

**JAHRESBERICHT
OSTSCHWEIZ TOURISMUS
2015**



Inhaltsverzeichnis

Jahresbericht des Präsidenten	3
Jahresrechnung 2015.....	6
Erfolgsrechnung (1. Januar – 31. Dezember 2015)	6
Bilanz (per 31. Dezember 2015).....	7
Revisionsbericht.....	8
Bericht der TSO AG	9
Bericht des Verwaltungsrates	9
Operative Tätigkeit.....	9
Wer macht was? – Organigramm und Aufgabenteilung	12
Impressum / Kontakte Destinationen	13

Jahresbericht des Präsidenten

Aufgabenteilung zwischen OST und TSO AG

Seit 2010 besteht in der touristischen Dachorganisation der Ostschweiz eine klare Aufgabenteilung zwischen dem Verein Ostschweiz Tourismus (OST) und der Tourismus Services Ostschweiz AG (TSO AG).

Operative Aufgaben bei Tourismus Services Ostschweiz AG (TSO AG)

Mit der Gründung der Tourismus Services Ostschweiz AG als „Dienstleistungsgesellschaft für die Tourismusdestinationen der Ostschweiz und das Fürstentum Liechtenstein“ wurden die operativen Aufgaben von den Verbandsaufgaben getrennt und für die Erbringung der Dienstleistungen eine schlanke und marktorientierte Struktur geschaffen. Unter der Leitung von Geschäftsführer Andreas Kunz erfüllt die TSO AG ihren Leistungsauftrag des Kantons St. Gallen und der Destinationen effizient, innovativ und zur Zufriedenheit der Besteller und Kunden. Näheres dazu finden Sie im anschliessenden, separaten Bericht der TSO AG.

Die TSO AG ist zu 100% im Besitz des Vereins Ostschweiz Tourismus. Die Berichterstattung des Verwaltungsrates erfolgt an den Vorstand von Ostschweiz Tourismus. Dieser legitimiert seinen Vertreter jeweils zur formellen Genehmigung von Jahresrechnung und Jahresbericht an der statutarischen GV. Dividenden wirft die TSO AG keine ab.

Mitte 2015 hat René Romanin sein Amt als Präsident des Verwaltungsrates der TSO AG abgegeben, nachdem er altershalber als Präsident von St. Gallen-Bodensee Tourismus und damit automatisch auch als Vorstandsmitglied von Ostschweiz Tourismus zurückgetreten war. René Romanin hat als Gründungspräsident wertvolle Aufbauarbeit geleistet und war dem jungen Führungsteam der TSO AG eine sehr geschätzte Unterstützung. Zum Nachfolger als VR-Präsident wurde Prof. Dr. Pietro Beritelli, Präsident von Heildland Tourismus, gewählt. Zum neuen Verwaltungsrat Markus Isenrich, Nachfolger von René Romanin als Präsident von St. Gallen-Bodensee Tourismus.

Ostschweiz Tourismus mit Koordinations- und Netzwerkaufgaben

Dem gegenüber führt Ostschweiz Tourismus alle Koordinations- und Netzwerkaufgaben eines überregionalen Dachverbandes. Als solcher vertritt Ostschweiz Tourismus die Tourismusinteressen innerhalb des Verbandsgebietes, koordiniert die Interessen der Mitglieder untereinander und nimmt diese in nationalen Gremien wahr.

Eine zentrale Funktion als Koordinationsgremium kommt der **Geschäftsführerkonferenz** zu, die in der Regel viermal jährlich zusammenkommt. Sie formuliert die gemeinsamen Bedürfnisse gegenüber der TSO AG, koordiniert die Teilnahme an Marketingkampagnen von Schweiz Tourismus, evaluiert gemeinsame Projekte und spricht die Vertretung in nationalen Gremien wie der Regionaldirektorenkonferenz von Schweiz Tourismus oder beim Schweizerischen Tourismusverband ab. Die Leitung und Koordination der Geschäftsführerkonferenz liegt zurzeit bei Frank Bumann, Direktor St. Gallen-Bodensee Tourismus. Er vertritt die Tourismusregion Ostschweiz auch in der Regionaldirektorenkonferenz von Schweiz Tourismus und im Vorstand des Schweizerischen Tourismusverbandes. Weitere Koordinationsaufgaben, zum Beispiel für Kampagnen mit Schweiz Tourismus, werden unter den übrigen Geschäftsführenden aufgeteilt.

Im Weiteren ist Ostschweiz Tourismus für den Betrieb und die Weiterentwicklung der gemeinsamen Internetplattform **ostschweiz.ch** zuständig. Diese Website dient als gemeinsames Schaufenster für das touristische Angebot der Ostschweiz und Eintrittsportal zu den konkreten Angeboten der einzelnen Ostschweizer Destinationen.

Der Verein Ostschweiz Tourismus benötigt für dieses Aufgabenspektrum kein operatives Personal. Administrative Leistungen sowie die Betreuung der Internetplattform ostschweiz.ch werden gegen Verrechnung von der TSO AG erbracht.

Mitglieder von Ostschweiz Tourismus sind die touristischen Destinationen der Ostschweiz und des Fürstentums Liechtenstein, Dachverbände der Leistungserbringer sowie zahlreiche Gemeinden, Städte, Verkehrsvereine und Einzelbetriebe aus der ganzen Ostschweiz. Im Vorstand sind von Amtes wegen die Präsidenten aller Destinationen vertreten, dazu arbeiten je ein Vertreter der Gastronomie und des öffentlichen Verkehrs mit.

Gemeinsam den Tourismus in der Ostschweiz weiterbringen

Ziel von Ostschweiz Tourismus ist es, trotz beschränkter Mittel der einzelnen Destinationen, durch gezielte Zusammenarbeit gemeinsam den Tourismus in der Ostschweiz weiterzubringen und sich auf dem Schweizer Tourismusmarkt zu behaupten. Wenn gemeinsame Interessen bestehen, ist es sinnvoll, die Kräfte zu bündeln, um mehr Wirkung zu erzielen.

Das geschieht einerseits mit gemeinsamen Aufträgen an die TSO AG, wie

- Betrieb und bedarfsgerechter Ausbau des **Kompetenzzentrums E-Business**.
- Betrieb und Weiterentwicklung der gemeinsamen Internetplattform **ostschweiz.ch** als Einstiegsportal in die touristische Ostschweiz.

Dazu gehörten bis Ende 2015 auch der Betrieb und die Weiterentwicklung der **Produktplattform NaTour pur** zur Positionierung und Stärkung der Ostschweiz als attraktives Mekka des Langsamverkehrs. Nach einer umfassenden Analyse nach fünf Jahren Betrieb haben die Auftraggeber beschlossen, diese gemeinsame Plattform aufgrund des unbefriedigenden Kosten-Nutzen-Verhältnisses aufzugeben. Künftig wird jede Destination das Angebot im Langsamverkehr wieder nach ihren eigenen Prioritäten vermarkten.

Andererseits bietet OST den Destinationen auch den Rahmen für projektbezogene Zusammenarbeit, sei es unter Beteiligung von allen oder auch nur der unmittelbar interessierten Destinationen. Im Vordergrund steht dabei die gemeinsame Beteiligung an Kampagnen von Schweiz Tourismus. Von besonderem Interesse ist dabei die 2015 neu lancierte Grand Tour of Switzerland, die auf rund 200 Kilometern auch durch die Ostschweiz führt.

Anspruchsvolles Tourismusjahr 2015

Als äusserst anspruchsvoll erwiesen sich die Rahmenbedingungen für das Tourismusjahr 2015, nachdem die Nationalbank Mitte Januar bekanntgegeben hatte, die bisherige Kursuntergrenze zum Euro von Fr. 1.20 aufzuheben. Vom doppelten Effekt dieses Währungshandicaps – zum einen wird die Schweiz für ausländische Gäste teurer, zum andern das Ausland für Schweizer günstiger – sind Randregionen wie die Ostschweiz besonders betroffen, da es das benachbarte Ausland – etwa Vorarlberg oder das Bodenseegebiet - noch attraktiver macht, auch für Tagesausflügler. Dazu kam, dass im Vorjahr die Mitgliederaktion von Raiffeisen der Ostschweiz rund 40'000 Übernachtungen bescherte, die nun wieder wegfielen. Kaum überraschend deshalb, dass bei den Übernachtungszahlen mit -4.7% ein ähnlicher Rückgang in Kauf genommen werden musste wie in Graubünden (-6.6%) oder im Tessin (-5.7%).

Entsprechend erhöhte sich auch der Anteil der Schweizer Gäste von 62% auf 64% bzw. ging der Anteil der internationalen Gäste auf 36% zurück (gesamte Schweiz: 55%). Davon sind noch 43% Deutsche, deren Übernachtungen allein um 45'000 zurückgingen.

Angesichts dieser Entwicklung und der beschränkten Mittel fokussieren sich die meisten Destinationen auf den Schweizer Markt, wo die Destinationen zumeist sehr wohl ein eigenes Profil haben und das Bedürfnis und die Notwendigkeit zu Kooperationen deshalb kleiner ist.

Für eine (gemeinsame) Bearbeitung von internationalen Märkten fehlt es den Ostschweizer Destinationen nicht nur an finanziellen Mitteln, sondern auch an einer gemeinsamen Strategie. Zu unterschiedlich ist aufgrund der räumlichen und strukturellen Verschiedenheit vielfach der Fokus auf Produkte und Märkte.

Mehr und mehr reift aber auch die Erkenntnis, dass es ohnehin zielführender sein dürfte, den Fokus vorerst noch stärker auf die Angebots- und Qualitätsentwicklung zu richten, um im Wettbewerb um internationale Gäste noch besser konkurrenzfähig zu werden.

*Dr. Christoph Tobler
Präsident Ostschweiz Tourismus*

Jahresrechnung 2015

Erfolgsrechnung (1. Januar – 31. Dezember 2015)

	Vergleich	
	<u>2015</u>	<u>2014</u>
	CHF	CHF
Einnahmen		
Mitgliederbeiträge	72'200.00	59'550.00
Übriger Ertrag	<u>1'016.00</u>	<u>1'029.79</u>
Total Ertrag	<u>73'216.00</u>	<u>60'579.79</u>
 Ausgaben		
Beiträge	38'476.40	24'323.60
Internetplattform ostschweiz.ch	19'440.00	19'440.00
Organisation/Administration	16'530.65	18'794.60
a. o. Aufwand/Ertrag	<u>457.65</u>	<u>-2'000.00</u>
Total Aufwand	<u>74'904.70</u>	<u>60'558.20</u>
Jahresgewinn	<u><u>-1'688.70</u></u>	<u><u>21.59</u></u>

Bilanz (per 31. Dezember 2015)

	Vergleich	
	31.12.15	31.12.14
	CHF	CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel		
Bankguthaben	9'086.92	1'223.34
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0.00	0.00
Verrechnungskonto TSO AG (Tochtergesellschaft)	0.00	9'752.90
Übrige Forderungen		
Verrechnungssteuer-Guthaben	0.00	4.83
Aktive Rechnungsabgrenzung	0.00	0.00
<i>Total Umlaufvermögen</i>	9'086.92	10'981.07
Anlagevermögen		
Finanzanlagen		
Beteiligungen	100'000.00	100'000.00
<i>Total Anlagevermögen</i>	100'000.00	100'000.00
Total Aktiven	109'086.92	110'981.07
Passiven		
Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
Gegenüber Dritten	0.00	205.45
Passive Rechnungsabgrenzung	500.00	500.00
<i>Total Fremdkapital</i>	500.00	705.45
Eigenkapital		
Vereinskapital	110'275.62	110'254.03
Jahresergebnis	-1'688.70	21.59
<i>Total Eigenkapital</i>	108'586.92	110'275.62
Total Passiven	109'086.92	110'981.07

Revisionsbericht

Revisionsbericht

Bericht der Revisoren an die Mitgliederversammlung von „Ostschweiz Tourismus“ über die Prüfung der Jahresrechnung 2015

Als Revisoren haben wir die Buchführung und die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) von „Ostschweiz Tourismus“ für das am 31. Dezember 2015 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen und zu beurteilen.

Unsere Prüfung wurde so durchgeführt, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung mit angemessener Sicherheit erkannt werden. Wir prüften die Posten und Angaben der Jahresrechnung mittels Analysen und Erhebungen auf der Basis von Stichproben. Ferner beurteilten wir die Anwendung der massgebenden Rechnungslegungsgrundsätze, die wesentlichen Bewertungsentscheide sowie die Darstellung der Jahresrechnung als Ganzes. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine ausreichende Grundlage für unser Urteil bildet.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.


Guido Buob
Geschäftsführer
Appenzellerland Tourismus AI


René Rechsteiner
Kassier
Gastro St. Gallen

St.Gallen, 17. Februar 2016

Bericht der TSO AG

Bericht des Verwaltungsrates

Eine dynamische Organisation wie die TSO AG hat jedes Jahr Neues zu berichten.

Was die operative Tätigkeit angeht, sind eine Reihe strategischer Projekte im E-Kompetenzzentrum aufgelegt und gestartet worden. Ziel dieser Projekte ist die mittelfristige Ergänzung des Leistungsportfolios der TSO AG, nicht nur zugunsten der Tourismusorganisationen in der Ostschweiz, sondern auch vermehrt für die Leistungsträger. Die kommenden Jahre werden massgebend für die Weiterentwicklung des Tourismus in der Ostschweiz sein und die TSO AG kann hierbei eine entscheidende Rolle spielen. So wird das Projekt „E-Destinorama“ zeigen, wie Besucherströme erfasst, ausgewertet und an die Leistungsträger (später in Echtzeit) über ein im Jahr 2016 zu entwickelndes Modul (TIM) zurückgespielt werden. Auf diese Weise können die Leistungsträger nicht nur verstehen, welche Gäste sich wann und wo aufhalten, sondern diese direkt mit Informationen und Angeboten bedienen. Begleitend werden Schulungen und Kurse im Rahmen des „E-Campus“ die Leistungsträger bezüglich neueste Kenntnisse und Trends in der Informationstechnologie im Tourismus unterstützen. Diese Initiativen lösen nicht nur einen neuen Geschäftsmotor für die TSO AG aus, sondern erfordern eine geographisch breiter gestreute Finanzierung durch die Kantone in der Ostschweiz. Schliesslich profitieren von den Innovationen nicht nur die DMOs und Leistungsträger des Kantons St. Gallen. So ist schon 2015 eine Reihe von Gesprächen gestartet, die zum Ziel haben die Beteiligung aller Ostschweizer Kantone einzufordern.

Auch im Verwaltungsrat gab es Änderungen. Verwaltungsratsmitglied René Romanin, der seit der Gründung der TSO AG die Organisation präsidiert hat, ist in den wohlverdienten Ruhestand getreten. Sein Rücktritt als Präsident von der TSO AG und von St. Gallen-Bodensee Tourismus hinterlässt eine Lücke, sowohl bezüglich Fach- als auch Führungskompetenzen. René Romanin hat auch mit seiner ausgezeichneten Fähigkeit, Ideen und Argumente zugunsten des Tourismus in der Ostschweizer Öffentlichkeit vorzubringen, vieles für uns alle erreicht. Wir danken ihm an dieser Stelle nochmals ganz herzlich für sein unermüdliches Engagement. VR-Mitglied Pietro Beritelli, Präsident von Heidiland Tourismus rückt als Präsident der TSO AG nach. Der neue Präsident von St. Gallen-Bodensee Tourismus, Markus Isenrich, füllt den vakanten Verwaltungsratsposten.

Operative Tätigkeit

NaTour pur

Wie jedes Jahr war das Hauptziel, die Ostschweiz als Erlebnisregion zu stärken, die Bekanntheit zu steigern und durch die buchbaren Angebote im Bereich Langsamverkehr Aufenthalte in der Region zu generieren. Zusätzlich wurde das Geschäftsjahr 2015 wesentlich durch die Ergebnisse der strategischen Analyse aus dem Vorjahr beeinflusst. Das Projekt NaTour pur in seiner jetzigen Form wird nur noch bis Ende 2015 bestehen. Aufgrund dessen wurde vorausschauend gehandelt und vermehrt auf einzelne Routen mit viel Potential fokussiert anstatt allgemein auf den Brand NaTour pur und seine gesamte Angebotspalette. Ein routenspezifisches Produkte-Management war somit eine nachhaltige Investition des Budgets. Die Tatsache, dass das einzige gemeinsame Produkt der Ostschweiz per Ende 2015 eingestellt wird, hat dazu geführt, dass rege neue gemeinsame Produkte geprüft wurden. Die Destinationen wurden in diese Entwicklung miteinbezogen und anhand ihrer Bedürfnisse und Marktanalysen wurde das Thema E-Biken in der Ostschweiz genauer überprüft. Daraus entstand ein grob ausgearbeitetes Konzept „E-Bike Park Ostschweiz“.

Aufgrund der erwähnten Gegebenheiten und den Resultaten aus der Strategie-Analyse wurde der Fokus auf die Weiterentwicklung der Routen hinsichtlich Qualität und Erweiterung von passenden Erlebnissen gesetzt, anstatt auf die Entwicklung neuer Routen. Die Erweiterung der Herzroute bis und durch die Ostschweiz war ein grosser Erfolg. Die Koordination und Kommunikation wurde von der TSO AG übernommen.

Im Bereich Marketing wurde wie im Vorjahr vermehrt in den Bereich Online-Marketing investiert. Es wurden erfolgreiche Social Media und Google AdWords/Display Kampagnen durchgeführt, welche zu einer Steigerung der Facebook Likes auf über 11'000 verholfen haben. Die Routenreportagen und Medienreise von Travelita waren auf den Online-Kanälen sehr präsent. Der Printbereich wurde dieses Jahr hauptsächlich von der jährlich erscheinenden NaTour pur-Broschüre mit dem integrierten E-Bike Park-Prospekt dominiert. Bestehende Print-Medien wie die Panoramakarte wurden weiterhin auf verschiedenen Kanälen distribuiert. Die Routen mit viel Potential auch nach einer Beendigung von NaTour pur wurden in spannende Geschichten verpackt und in ausgewählten touristischen und Zielgruppen orientierten Magazinen platziert. Ein wichtiges Sprachrohr waren auch die Marketing-Kanäle unserer Partner, welche wir so gut als möglich genutzt haben. Neue kleinere Marketing-Partnerschaften wurden erschlossen so zum Beispiel mit velokids.ch. Zudem wurde in die neue Marketingkampagne von Schweiz Tourismus „Outdoor. Swiss Made“ investiert. Dabei wurde eine ausgewählte NaTour pur Route weltweit über die ST Kanäle vermarktet.

Die Medienarbeit wurde dieses Jahr weiter reduziert. Die langjährige Zusammenarbeit mit PR2 wurde vorübergehend aufgehoben und die Schweizer PR-Agentur Gretz Communications wurde neu beauftragt. Es entstanden zwei spannende Medienmitteilungen, welche die Grundlage zu verschiedenen Artikeln in touristisch- und zielgruppenrelevanten Medien boten. Zudem entstand aus der Zusammenarbeit mit der PR-Agentur eine sehr erfolgreiche Medienreise mit Travelita, welches ein beliebter Outdoor Reiseblogg einer jungen Schweizerin ist. Des Weiteren hat die PR Agentur auch Aufgaben im Bereich Texten und Storytelling für die TSO AG übernommen.

Der Besuch von Messen im 2015 war wieder ein wichtiger Bestandteil der Produktkommunikation und -entwicklung, da wir so direkt in Kontakt mit den potentiellen Gästen kommen. NaTour pur konnte sich wie jedes Jahr mit einem eigenen Stand an diversen slowUps präsentieren. Zudem wurde das Produkt an diversen Ferienmessen im In- und Ausland, wie auch der ITB Berlin, durch Partner vertreten.

Ein gutes Netzwerk und starke Partnerschaften sind für NaTour pur nach wie vor von grosser Bedeutung. Daher wurden die bestehenden Partnerschaften weitergeführt und neue erschlossen. Ein wichtiger Punkt war es, die Partner über die Zukunft von NaTour pur zu informieren und eine allfällige weitere Zusammenarbeit zu besprechen, falls ein Projekt wie das E-Biken zustande kommt. Zudem wurde wie jedes Jahr am Anfang und Ende der Saison ein PM Meeting durchgeführt.

Im letzten Jahr wurden aufgrund der Resultate der strategischen Analyse die Erwartungen der Verkaufszahlen von SwissTrails etwas reduziert. Die Erkenntnis, dass SwissTrails nicht der ideale Vertriebskanal ist, hat zum dem Entschluss geführt, weitere Vertriebskanäle zu prüfen. Dabei wurde eine Route online buchbar gemacht via TOMAS. Um diese erfolgreich zu vermarkten müssen noch einige Anpassungen vorgenommen werden.

Wie schon zuvor erwähnt, stand in diesem Jahr der Abschluss des Projektes NaTour pur im Fokus. Die Verträge wurden nach der Präsentation der strategischen Analyse mit Handlungsvorschlägen nicht verlängert. Des Weiteren wurde im Bereich Langsamverkehr ein Grobkonzept entwickelt für ein gemeinsames Produkt im Bereich E-Biken. Die Destinationen sind dem Thema gegenüber sehr interessiert und aufgeschlossen gewesen, jedoch konnte bis dato keine Lead-Destination für die Initiierung des Projektes gefunden werden. Aufgrund dessen wird das destinationsübergreifende Produkt „NaTour pur“ im Langsamverkehr per Ende 2015 eingestellt. Dies hat zur Folge, dass es per 2016 keine gemeinsamen Ostschweizer Produkte mehr gibt.

E-Kompetenzzentrum

In diesem Jahr wurden die Destinationen mit durchschnittlich 300 Stunden Helpdesk Leistungen unterstützt. Dies über die gesamte Klaviatur des Online-Marketings hinaus. Auch im Rahmen von Mitarbeiterschulungen zu bestehenden EDV-Systemen (CMS, E-CRM) oder bei der Einführung von neuen Lösungen wie TOMAS (DMS) bei Appenzellerland AR und Toggenburg Tourismus. Neu profitieren Appenzellerland AR, St.Gallen-Bodensee und Thurgau Tourismus von einer besseren Organisation ihrer Medien (Bilder, Texte, Videos). Digital Asset Management (DAM) nennt sich diese Lösung, dank der Mitarbeiter innert wenigen Sekunden bspw. Bilder für Presstexte finden und freigeben können.

Mit dem Ende der kantonalen Leistungsvereinbarung lag der Schwerpunkt im Bereich E-Kompetenzzentrum auf der Vorbereitung für 2016-2020. In diesem Zusammenhang wurden drei Grobkonzepte (E-Destinatorama, TIM, E-Campus) entwickelt und unter dem Thema „E-Kompetenzzentrum+“ den jeweiligen NRP-Verantwortlichen der Kantone SG, TG, AR, TG, GR, SH, SZ und ZH präsentiert. Als flankierende Massnahme wurde das gesamte Dienstleistungsportfolio überarbeitet. Im Kern stehen neue Leistungen welche betriebsübergreifend sind und sich an Besucherströmen orientieren. Sinnbildlich für diese Fokussierung war die Erarbeitung einer technischen Machbarkeitsstudie anhand eines Pilotversuchs im Projekt E-Destinatorama. Die Studie bildet Grundlage für eine Lösung zur Messung und Abbildung von digitalen Besucherströmen. Die Attraktivität des Angebotes sollte vor allem für potente Leistungsträger aus Hotellerie und Transport verbessert und einfacher zugänglich gemacht werden. Die per Ende Jahr aufgeschaltete neue Webseite www.tsoag.ch steht als Ergebnis dieser Bestrebungen.

Das bisher nur für den Kundensupport eingesetzte Ticketing-System wurde auf den neusten Stand gebracht und dient nun als zentrales Element für das Koordinieren von wertschöpfenden und unterstützenden Aufgaben innerhalb der TSO AG. Dank dieser Massnahme wurden die Kommunikationsprozesse entschlackt und die Effizienz für Koordinationsaufwände zwischen Kunden, Partnern und Dritten verbessert.

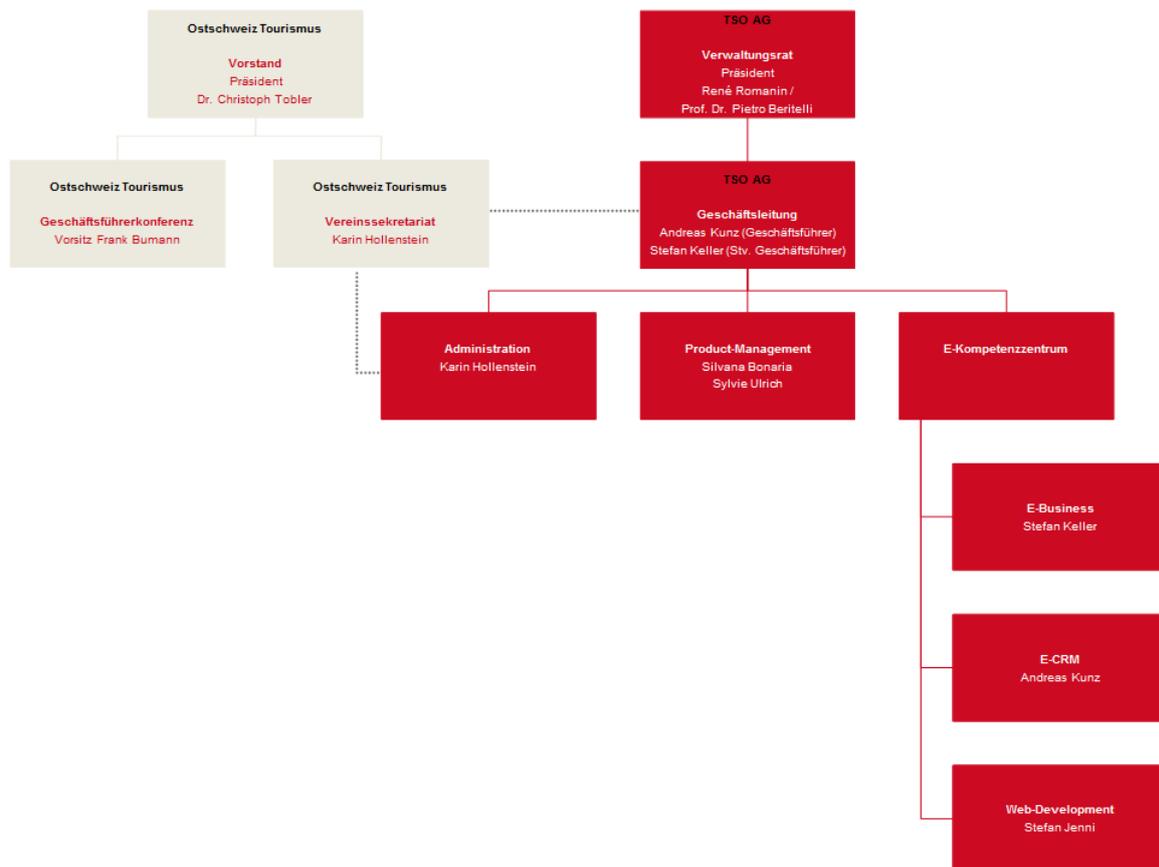
Auch ausserhalb des Perimeters Ostschweiz konnte die TSO AG Dienstleistungen erbringen und neue Kunden gewinnen. Im Bereich E-Fitness vertraut Zermatt Tourismus auf die Kompetenzen der TSO AG. In Zusammenarbeit mit ritzy* Weiterbildungen wurde das E-Fitness Konzept für die Bedürfnisse der Walliser Organisationen erfolgreich weiterentwickelt. So erfolgreich, dass Zermatt Tourismus mit diesem Projekt für den Milestone 2015 nominiert wurde.

Das einzigartige Dienstleistungsportfolio der TSO AG weckte auch das Interesse von Uri und Andermatt Tourismus. Neu berät und unterstützt die TSO AG diese beiden Destinationen im Rahmen des Projektes „Online-Buchungs-Offensive“ zu den Themen Vertrieboptimierung (TOMAS) und E-Fitness.

Prof. Dr. Pietro Beritelli
Verwaltungsratspräsident TSO AG

Andreas Kunz
Geschäftsführer TSO AG

Wer macht was? – Organigramm und Aufgabenteilung



Stand: 2015

Ostschweiz Tourismus

Mitglieder Vorstand:

- Präsident: - Dr. Christoph Tobler
 Vizepräsident: - René Romanin (bis Juni 2015)
 - Prof. Dr. Pietro Beritelli (ab Juli 2015)
 Mitglieder: - Monika Bodenmann
 - Werner Fritschi
 - Thomas Imobersteg
 - Markus Isenrich (ab Juli 2015)
 - Josef Müller-Tschirky
 - Max Nadig
 - Christoph Schredt
 - Ruedi Ulmann

TSO AG

Mitglieder Verwaltungsrat:

- Präsident: - René Romanin (bis Juni 2015)
 - Prof. Dr. Pietro Beritelli (ab Juli 2015)
 Mitglieder: - Markus Isenrich (ab Juli 2015)
 - Thomas Imobersteg

Impressum / Kontakte Destinationen

Herausgeber
Ostschweiz Tourismus
Fürstenlandstrasse 53
9000 St.Gallen
info@ostschweiz.ch
www.ostschweiz.ch
Titelbild: Schaffhauserland

Appenzellerland Tourismus AR
Herr Urs Berger
Bahnhofstrasse 2
CH-9410 Heiden
Tel. +41 (0)71 898 33 00
Fax +41 (0)71 898 33 09
info@appenzellerland.ch
www.appenzellerland.ch



Appenzellerland Tourismus AI
Herr Guido Buob
Hauptgasse 4
CH-9050 Appenzell
Tel. +41 (0)71 788 96 41
Fax +41 (0)71 788 96 49
info@appenzell.ch
www.appenzell.ch



Heidiland Tourismus
Herr Björn Caviezel
Valenserstrasse 6
CH-7310 Bad Ragaz
Tel. +41 (0)81 720 08 20
Fax +41 (0)81 720 08 28
info@heidiland.com
www.heidiland.com



Liechtenstein Marketing
Frau Renate Bachmann
Äulestrasse 30
LI-9490 Vaduz
Tel. +423 239 63 63
Fax +423 239 63 01
info@liechtenstein.li
www.liechtenstein-marketing.li



Schaffhauserland Tourismus
Herr Beat Hedinger
Herrenacker 15
CH-8201 Schaffhausen
Tel. +41 (0)52 632 40 20
Fax +41 (0)52 632 40 30
info@schaffhauserland.ch
www.schaffhauserland.ch



St.Gallen-Bodensee Tourismus
Herr Frank Bumann
Bankgasse 9
CH-9001 St.Gallen
Tel. +41 (0)71 227 37 37
Fax +41 (0)71 227 37 67
info@st.gallen-bodensee.ch
www.st.gallen-bodensee.ch



Thurgau Tourismus
Herr Rolf Müller
Egelmoosstrasse 1
CH-8580 Amriswil
Tel. +41 (0)71 414 11 44
Fax +41 (0)71 414 11 45
info@thurgau-bodensee.ch
www.thurgau-bodensee.ch



Toggenburg Tourismus
Frau Sonja Fuchs
Hauptstrasse 104
CH-9658 Wildhaus
Tel. +41 (0)71 999 99 11
Fax +41 (0)71 999 29 29
kontakt@toggenburg.ch
www.toggenburg.org



Zürichsee Tourismus
Frau Yasmin Kistler
Hintergasse 16
CH-8640 Rapperswil
Tel. +41 (0)55 220 57 57
Fax +41 (0)55 220 57 51
zuerichsee@zuerich.com



