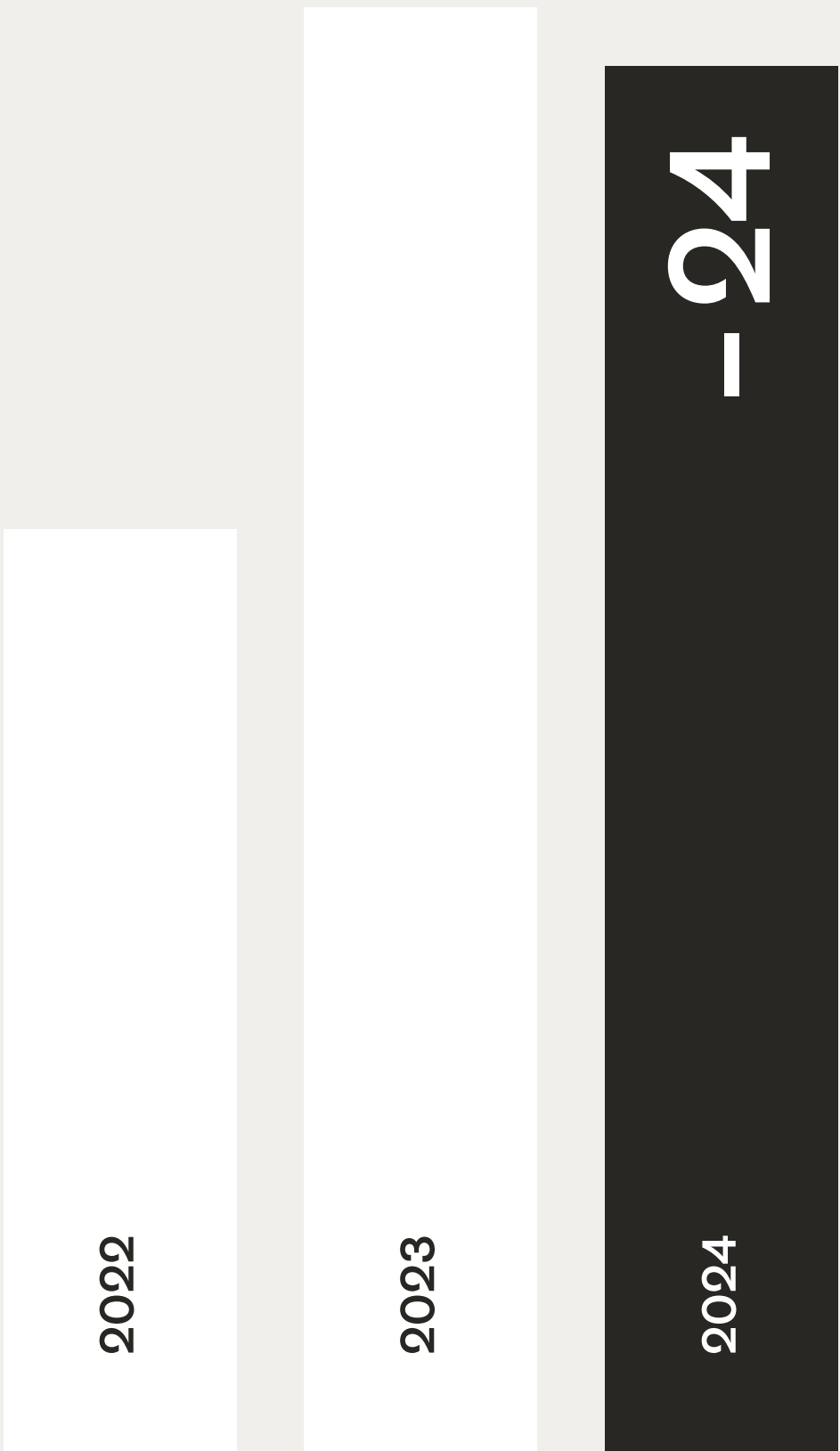


3721

Top Media Results

Angeichts des Medienwandels ist die weltweite Zahl der Top Media Results (earned Media) 2024 leicht gestiegen, von 3602 im Jahr 2023 auf 3721.

Das Jahr in Zahlen ↗



565

Business Events

Aus den 1177 Offerten der weltweit 20 SCIB-Mitarbeitenden resultierten 2024 total 565 Business Events. Das sind 24 Events weniger als im Vorjahr.

Das Jahr in Zahlen ↗



282'932

Chatbot-Sessions

Beim Gäste-Chatbot auf Switzerland.com kommt Künstliche Intelligenz zum Einsatz. Die erstmals 2024 eingesetzte Technologie verzeichnete total 282'932 Sessions.

Das Jahr in Zahlen ↗



29 %

View-Through-Rate

Roger Federer mit Hollywood-Schauspieler Mads Mikkelsen in einem Video für den Schweizer Herbst: Das von Schweiz Tourismus produzierte Video wurde auf YouTube 65 Millionen Mal angeschaut – mit einer sehr guten View-Through Rate von 29 %.

[Medienmitteilung ↗](#)

Highlights



Umfrage «Tourismusakzeptanz»: Die Bevölkerung ist pro Tourismus

Das Wichtigste vorweg: Nur 5 % der Schweizer Bevölkerung fühlen sich durch den Tourismus besorgt. Das zeigt die Auswertung der repräsentativen Umfrage «Tourismusakzeptanz». Der Stolz auf die Attraktivität der Destination Schweiz für Gäste aus aller Welt ist bei 78 % der Befragten sehr ausgeprägt. Allerdings fühlen sich 25 % der Teilnehmenden in ihrem Alltag durch Touristinnen und Touristen gestört. Umso höher gewichtet Schweiz Tourismus das Thema Tourismusakzeptanz.

[Medienmitteilung ↗](#)
[htr-Beitrag ↗](#)



Adieu «Goldblume», Grüezi «Switzerland»

Fast 30 Jahre lang prägte die Goldblume den Auftritt von Schweiz Tourismus (ST). Im April 2024 läutete ST mit «Switzerland» und dem Schweizer Kreuz auf verschiedenen Rottönen eine neue Marken-Ära ein, welche die internationale Sichtbarkeit stärken soll. Das stiess in der Branche auf Anklang. ««Switzerland» steht für ein modernes Tourismusland Schweiz, gelebte Werte und Traditionen. Das Schweizer Kreuz ist Symbol für Gastfreundschaft, Qualität und Verlässlichkeit», so Martin Vincenz, CEO Graubünden Ferien.

[Medienmitteilung ↗](#)



Die grösste Herbstkampagne aller Zeiten mit Roger Federer

Den Ganzjahrestourismus fördern ist eins der erklärten Ziele von Schweiz Tourismus (ST). Grund genug für die grösste Herbstkampagne in der ST-Geschichte. Und wer wäre dafür ein besserer Botschafter als Tennislegende Roger Federer? Zusammen mit dem dänischen Schauspieler Mads Mikkelsen entstand ein grandioses, auf die europäischen Zielmärkte ausgerichtetes Video. Angeschaut wurde es 65 Millionen Mal auf YouTube – mit einer sehr guten View-Through Rate von 29 %.

Medienmitteilung ➤



Fünf Millionen Einzeldaten für die perfekte Tourismusstrategie

2023 führte Schweiz Tourismus (ST) erstmals wieder die Gästebefragung für den Tourismus Monitor Schweiz (TMS) durch. Für die grösste Gästebefragung Europas lieferten 22'781 Übernachtungsgäste aus 147 Herkunftsmärkten, die ihre Ferien in total 627 Schweizer Tourismusorten verbrachten, fünf Millionen Einzeldaten – neuer Rekord. Die Daten der Gästebefragung stehen den ST-Mitgliedern seit September 2024 im neuen Online-Tool zur Verfügung und lassen sich für Strategieentscheide nutzen. Seit der Lancierung wurden rund 1000 Berichte heruntergeladen.

Mehr Informationen ➤



Von Yann Sommer bis Indian Summer

«Indian Summer» heisst der Kurzfilm über den goldenen Herbst in der Region St. Moritz GR. Dafür standen die beiden Ambassadeure von Schweiz Tourismus (ST) für den Markt Italien, Fernsehmoderatorin Michelle Hunziker und Torhüter Yann Sommer, erstmals gemeinsam vor der Kamera. Der Film ist eine von mehreren Herbstkampagnen und -projekten in den ST-Märkten, um den Ganzjahrestourismus zu fördern. So bewarb ST den Herbst zudem mit der Kampagne «Grape Escapes» und einem «Creator Camp» in Leukerbad VS für 80 Influencer und Content Creators der nächsten Generation.

Mehr Informationen ➤



«How to Winter»: Marco Odermatt erklärt den Schweizer Winter

Für die Winterkampagne 2023/24 «How to Winter» setzte Schweiz Tourismus auf Skistar Marco Odermatt als Botschafter – und auf Swisstainable. Schliesslich lässt sich die Schweiz auch im Winter nachhaltig mit dem ÖV bereisen. Ausgespielt wurde die Kampagne in Form von mehreren Videos mit Odermatt in den Märkten Schweiz, Deutschland, Frankreich, Italien und Benelux. Sie generierte 144 Millionen Marketingkontakte, 400'000 Website-Sessions und 250 Medienartikel.

Medienmitteilung ➤



Preisgekrönte KI bei Schweiz Tourismus

«Digital Innovation of the Year 2024»: Schweiz Tourismus (ST) räumte mit dem Chatbot-Prototyp «hAldi» am Digital Economy Award ab. Entwickelt wurde er für die Tourismusbranche und wird ihr einen neuen Zugang zu Daten ermöglichen. ST geht damit den Weg konsequent weiter, der Branche innovative Lösungen in den Bereichen Digitalisierung und künstliche Intelligenz zu liefern.

Bereits seit Längerem erfolgreich im Einsatz ist zudem der Gäste-Chatbot auf [Switzerland.com](https://www.switzerland.com). 2024 wurde er 282'932 Mal genutzt.

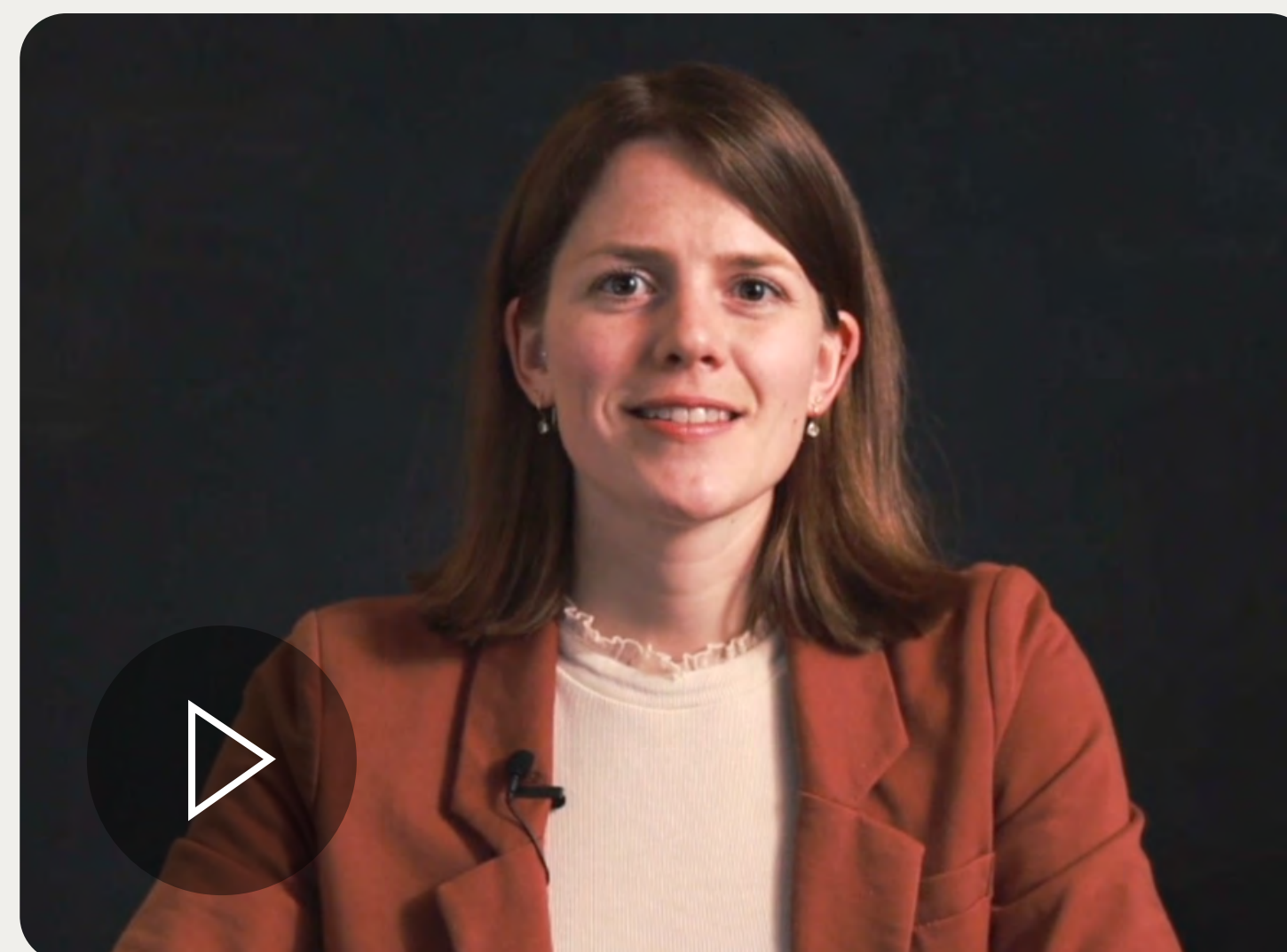
Medienmitteilung ➤



Swisstainable mit der Branche erlebbar gemacht

Die Nachhaltigkeitsbemühungen der Destinationen erlebbarer machen und die Bekanntheit des Swisstainable-Signets stärken: Diese Ziele verfolgte die Swisstainable-Kampagne 2024 von Schweiz Tourismus. Dafür wurde viel unternommen – so zum Beispiel die Installation von sieben Swisstainable-Lounges. Die Bemühungen zahlten sich aus: Die Bekanntheit von Swisstainable stieg von 20 % auf 23 %. Es gab 135 Millionen Marketing- und 25 Millionen Medienkontakte, und bis Ende 2024 nahmen 2160 Betriebe teil.

Mehr Informationen ➤



Drei Fragen zur touristischen Relevanz von YouTube: Videointerview mit Natalie Schönbächler, Head of Media bei Schweiz Tourismus

Eine abenteuerliche Schweizreise durch die Linsen von vier internationalen Content Creators erzählt – und die YouTube-Community fiebert mit. «The Perfect Shot» ist eines von mehreren YouTube-Projekten, die Schweiz Tourismus 2024 realisiert hat.

[YouTube-Kanal von Schweiz Tourismus](#) ↗



Botschafter Neeraj Chopra spricht neue indische Gäste an

Die Gästeströme lenken und so Overtourism verhindern, so das erklärte Ziel von Schweiz Tourismus (ST). Im Fokus stehen dabei auch indische Gäste, die sportlich sind und in der Nebensaison reisen – am besten mit dem Zug. Neeraj Chopra, Speerwurf-Olympiasieger und Markenbotschafter für Indien, warb genau dafür. Dank ST verkauften Reiseveranstalter in Indien Zug-Packages für die Schweiz-Ferien. Die Kampagne generierte 400 Millionen Medienkontakte und allein für das Video von Chopras Kajak-Ausflug auf Instagram gab es 84'500 Likes.

[Medienbeitrag Indien](#) ↗

Auf der B2B-Plattform Stnet.ch finden Sie weitere Aktivitäten des letzten Kalenderjahrs.

↗ [Weitere Aktivitäten](#)



10 Sek.

Social-Media-Interaktion

Auf 15 verschiedenen Social-Media-Plattformen (Instagram, Facebook, YouTube, Weibo etc.) ist Schweiz Tourismus mit einem eigenen Account präsent. Aus der total 5,5 Millionen grossen Community konnte 2024 rund alle 10 Sek. eine Interaktion verzeichnet werden.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)



Vorstand

Der Vorstand, bestehend aus dreizehn Vertreterinnen und Vertretern aus dem touristischen, wirtschaftlichen und politischen Sektor, steht unter der Leitung von Präsidentin Brigitta M. Gadiant.

[Weiterlesen](#) ➤



Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus mit ihren insgesamt acht Mitgliedern steht unter der Leitung von Martin Nydegger.

[Weiterlesen](#) ➤



Extended Management Team

Das Extended Management Team (EMT) ist die erweiterte Geschäftsleitung und umfasst 12 Personen. Sie vertreten diverse Fachbereiche und Märkte von Schweiz Tourismus.

[Weiterlesen](#) ➤



Schweizer Tourismusrat

Im Schweizer Tourismusrat (STR) sind Regierungen, Kantone, Städte sowie Wirtschafts- und Strategische Partner mit eigenen Expertinnen und Experten vertreten. Dieses Gremium ist als Advisory Board von strategischer Bedeutung für die nationale Marketingorganisation Schweiz Tourismus.

[Weiterlesen](#) ➤



47%

Anteil weiblicher Führungskräfte bei Schweiz Tourismus

Schweiz Tourismus achtet auf Diversität und Inklusion. 2024 betrug der Anteil weiblicher Führungskräfte 47 %. Ein Resultat der konsequenten Förderung und Motivation von weiblichen Führungskräften.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)

Bilanz

1. Aktiven

Umlaufvermögen		Angaben in CHF	31.12.2024	31.12.2023
1.1	Flüssige Mittel			
	Kassa		23 424.64	16 018.62
	Post		42 345.11	77 480.06
	Bank		21 564 790.73	20 071 783.95
	Total Flüssige Mittel		21 630 560.48	20 165 282.63
1.2	Forderungen			
1.2.1	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		5 545 790.11	4 478 582.02
1.2.2	Übrige kurzfristige Forderungen			
	Garantieleistungen, Vorschüsse		20 832.53	52 308.55
	Staatliche Stellen		413 980.12	496 059.75
	Übrige kurzfristige Forderungen		151 541.54	46 951.46
	Total Forderungen		6 132 144.30	5 073 901.78
1.3	Vorräte und angefangene Arbeiten			
	Vorräte und angefangene Arbeiten		354 997.00	55 966.40
	Total Vorräte und angefangene Arbeiten		354 997.00	55 966.40
1.4	Aktive Rechnungsabgrenzungsposten			
	Aktive Rechnungsabgrenzungsposten		1 799 981.58	1 622 048.81
	Vorauszahlungen		1 353 945.48	1 108 102.34
	Total aktive Rechnungsabgrenzungsposten		3 153 927.06	2 730 151.15
Total Umlaufvermögen			31 271 628.84	28 025 301.96
Anlagevermögen				
1.5	Finanzanlagen langfristige Forderungen gegenüber Dritten		219 729.86	1 423 700.09
1.6	Beteiligungen		1 226 504.00	1 226 504.00
1.7	Mobile Sachanlagen			
	Möbiliar, Einrichtungen, Installationen		717 509.96	869 144.81
	Informatikanlagen		210 403.90	201 941.22
	Total mobile Sachanlagen		927 913.86	1 071 086.03
1.8	Immobilien Sachanlagen (Geschäftsliegenschaft)		4 843 534.11	5 051 659.11
1.9	Immaterielle Anlagen		0.00	138 152.45
Total Anlagevermögen			7 217 681.83	8 911 101.68
Total Aktiven			38 489 310.67	36 936 403.64

Bilanz

2. Passiven

Fremdkapital		Angaben in CHF	31.12.2024	31.12.2023
2.1	Kurzfristiges Fremdkapital			
2.1.1	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		7 498 717.87	6 722 331.85
2.1.2	Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten			
	Staatliche Stellen		1 125 918.23	1 120 663.04
	Dritte		2 882 287.65	3 412 191.57
	Vorsorgeeinrichtungen		308 553.80	308 884.85
	Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		32 687.81	499 972.26
	Total übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		4 349 447.49	5 341 711.72
2.1.3	Passive Rechnungsabgrenzungsposten / kurzfristige Rückstellungen			
	Passive Rechnungsabgrenzungsposten		1 241 455.92	1 576 082.72
	Rückstellungen Personal		1 821 583.26	844 263.68
	Marketingaktivitäten Folgejahr		6 041 008.00	6 029 353.00
	Total passive Rechnungsabgrenzungsposten / kurzfristige Rückstellungen		9 104 047.18	8 449 699.40
Total kurzfristiges Fremdkapital			20 952 212.54	20 513 742.97
2.2	Langfristiges Fremdkapital			
2.2.1	Übrige langfristige Verbindlichkeiten (Liegenschaft Paris)		2 239 613.43	2 978 154.09
2.2.2	Langfristige Rückstellungen			
	Informatikanlagen		312 100.00	312 100.00
	Liegenschaftsrenovation Paris		200 000.00	200 000.00
	Umbauten Mietlokalitäten / Mobiliar		1 500 000.00	1 500 000.00
	Diverse		2 494 961.86	2 209 781.76
	Ausserordentliche Ereignisse Destination Schweiz		7 000 000.00	5 500 000.00
	Gesetzliche Austritts- und Vorsorgerückstellungen		1 191 686.64	1 141 412.73
	Total langfristige Rückstellungen		12 698 748.50	10 863 294.49
Total langfristiges Fremdkapital			14 938 361.93	13 841 448.58
Eigenkapital				
2.3	Kapital per 1.1.2024 / 2023		2 581 212.09	2 543 744.64
	Minderaufwand		17 524.11	37 467.45
Total Eigenkapital			2 598 736.20	2 581 212.09
Total Passiven			38 489 310.67	36 936 403.64

Erfolgsrechnung

1. Ertrag

Nettoerlöse		Angaben in CHF	Budget 2024	Rechnung 2024	Rechnung 2023
3.1	Mitgliederbeiträge				
	Schweizerische Eidgenossenschaft		-56 594 000	-56 593 800.00	-57 442 000.00
	Schweizerische Eidgenossenschaft (WEURO / Recovery)		0	-500 000.00	-6 500 000.00
	Schweizer Tourismusrat		-795 000	-822 500.00	-795 000.00
	Mitglieder (Kantone, Gemeinden, Tourismusorganisationen, Verkehrsinteressenten, Firmen, Organisationen)		-1 560 000	-1 636 499.00	-1 571 354.00
	Total Mitgliederbeiträge		-58 949 000	-59 552 799.00	-66 308 354.00
3.2	Diverse Erlöse		-45 000	-24 118.96	-72 302.43
3.3	Weiterverrechnete Leistungen				
	Ertrag aus weiterverrechnetem Personalaufwand		-1 181 000	-1 297 783.39	-1 398 488.19
	Ertrag aus weiterverrechnetem Betriebsaufwand		-123 000	-136 833.47	-145 335.63
	Total weiterverrechnete Leistungen		-1 304 000	-1 434 616.86	-1 543 823.82
Total betriebliche Erlöse			-60 298 000	-61 011 534.82	-67 924 480.25
Marketingenerlöse					
3.4	Sponsorship-Marketing		-8 350 000	-9 232 778.52	-7 779 963.78
3.5	Übriger Marketingenerlös		-27 000 000	-28 224 403.67	-27 118 871.60
Total Marketingenerlöse			-35 350 000	-37 457 182.19	-34 898 835.38
Total Erlöse			-95 648 000	-98 468 717.01	-102 823 315.63

Fortsetzung →

Erfolgsrechnung

2. Aufwand

Marketingaufwand		Angaben in CHF	Budget 2024	Rechnung 2024	Rechnung 2023
4.1	Aufwand aus Marketing		60 234 000	60 616 840.51	58 999 542.20
	WEURO / Recovery Programm			118 979.93	9 216 518.44
	Äufnung (+) / Entnahme (-) Fond aus. Ereignisse Dest. Schweiz			1 500 000.00	0.00
Total Aufwand aus Marketing			60 234 000	62 235 820.44	68 216 060.64
Personalaufwand					
4.2	Personalaufwand				
	Gehälter		25 289 000	25 951 869.01	24 465 832.26
	Sozialaufwand		5 075 000	4 849 097.98	4 829 868.61
	Aus- und Weiterbildung		255 000	329 964.56	257 618.34
	Versetzungen / Personalrekrutierung		220 000	171 442.94	446 232.08
	Nicht bezogene Ferien / Überzeit (Anpassung)		0	10 776.62	-67 245.98
	Reise- und Repräsentationsspesen		188 000	161 882.69	158 648.80
	Diverser Personalaufwand		212 000	295 240.53	244 365.07
Total Personalaufwand			31 239 000	31 770 274.33	30 335 319.18
Übriger Betriebsaufwand					
4.3	Übriger Betriebsaufwand				
	Raumaufwand		2 540 000	2 662 798.14	2 708 343.40
	Verwaltungsaufwand		1 342 000	1 242 078.67	1 142 010.90
	Allgemeiner Behördenaufwand		216 000	234 303.79	188 314.58
	Übriger Betriebsaufwand		31 000	27 616.89	28 927.67
Total übriger Betriebsaufwand			4 129 000	4 166 797.49	4 067 596.55
Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Positionen des Anlagevermögens					
4.4	Abschreibungen auf Sachanlagen				
	Informatikanlagen		283 000	217 840.96	234 574.05
	Mobiliar, Einrichtungen, Installationen		114 000	237 667.08	236 390.41
Total Abschreibungen auf Sachanlagen			397 000	455 508.04	470 964.46
Betriebliches Ergebnis vor Zinsen und Steuern			351 000	159 683.29	266 625.20
5.0	Finanzertrag		-115 000	-186 739.86	-97 010.01
5.1	Finanzaufwand		128 000	85 018.55	206 853.10
Betriebliches Ergebnis vor Steuern			364 000	57 961.98	376 468.29
6.0	Betriebsfremder Ertrag (Liegenschaft)		-1 202 000	-853 655.76	-1 147 217.86
6.1	Betriebsfremder Aufwand (Liegenschaft)		838 000	778 169.67	733 282.12
Minderaufwand			0	-17 524.11	-37 467.45

Geldflussrechnung

Geldfluss aus Betriebstätigkeit	Angaben in CHF	2024	2023
Minderaufwand		17 524.11	37 467.45
Abschreibungen (mobile Sachanlagen)			
Mobiliar, Einrichtungen, Installationen		237 667.08	236 390.41
Informatikanlagen		217 840.95	742 980.72
Immaterielle Anlagen		138 152.45	138 152.45
Messestand		0.00	109 066.89
Abschreibungen (Immobilie Sachanlagen)			
Liegenschaft Paris		208 125.00	208 125.00
Veränderungen (NUV / Rückstellungen)			
Abnahme / (Zunahme) Forderungen		-1 058 242.52	-1 382 809.77
Abnahme / (Zunahme) Vorräte und angefangene Arbeiten		-299 030.60	63 876.50
Abnahme / (Zunahme) Aktive Rechnungsabgrenzungsposten		-423 775.91	922 322.61
Zunahme / (Abnahme) kurzfristige Verbindlichkeiten		-215 878.21	-336 986.53
Zunahme / (Abnahme) Passive Rechnungsabgrenzungsposten und kurzfristige Rückstellungen		654 347.78	-2 154 800.28
Veränderungen (langfristige Rückstellungen)			
Zunahme / (Abnahme) Ausserordentliche Ereignisse Destination Schweiz		1 500 000.00	0.00
Zunahme / (Abnahme) Austritts- und Vorsorgerückstellungen		50 273.91	-25 116.21
Zunahme / (Abnahme) Diverse Rückstellungen		285 180.10	35 760.00
Total Geldfluss aus Betriebstätigkeit		1 312 184.14	-1 405 570.76
Geldfluss aus Investitionstätigkeit			
Finanzanlagen			
Langfristige Forderungen gegenüber Dritten		1 203 970.23	-1 200 207.94
Mobile Sachanlagen			
Informatikanlagen		-226 303.63	-690 661.90
Immaterielle Anlagen		0.00	508 406.67
Mobiliar, Einrichtungen, Installationen		-86 032.23	-105 228.32
Total Geldfluss aus Investitionstätigkeit		891 634.37	-1 487 691.49
Geldfluss aus Finanzerungstätigkeit			
Betriebsfremde Verbindlichkeiten			
Zunahme / (Abnahme) Langfristige Verbindlichkeiten		-738 540.66	-415 086.46
Total Geldfluss aus Finanzerungstätigkeit		-738 540.66	-415 086.46
Veränderung an Zahlungsmitteln		1 465 277.85	-3 308 348.71
Nachweis			
Anfangsbestand an flüssigen Mitteln		20 165 282.63	23 473 631.34
Endbestand an flüssigen Mitteln		21 630 560.48	20 165 282.63
Total Veränderung an Zahlungsmitteln		1 465 277.85	-3 308 348.71

Anhang zur Jahresrechnung

Firma
Schweiz Tourismus
Morgartenstrasse 5a
8004 Zürich
Öffentlich Rechtliche Körperschaft

Vollzeitstellen
Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 250 Mitarbeitenden.

Rechnungslegungsgrundsätze
Die vorliegende Jahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Bestimmungen über die kaufmännische Buchführung des Schweizerischen Obligationenrechts (Art. 957–963b OR) erstellt.

IKS–Risikobeurteilung
Schweiz Tourismus hat die Unternehmens-Risikobeurteilung im Rahmen des bestehenden Risk Management-Prozesses aktualisiert und dokumentiert. Diese umfasst sämtliche Risiken, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Beurteilung der Jahresrechnung haben könnten. Mit den, im Rahmen des Risk-Management-Prozesses definierten Risikobewältigungstechniken, werden die Risiken laufend überwacht und kontrolliert.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen
Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Auf diese Werte werden individuelle Einzelwertberichtigungen vorgenommen, wobei der Restbestand pauschal zu 5 % / 10 % wertberichtigt wird.

Anlagevermögen
Die Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten oder zu Herstellungskosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen bilanziert.

Zur Berechnung der Abschreibungsbeträge werden folgende Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden angewandt:

Sachanlagen	Nutzungsdauer	Methode
Büroeinrichtungen / Büromaschinen	3 Jahre	Linear
Informatik Hardware / Software	3 Jahre	Linear
Immaterielle Anlagen	5 Jahre	Linear
Infrastruktur Hauptsitz mit kleinem Saal	10 Jahre	Linear
Liegenschaft Paris	80 Jahre	Linear

Die Abschreibungen für Infrastruktur Auftritte im Marketing (Messestand / Messemobiliar), sowie die Kosten für die neue Website (MyS.2019) werden unter «Aufwand aus Marketing» ausgewiesen:
laufendes Jahr: CHF 138'152 / Vorjahr: CHF 755'626

Fremdwährungspositionen
Die Positionen in Fremdwährungen wurden zu den offiziellen Kursen der Steuerverwaltung des Bundes bewertet.

Anhang zur Jahresrechnung

Beteiligungen	Angaben in CHF	2024	2023
STC Switzerland Travel Centre AG Zürich / London – Aktienkapital		5 250 000	5 250 000
Beteiligungsanteil ST		33 %	33 %
Swiss Travel System AG, Zürich – Aktienkapital		300 000	300 000
Beteiligungsanteil ST		10 %	10 %
Forderungen / Verbindlichkeiten gegenüber STC Switzerland Travel Centre AG			
In der Bilanz sind in den folgenden Positionen Guthaben / Verbindlichkeiten enthalten:			
1.2.1 Debitoren		87 837	82 141
2.1.1 Kreditoren		11 917	95 976
Forderungen / Verbindlichkeiten gegenüber STS Swiss Travel System AG			
In der Bilanz sind in den folgenden Positionen Guthaben / Verbindlichkeiten enthalten:			
1.2.1 Debitoren		728 502	121 067
2.1.1 Kreditoren		469	0
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen			
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen In- und Ausland		308 554	308 885
Leasingverbindlichkeiten			
Gesamtbetrag der Leasingverbindlichkeiten		43 182	10 292
Auflösung stiller Reserven			
Nettoauflösung stiller Reserven im Geschäftsjahr		0	0
Ausserbilanzgeschäfte			
Positive Wiederbeschaffungswerte der Devisentermingeschäfte		0	0
Negative Wiederbeschaffungswerte der Devisentermingeschäfte		-756 538	-713 073
Kontraktvolumen		26 372 851	23 601 923
Bei den Devisentermingeschäften handelt es sich um die Absicherung der budgetierten Ausgaben des Folgejahres in fremder Währung (EUR, USD, GBP, AED, CNY)			
Kreditlimiten			
Kreditlimite Kontokorrentkonti UBS		2 000 000	2 000 000
Kreditlimite Kontokorrentkonti CS		0	2 000 000
Liegenschaftsrechnung Paris			
Ertrag aus Liegenschaft		853 656	1 147 218
Aufwand aus Liegenschaft		778 170	733 282
davon Abschreibung Gebäude		208 125	208 125
Erfolg aus Liegenschaft		75 486	413 936
Honorar Revisionsstelle			
Revisionsdienstleistungen		39 000	38 250
Andere Dienstleistungen		0	0

Bericht der Revisionsstelle



Ernst & Young AG
Maagplatz 1
Postfach
CH-8010 Zürich

Telefon: +41 58 286 31 11
www.ey.com/de_ch

An den Vorstand von
Schweiz Tourismus, Zürich

Zürich, 13. März 2025

Bericht der Revisionsstelle

Bericht zur Prüfung der Jahresrechnung



Prüfungsurteil
Wir haben die Jahresrechnung von Schweiz Tourismus (die Gesellschaft) – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2024, der Erfolgsrechnung und der Geldflussrechnung für das dann endende Jahr sowie dem Anhang, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.



Grundlage für das Prüfungsurteil
Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Standards zur Abschlussprüfung (SA-CH) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung“ unseres Berichts weitergehend beschrieben. Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands, und wir haben unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als eine Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.



Sonstige Informationen
Der Vorstand ist für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die im Geschäftsbericht enthaltenen Informationen, aber nicht die Jahresrechnung und unseren dazugehörigen Bericht.

Unser Prüfungsurteil zur Jahresrechnung erstreckt sich nicht auf die sonstigen Informationen, und wir bringen keinerlei Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu zum Ausdruck.



2

Im Zusammenhang mit unserer Abschlussprüfung haben wir die Verantwortlichkeit, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen wesentliche Unstimmigkeiten zur Jahresrechnung oder unseren bei der Abschlussprüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Falls wir auf Grundlage der von uns durchgeführten Arbeiten den Schluss ziehen, dass eine wesentliche falsche Darstellung dieser sonstigen Informationen vorliegt, sind wir verpflichtet, über diese Tatsache zu berichten. Wir haben in diesem Zusammenhang nichts zu berichten.



Verantwortlichkeiten des Vorstandes für die Jahresrechnung

Der Vorstand ist verantwortlich für die Aufstellung einer Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten und für die internen Kontrollen, die der Vorstand als notwendig feststellt, um die Aufstellung einer Jahresrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung der Jahresrechnung ist der Vorstand dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Geschäftstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Geschäftstätigkeit – sofern zutreffend – anzugeben sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Geschäftstätigkeit anzuwenden, es sei denn, der Vorstand beabsichtigt, entweder die Gesellschaft zu liquidieren oder Geschäftstätigkeiten einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.



Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Jahresrechnung als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und einen Bericht abzugeben, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Mass an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den SA-CH durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich gewürdigt, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieser Jahresrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Eine weitergehende Beschreibung unserer Verantwortlichkeiten für die Prüfung der Jahresrechnung befindet sich auf der Webseite von EXPERTsuisse:
<https://www.expertsuisse.ch/wirtschaftspruefung-revisionsbericht>. Diese Beschreibung ist Bestandteil unseres Berichts.



3

Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen



In Übereinstimmung mit Art. 69b ZGB in Verbindung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und PS-CH 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Vorstandes ausgestaltetes Internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Ernst & Young AG

Roger Müller
Zugelassener Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

Gianantonio Zanetti
Zugelassener Revisionsexperte

Schweiz Tourismus
Morgartenstrasse 5a
8004 Zürich

T 044 288 11 11
↗ stnet.ch