



JAHRESBERICHT 2018



ZUG TOURISMUS

INHALT

- 3 JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2018
- 7 STATISTIKEN
- 11 BILANZ 2018
- 12 ERFOLGSRECHNUNG 2018
- 14 REVISIONSBERICHT
- 15 VORSTAND
- 15 TEAM
- 16 PARTNER
- 17 MITGLIEDER

JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2018

RÜCKBLICK

Geschätzte Partner und Mitglieder

Zug Tourismus blickt auf ein herausforderndes 2018 zurück. Mitte Jahr war die Finanzsituation von Zug Tourismus ziemlich angespannt und im August zeichnete sich aufs Jahresende hin ein Defizit ab. Dank den sofort eingeleiteten und umgesetzten Spar- und Optimierungsmassnahmen im Marketingbereich (Einsparungen und Projektverschiebungen von rund CHF 80'000 gegenüber Budget) sowie durch Mehreinnahmen bei den Beherbergungsabgaben, insbesondere in der Parahotellerie, konnte das Jahr 2018 positiv abgeschlossen werden. Die Reorganisation der internen Strukturen im Personalbereich ist erfolgreich umgesetzt und grösstenteils abgeschlossen, sodass Zug Tourismus für das Jahr 2019 personell kleiner, aber solide aufgestellt ist und optimistisch in das kommende Jahr blicken kann.

UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Die Unternehmensstrategie 2017–2025 wurde bis Mitte Jahr aktiv weiterverfolgt und umgesetzt. Der Fokus lag im 2018 auf der Weiterentwicklung des MICE-Kompetenzzentrums und auf der langfristigen Sicherung der finanziellen Mittel. Aufgrund der MICE-Entwicklung und der angespannten Finanzlage wurde im Oktober die verabschiedete Strategie für Zug Tourismus als zu umfangreich erklärt. Das gesetzte strategische Ziel, eine klassische Tourismusdestination im Voralpengebiet zu werden, ist mit den vorhandenen Ressourcen nicht so wie ursprünglich angedacht umsetzbar. Die strategische Neuausrichtung im kleineren Rahmen ist in Erarbeitung.

AIRBNB

Airbnb generierte im Jahr 2018 rund 20'000 Logiernächte. Die Zusammenarbeit zwischen Zug Tourismus und Airbnb verlief erneut äusserst angenehm und kooperativ.

PARTNERSCHAFTSMODELLE

Das Anfang Jahr implementierte Modell bietet potentiellen Interessenten die Option, in Form einer Promotionspartnerschaft, einer strategischen Partnerschaft oder einer Premiumpartnerschaft noch intensiver mit Zug Tourismus zusammenzuarbeiten.

Die budgetierten Erträge, welche durch das neue Partnerschaftsmodell hätten generiert werden sollen, waren zu ambitiös geplant. Die Akquise neuer Partner war zeit- und ressourcenintensiv. Zug Tourismus konnte bis Ende Jahr acht strategische Partnerschaften sowie neun Promotionspartnerschaften abschliessen. Weitere Informationen über die verschiedenen Partnerschaftsmodelle erteilt Ihnen die Marketingabteilung von Zug Tourismus gerne.

TOURISTENINFORMATION

Die Touristeninformation im Bahnhof Zug ist die Anlaufstelle für Gäste aus aller Welt. Im Vordergrund stehen eine kompetente und qualitativ hochwertige Beratung sowie der aktive Verkauf von touristischen Dienstleistungen.

Die Touristeninformation hatte 2018 rund 23'762 Anfragen unterschiedlichster Art. 9245 Personen besuchten den Schalter vor Ort, 4983 Telefonate wurden geführt und 7974 E-Mails aufgrund von Anfragen versendet. Eine Verschiebung der persönlichen Kontaktaufnahmen am Schalter oder per Telefon hin zu Anfragen über Onlinekanäle ist deutlich festzustellen. Die Chatfunktion auf der Webseite wird von den Besuchern für Auskünfte jeglicher Art äusserst aktiv genutzt. Auch der Austausch über die sozialen Medien nimmt stetig zu. Die zahlreichen Kontakte der Geschäftsleitung und des Marketings mit Partnern, Kunden etc. sind nicht Bestandteil der genannten Zahlen.

MARKETINGKOOPERATIONEN

Zusätzlich zu den eigenen Marketingkanälen hat Zug Tourismus die Plattformen und Kommunikationskanäle seiner Kooperationspartner, namentlich Schweiz Tourismus und Zürich Tourismus, aktiv für die Vermarktung der Region genutzt. Im Rahmen der überregionalen Familienplattform www.kinderregion.ch setzt sich Zug Tourismus gemeinsam mit Zürich Tourismus im Verein Kinderregion aktiv dafür ein, dass die vielfältigen Familien-Angebote für die Regionen Zug, Zürich, Baden und Winterthur intensiver vermarktet werden.

ONLINEMARKETING

Tablet und Smartphone sind ständige Begleiter. Oberste Priorität ist, dass die Angebote und die Inhalte von Zug Tourismus online jederzeit aktuell und verfügbar sind. Der Gast von heute ist nicht nur Konsument, sondern auch Produzent von Inhalten und wird dadurch zum wichtigen und authentischen Botschafter für die Region. Für Zug Tourismus ist eine starke Onlinepräsenz von grosser Relevanz. Dieser Umstand wird deutlich, wenn man die Aktivitäten von Zug Tourismus und die Interaktionen der Nutzer in den sozialen Medien betrachtet.

Auf dem offiziellen Instagram-Kanal von Zug Tourismus hatte der Verein Anfang 2018 rund 800 Follower. Diese Anzahl konnte durch eine stetige Interaktion auf rund 2300 gesteigert werden. Impressionen aus der Region werden unter [#inlovewithzug](https://www.instagram.com/inlovewithzug) in den sozialen Medien durch die Besucher, aber auch durch Zug Tourismus aktiv kommuniziert. Ende 2018 waren rund 7000 Impressionen unter dem offiziellen Zug Tourismus Hashtag [#inlovewithzug](https://www.instagram.com/inlovewithzug) über Instagram auffindbar.

Im Rahmen der Städtepartnerschaft mit Schweiz Tourismus wurde die Region Zug unter anderem über die offiziellen sozialen Kanäle von Schweiz Tourismus vermarktet. Die Instagram Story über den Kanton Zug mit seinen touristischen Höhepunkten und Leistungsträgern hat 243'963 Impressionen generiert.

Nebst Instagram ist Zug Tourismus auch auf Facebook und Twitter aktiv. In diesem Jahr konnte die Anzahl Follower erneut gesteigert werden.

Die Webseite von Zug Tourismus wurde letztes Jahr rund 925'362 Mal aufgerufen. Es war ursprünglich geplant, die Webseite 2018 zu überarbeiten. Das Projektziel war, die Webseite nach dem Ansatz «mobile first» zu konzipieren und aufzubereiten. Dadurch wären die Inhalte der Seite auch auf mobilen Endgeräten, wie Smartphones und Tablets gut lesbar und die Angebote der Leistungsträger buchbar. Aufgrund der Finanzlage wurde dieses Projekt im August sistiert.

Die Newsletter von Zug Tourismus sprechen die beiden Hauptzielgruppen Freizeit- und Businessgäste an. Die Anzahl der Newsletter-Abonnenten konnte gegenüber dem Vorjahr um 10% gesteigert werden.

PRINT, DIGITAL UND TV

Der Freizeit- und Kulturprospekt wurde komplett überarbeitet und eine Neuauflage gedruckt. Er beinhaltet eine Vielzahl an touristischen Freizeitangeboten in der Region Zug sowie Ausflugs- und Kulturvorschläge.

Die Wanderkarte wurde aufgrund ihrer Beliebtheit und der hohen Nachfrage nachgedruckt. Die Karte bietet zehn unterschiedliche Wandervorschläge inklusive zusätzlicher Erlebnistipps. Eine Neuheit ist die Zuger Velokarte, welche analog der Wanderkarte konzipiert ist. Die Velofahrer finden darin ebenfalls zehn unterschiedliche Routenvorschläge. Die Auflage beträgt rund 4000 Exemplare.

Der zweimal jährlich publizierte Zuger City Guide erarbeitet Zug Tourismus gemeinsam mit der Stadt Zug und dem externen Herausgeber gt-image.GmbH. Im Guide werden die touristischen Angebote und Ausflugsmöglichkeiten publiziert. Der Guide liegt an öffentlichen Stellen auf und wird sämtlichen Haushalten in der Stadt Zug zugestellt.

«Falstaff» ist das Gourmetmagazin mit der höchsten Auflage im deutschsprachigen Raum. Gemeinsam mit Zürich Tourismus wurde für eine Sonderausgabe Food Zurich mit dem Fokus auf regionale Spezialitäten lanciert. Die kulinarischen Highlights des Kantons Zug sowie die Vielfalt der hiesigen Gastronomie sind darin porträtiert. Im Fokus standen die Zuger Kirschen, die Zuger Kirschtorte, der Zuger Kirsch und der Zuger Rötzel.

Schweiz Tourismus organisierte im Mai gemeinsam mit Zürich Tourismus einen Food-Trip in die Region Zürich. Die Kampagne lief auf den Kanälen der Plattform Great British Chefs, welche bei Foodies sehr beliebt ist. Rund 225'000 User haben den wöchentlichen Newsletter abonniert. Der Küchenchef Josh Eggleton besuchte die Confiserie Speck, um mehr über das Geheimnis der Zuger Kirschtorte zu erfahren. Anschliessend wurde er auf der Terrasse des Restaurants Schiff mit Zuger Köstlichkeiten verwöhnt. Der bekannte Gast berichtete über seine Erlebnisse auf seinem Blog, auf Instagram sowie an einer Präsentation vor 30 Journalisten.

Zug Tourismus pflegt eine enge Zusammenarbeit sowie Partnerschaften mit lokalen touristischen Unternehmen und Eventveranstaltern. Dadurch konnten an verschiedenen Orten Inserate, Newsletter-Beiträge oder das Zug Tourismus Logo platziert werden. In auserwählten Magazinen und Zeitschriften veröffentlichte Zug Tourismus Publireportagen, um auf das touristische Angebot aufmerksam zu machen. In den Zuger Kinos warb Zug Tourismus über das ganze Jahr hinweg mit Angeboten für die Region. Ebenso publizierten lokale Zeitungen und Radiosender diverse Berichte über Zug Tourismus beziehungsweise die Region Zug. Zug Tourismus hat im 2018 diverse Medienreisen koordiniert und organisiert. Im Juni hat ein italienisches Fernseheteam von TV RAI3 für mehrere Tage eine Dokumentation über den Kanton Zug, die Kirsche und den Chriesisturm für die Sendung GEO gedreht. Im August fand eine Medienreise mit japanischen Journalisten des Inflight Magazin «Skyward» der Japan Airlines statt. Im November besuchte eine Medienschaffende aus Singapur während zweier Tage den Kanton Zug.

ZUG SHOP

Die Nachfrage nach regionalen Zuger Produkten oder Produkten mit einem Bezug zum Kanton hat zugenommen. Deshalb wurde im Verlauf des Jahres das Shop-Angebot etwas erweitert. Neu gibt es den Schoggitaler und eine hochwertige Leinentasche mit der Zuger Stadtsilhouette bei Zug Tourismus im Angebot. Der Zug Shop bietet ein vielfältiges Sortiment aus passenden Souvenirs und regionalen Geschenken.

FÜHRUNGEN UND GRUPPENEVENTS

Die Zytturmwächter-Theatertour wurde Anfang 2018 ins Leben gerufen. Die neue Führung wurde insgesamt 22 Mal durchgeführt. Sie dauert rund 75 Minuten und bringt den Teilnehmenden das Zuger Wahrzeichen in theatralischer Form näher.

Die Anzahl Stadtführungen konnte gegenüber dem Vorjahr von 301 auf 329 gesteigert werden. Dank der im 2018 implementierten Buchungssoftware TOMAS ist die Handhabung bei Anfragen einfacher und effizienter geworden. Bei den Kirschtortenführungen ist ein leichter Rückgang festzustellen. Die Brauerei-Führungen waren ebenfalls rückläufig.

Die Erträge der Anlässe (MICE) waren 2018 massiv unter dem budgetierten Wert. Dabei muss zwischen zwei Arten von Anlässen unterschieden werden. Bei den Kombi-Anlässen übernimmt Zug Tourismus einen Teil der Koordination, der Organisation sowie der Fakturierung. 2018 hat Zug Tourismus 15 Kombi-Anlässe für Gruppen organisiert. Im Vorjahr waren es 45 Anlässe. Bei den Anlass-Vermittlungen leitet Zug Tourismus die Anfragen der Kunden, welche über die eigenen Kanäle eingehen, an die Veranstalter weiter. Die dadurch generierte Vermittlungsprovision kommt Zug Tourismus zugute. 2018 wurden rund 136 (Vorjahr 129) Vermittlungen getätigt.

Kumuliert (Kombi-Anlässe und Vermittlungen) entspricht die Abnahme der MICE-Umsätze dem Verlauf der letzten 5 Jahre bei Zug Tourismus. 2018 hat Zug Tourismus mit zusätzlichen Marketingaktionen bei Vereinen, Unternehmen und Schulen sowie mit Weihnachtsspecials Massnahmen ergriffen, um den Buchungsrückgang zu minimieren. Mögliche Gründe für den Rückgang sind, dass einerseits die Neuentwicklung von Angeboten in der Region beschränkt ist, und andererseits mehrmalige Buchungen über das Touristoffice rückläufig sind, da die Konditionen bei Direktbuchungen für den Endkunden oftmals besser sind. Hinzu kommt, dass im Vorjahr einige Unternehmen einmalige, grössere Veranstaltungen über Zug Tourismus gebucht haben.

EVENTS / AUFTRITTE / MESSEN

James Gruntz, der Gewinner von zwei Swiss Music Awards, war das Highlight der städtischen 1.-August-Feier, welche jeweils durch Zug Tourismus organisiert wird. Am Chriesisturm war Zug Tourismus mit einem Promotionsstand vertreten. Diverse Platzkonzerte mit lokalen Bands wurden im Sommer auf dem Landsgemeindeplatz durchgeführt. Auch das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest (ESAF) hat Zug Tourismus dieses Jahr bereits beschäftigt. Gemeinsam mit Gastro Zug wurde im Rahmen des Grossanlasses «Ein Jahr vor dem Fest» ein Schwingerteller lanciert, welcher in diversen Gastrobetrieben im Kanton Zug konsumiert werden kann. Zug Tourismus nutzte diesen Anlass für einen Promotionsstand, um die Region mit seinen Angeboten aktiv zu vermarkten. Neuzuzüger- und Neuunternehmeranlässe nutzte Zug Tourismus ebenfalls für Marketingaktivitäten. Einen weiteren Promotionsstand hatte Zug Tourismus im Rahmen einer Veranstaltung an der International School of Zug. Der Abschluss der Eventsaison erfolgte mit dem 35. Märli-sunntig im Dezember, für welchen Zug Tourismus die Märli-Erzählerinnen und Märli-Stuben organisierte.

Im Herbst hat Zug Tourismus die Ruhezone an der Zuger Messe gestaltet. An diesen drei Orten sowie beim Eingang der Messe war Zug Tourismus mit Informationen und Prospekten präsent. Zusätzlich hat Zug Tourismus eigens dafür einen Wettbewerb ge-

startet mit dem Ziel, dass die Besucher auch die Webseite sowie die sozialen Medien von Zug Tourismus besuchen und dadurch Zusatzinformationen über die Region erhalten.

In den internationalen Märkten wurde Zug Tourismus von seinen Partnern Zürich Tourismus und Schweiz Tourismus aktiv vermarktet und repräsentiert. Aufgrund der Städtepartnerschaft mit Schweiz Tourismus ist Zug bei internationalen Messen präsent.

HERZLICHEN DANK

Mit diesem Bericht endet meine Zeit als Geschäftsführer bei Zug Tourismus. Ich bedanke mich bei meinem Team für das investierte Herzblut und den unermüdlchen Einsatz für die Region Zug. Ein grosser Dank für die wertvolle Zusammenarbeit und die spannenden Begegnungen geht an alle unsere Mitglieder und Partner von Zug Tourismus. Für die Zukunft wünsche ich Ihnen viel Erfolg.



Nicolas Ludin

STATISTIKEN

Insgesamt haben sich die Logiernächte schweizweit gegenüber dem Vorjahr erneut positiv entwickelt. Im Jahr 2018 verzeichnete der Kanton Zug 302'196 Logiernächte. Dies entspricht einer leichten Abnahme von 0.9 % gegenüber 2017. Gründe für den Rückgang sind einerseits die Schliessung von Übernachtungsangeboten (Hotel Waldheim Risch, Hotel Lorze) und andererseits die Zunahme von alternati-

ven Übernachtungsmöglichkeiten in Zug. Über die Plattform Airbnb wurden rund 20'000 Logiernächte verzeichnet. Nicht in der Beherbergungsstatistik enthalten sind Übernachtungen aus Teilen der Parahotellerie (z. B. Privatunterkünfte, Ferienwohnungen und Serviced Apartments).

LOGIERNÄCHTEVERGLEICH 2015 - 2018 SCHWEIZ - ZÜRICH - ZUG

	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%
Schweiz	35'628'476	-1	35'532'576	-0.3	37'392'740	5.2	38'806'777	3.8
Kanton Zürich	5'011'715	4	5'067'168	1.1	5'385'778	6.3	5'680'684	5.5
Kanton Zug	327'445	-3	290'642	-11.2	305'013	4.9	302'196	-0.9

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze,
Privatunterkünfte und Serviced Apartments
Quelle: Bundesamt für Statistik
Verfasser: Zug Tourismus
Datum: Februar 2019

LOGIERNÄCHTE

KANTON ZUG 2015-2018

Erwartungsgemäss sind die Sommermonate stärker ausgelastet als die übrigen Monate. März und Mai 2018 fallen mit tieferen Logiernachtzahlen auf. Möglicherweise sind die Ostertage sowie die beiden Feiertage Auffahrt und Fronleichnam (inkl. Brückentage) der Grund für die Verschiebungen.

Der Juni war mit 32'487 Logiernächten der stärkste Monat gefolgt vom August und Juli. Die Herbst- und Wintermonate September bis Dezember verzeichneten tiefere Logiernächte als das Vorjahr.

MONAT / JAHR	2015	+/- in %	2016	+/- in %	2017	+/- in %	2018	+/- in %
Januar	21'560	1	18'879	-12	19'280	2.1	19'315	0.2
Februar	20'398	-5	19'015	-7	17'347	-8.8	18'306	5.5
März	24'202	0	22'043	-9	25'179	14.2	21'905	-13
April	25'489	2	22'511	-12	22'788	1.2	24'321	6.7
Mai	29'837	-2	28'201	-5	32'247	14.3	29'323	-9.1
Juni	35'377	12	29'613	-16	31'001	4.7	32'487	4.8
Juli	32'864	-1	30'076	-8	30'207	0.4	32'007	6
August	34'278	-7	29'436	-14	29'401	-0.1	32'254	9.7
September	31'287	-1	26'981	-14	30'066	11.4	29'186	-2.9
Oktober	27'926	-17	24'474	-12	27'771	13.5	24'651	-11.2
November	23'477	-4	21'585	-8	22'215	2.9	21'839	-1.7
Dezember	20'750	-10	17'828	-14	17'511	-1.8	16'602	-5.2
TOTAL	327'445	-3	290'642	-11	305'013	4.9	302'196	-0.9

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments
 Quelle: Bundesamt für Statistik
 Verfasser: Zug Tourismus
 Datum: Februar 2019

LOGIERNÄCHTE

NACH GEMEINDEN IM KANTON ZUG 2015-2018

Die Abnahme der Logiernächte im vergangenen Jahr trifft nicht auf alle Gemeinden zu. Die Gemeinde Baar verzeichnete eine Zunahme der Logiernächte von +3.1%. Die signifikantesten Logiernächte-Steigerungen verzeichnen die Gemeinden Risch und

Menzingen. Die Stadt Zug büsst -0.4% an Logiernächten ein.

GEMEINDE/JAHR	2015	2016	+/- in %	2017	+/- in %	2018	+/- in %
Zug	136'156	126'110	-7	122'478	-2.9	121'949	-0.4
Menzingen	6'913	11'090	60	14'014	26.4	15'049	7.4
Walchwil	12'029	9'989	-17	8'568	-14.2	7'776	-9.2
Risch / Rotkreuz	17'518	17'876	2	18'706	4.6	21'390	14.3
Steinhausen	5'067	2'343	-54	2'485	6.1	2'089	-15.9
Unterägeri	26'171	21'826	-17	26'527	21.5	25'271	-4.7
Oberägeri	43'269	32'600	-25	34'767	6.6	32'843	-5.5
Baar	30'213	25'680	-15	26'070	1.5	26'874	3.1
Neuheim	386	416	8	12	-97.1	0	-100
Cham	49'723	42'712	-14	51'386	20.3	48'955	-4.7
Hünenberg	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	327'445	290'642	-11	305'013	4.9	302'196	-0.9

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments
 Quelle: Bundesamt für Statistik
 Verfasser: Zug Tourismus
 Datum: Februar 2019

LOGIERNÄCHTE

IM KANTON ZUG 2017/2018 NACH HERKUNFTSLÄNDERN

Mit einem Anteil von 37,6% an sämtlichen Logiernächten bleiben die Schweizer Gäste die bedeutendste Gästegruppe, gefolgt von Gästen aus Deutschland, China und Indien. Beachtlich ist die Logiernächtesteigerung um 48,7% bei den indischen Gästen (+6704 Logiernächte). Die Gäste aus Indien haben gegenüber dem Vorjahr auch die Logiernächte amerikanischer Touristen übertroffen. Ein starkes Wachstum ist ebenfalls im chinesischen Markt zu

verzeichnen (+25,2%, +4429 Logiernächte). Ein Nachfragerückgang zeigt sich hingegen bei Schweizer Gästen sowie bei Gästen aus Deutschland und aus Österreich.

HERKUNFTSLÄNDER / JAHR	2017	2018	% Entwicklung
Schweiz	126'662	113'650	-10.3
Deutschland	38'939	38'130	-2.1
China	17'583	22'012	25.2
Indien	13'768	20'472	48.7
Vereinigte Staaten	15'111	15'224	0.7
Vereinigtes Königreich	14'640	14'802	1.1
Italien	7'229	7'873	8.9
Frankreich	6'324	6'527	3.2
Niederlande	6'086	6'248	2.7
Russland	5'529	5'379	-2.7
Österreich	5'455	5'015	-8.1
Spanien	3'943	4'022	2

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments

Quelle: Bundesamt für Statistik

Verfasser: Zug Tourismus

Datum: Februar 2019

BILANZ 2018

BILANZ	31.12.17	31.12.18
Aktiven		
Flüssige Mittel	152'275	141'603
Forderungen	60'569	57'723
Warenvorräte	15'060	17'950
Transitorische Aktiven	79'924	67'958
Sachanlagen	15'001	10'921
TOTAL AKTIVEN	322'829	296'155
Passiven		
Verpflichtungen	49'585	87'274
Transitorische Passiven	123'074	66'032
Rückstellungen	76'300	67'900
Reserven aus Leistungsvereinbarung Kt. Zug	20'429	18'539
Total Fremdkapital	269'388	239'745
Vereinskapital inkl. Ergebnis vor Zuweisung	53'441	56'410
TOTAL PASSIVEN	322'829	296'155
Vermögens-Rechnung		
Vereinskapital am 1. Januar	61'333	55'332
Gewinn (-Verlust)	-7'892	1'079
Vereinskapital vor Zuweisung	53'441	56'410
Veränderung Reserve aus Leistungsvereinbarung	1'891	-249
VEREINSKAPITAL NACH ZUWEISUNG	55'332	56'161

ERFOLGSRECHNUNG 2018

ERTRAG	2017	2018	Budget 2019
Beitrag Kanton	286'000	278'000	278'000
Beitrag Stadt Zug	75'000	75'000	75'000
Beitrag Stadt Zug Sonntag	15'000	15'000	15'000
Total Ertrag öffentliche Hand	376'000	368'000	368'000
Kanton / Stadt: Marketingkooperation	92'593	92'851	46'150
Stadt: 1. August	29'167	31'105	31'500
Total Projekte öffentliche Hand	121'759	123'955	77'650
Ertrag Beherbergungsabgabe	239'843	269'593	238'000
Marketingerträge	123'739	93'439	71'000
Dienstleistungen / Anlässe / Kommissionen	130'620	78'756	72'500
Partnerbeiträge / Zug Fan	0	35'267	58'500
Ertrag Führungen	127'702	155'307	141'000
Ertrag Verkaufsmaterial	20'703	28'453	34'000
Marketingbeiträge / Gönner	53'219	52'472	57'000
Delkredere Veränderungen / Debitorenverluste	272	-1'547	-2'000
Total Dienstleistungen und Marketing Dritte	456'255	442'147	432'000
TOTAL ERTRAG	1'193'857	1'203'696	1'115'650

AUFWAND	2017	2018	Budget 2019
Personalaufwand	449'182	579'344	434'352
Allgemeine Verwaltung	132'179	125'385	132'900
Total Personal- und Verwaltungsaufwand	581'360	704'729	567'252
Materialaufwand	10'462	18'870	25'000
Marketingaufwand	354'969	304'867	386'500
Aufwand Führungen	100'832	113'188	90'300
Dienstleistungen / Anlässe / Kommissionen	69'002	37'646	42'560
Steuern / MWST-Kürzung	18'793	12'800	18'000
Periodenfremder Aufwand	66'331	10'518	0
Gewinn (-Verlust)	-7'892	1'079	-13'962
TOTAL AUFWAND	1'193'857	1'203'696	1'115'650



Bericht der statutarischen Revisionsstelle zur Jahresrechnung an die Generalversammlung des Vereins Zug Tourismus, Zug

Als statutarische Revisionsstelle gemäss Art. 15 der Statuten haben wir die beiliegende Jahresrechnung des Vereins Zug Tourismus, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang, für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Vorstandes

Der Vorstand ist für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Vorstand für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Zug, 27. März 2019

FINANZKONTROLLE DES KANTONS ZUG

Walter Hunziker
zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Reto Ruprecht
zugelassener Revisor

Beilage: Jahresrechnung 2018 (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

VORSTAND

HEINI SCHMID

Präsident

GIANNI BOMIO

Vertreter Kanton Zug

REGULA KAISER

Vertreterin Stadt Zug

MARIANNE SIDLER

Vertreterin Cham
Marketing

GABRIELA INGOLD

Finanzen

MATTHIAS HEGGLIN

Vertreter Hotellerie

BRUNO MEYER

Vertreter öffentlicher Verkehr
Marketing

GABRIEL GALLIKER

Vertreter Gewerbe
Marketing

BARBARA SCHNEIDER

Vertreterin Ägerital-Sattel
Gastronomie

TEAM

NICOLAS LUDIN

Geschäftsführer 100%

MICHÈLE HUBER

Marketing Managerin 100%

MICHÈLE HESS

Marketing 50%

PATRIZIA HOFSTETTER

Leiterin Front Office 90%

SIMONE VON ROTZ

Front Office, Anlassmanagement 100%

CORINA AMMANN

Front Office, Anlassmanagement 60%

MELANIE WALKER

Front Office 40%

TINA HENGGELER

Praktikantin Front Office 100%

PARTNER

STRATEGISCHER PARTNER



chronometrie · joaillerie



PROMOTIONS PARTNER



MITGLIEDER

ÖFFENTLICHE HAND UND TOURISMUSVEREINE

Ägerital-Sattel Tourismus
Cham Tourismus
Einwohnergemeinde Stadt Zug
Gemeinde Baar
Gemeinde Hünenberg
Gemeinde Menzingen
Gemeinde Neuheim
Gemeinde Oberägeri
Gemeinde Steinhausen
Gemeinde Unterägeri
Gemeinde Walchwil
Risch Tourismus
Volkswirtschaftsdirektion
des Kantons Zug

AKTIVMITGLIEDER

A

a living home
ADCOM Switzerland AG
Adventure Rooms Baar
Aegerihalle
Aeschbach Chocolatier AG
Ägerisee Schifffahrt AG
Alfred Müller AG
Alpwirtschaft Brunegg
Andi's BnB GmbH
Andy's Stand Up Paddles
Anstatthotel
APARTHOTEL Rotkreuz
a'propos Catering GmbH
Autovermietung paninc AG

B

Baarcity Restaurant
Bäckerei Nussbaumer AG
Bad Seedamm AG, Alpamare
Ballon Team Benny Elsener Zug
Bank Julius Bär & Co. Ltd.
Beat Zürcher Restaurations AG
BERGE PUR Outdoor
Berggasthaus Wildspitz
Bewegung nach Mass GmbH
BiEAG Biomasse Energie AG
Bildungszentrum Schluethof
Bistro 1910
Bed and Breakfast one2b

BOJACK Art & Design
Bootsvermietung Zug
Brauerei Baar
Braunvieh Schweiz
Burney's Inside Breakout
Busslinger Fotografie

C

Chäs-Hütte Rust
Cherry Bowl
Chicago Musik Bar & Lounge
Chollerhalle
Chor Zug
Christen Visuelle Gestaltung
CIGAR - Quartett
City-Hotel Ochsen Zug
Cocktailtruck
Confiserie Speck
Credit Suisse (Schweiz) AG
Curling Club Zug (CCZ)

D

DDLX Informatics GmbH
Dokumentationszentrum doku-zug.ch

E

Einkaufscenter Zugerland
Einsiedeln Tourismus
Engelberg-Titlis Tourismus AG
English Theatre Group of Zug
Enikerhof
erlebniswelt muotathal GmbH
ETTER SÖHNE AG
event & more
EVZ Sport AG
Executive Events

F

Ferien auf dem Bauernhof, Hintertann
Ferienparadies am Ägerisee
Ferienwohnung Baar
Ferienwohnung Langheiden
Ferienwohnung Soland
Ferienwohnung zum Kutscherhaus
Fromyprint

G

Galerie Urs Reichlin AG
GAMMACATERING
Gastrag AG
Gastro Zug
GAUR

Gemeinnützige Gesellschaft Zug
Genuss Film AG
Gesellschaft der Freunde von Kir-
chenmusik Zug
Gourmet Metzgerei Limacher
Green Fields B&B
gt-image GmbH
Gubelhof Suites
Guidle AG

H

HAN Mongolian Barbecue AG
HB-Adventure Switzerland AG
Heiner's Destillate GmbH
Herold Fahrzeugvermietung Hertz
HiTrental AG
Hof-Märcht
Höllgrotten Baar
Hotel Arcade AG
Hotel Bauernhof Rotkreuz
Hotel Holiday Inn Express
Hotel Krone AG
Hotel Lorze
Hotel Löwen am See
Hotel Löwen Hausen am Albis
Hotel Restaurant Ebel
Hotel Restaurant Eierhals
Hotel Restaurant Guggital
Hotel Schiff
Hotel Waldheim Risch AG
Hotel Zugertor
Hotelbusiness Zug AG
Hotel-Restaurant Ochsen

I

Ifly Zentralschweiz
Imkerei Arbach
International Men's Club of Zug

J

JAHO Gastro AG
JCI Central Switzerland
Jugendherberge Zug

K

Kern Collection
Kino Hürlimann AG
Kirschstrasse Schweiz GmbH
Kloster Kappel
Kneipp-Verein Zug
Kollegium St. Michael

Kollers Hoftreff
Kraftsy GmbH
Kunsthhaus Zug

L

La Principessa GmbH
Lakeside Business Center AG
Landgasthof Breitfeld
Landgasthof Löwen
Lassalle-Haus
Liegenschaften Kaiser
Loft 65 Wohnen auf Zeit
Lohri
Lorzensaal Cham
Lounge & Gallery Zug

M

Montanara Bergerlebnisse AG
McDonald's Restaurant's
Messe Zug AG
Milchmanufaktur Einsiedeln
Militärhistorische Stiftung
Motel Sihlbrugg
Move!Zug
Multicolor Print AG
Museum Burg Zug
Museum für Urgeschichte(n)
Mutthorn GmbH
MW Seefahrten AG
Mythenregion AG

O

Office Zug AG
Oldtimertreffen Zug (OSMT)
Oswald Nahrungsmittel GmbH

P

Pan Dreams Steelband
Paravia AG
Partychuchi GmbH
Perfetta Carreisen
Pferd als Partner GmbH
Pier 41
Pilatus Bahnen AG
Pure Foods AG (Gärtnerei)

Q

Quittenbaum GmbH

R

Ref. Kirche Zürich Industriequartier
Restaurant Brauerei Baar
Restaurant Five Moods

Restaurant Schiff
Rigi Bahnen AG
Rösselet Schmuck & Uhren

S

S. Fassbind AG
Sattel-Hochstuckli AG
Satz und Pfeffer
SBB
Schäfli Gastro GmbH
Schiffahrtsgesellschaft für den Zugersee AG
Schiffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee
Schiffs-Agentur / MS Schwan
Schlemmen Daheim
Seehotel Adler Arth am See
segelyachtmietenzugersee.ch
Seleger Moor
Seminarhotel am Ägerisee AG
SHI Homöopathie Schule
Signarture GmbH
Skilift Neusell AG
Skippy Dancers GmbH
Smart Apartments AG
S'Näscht
Soft Landing
soutank AG
Spinni Event & Lounge
Stadlin Ambiente
Stall Luci
Stanserhorn-Bahn
Stehli Seiden AG
Stiftung Jugendhaus Walchwilerberg
Stiftung Wildnispark Zürich
Stiftung Ziegelei-Museum
Stoosbahnen AG
Strickler Reisen AG
Swiss Highland Pipers
swiss sport & real estate AG
Swiss X Bikes Motorradcenter
SwissEver Hotel Zug
Swisshotel Zug***

T

Tasoni
Taxi Keiser AG
TCS Camping Zugersee
The Relocation Company GmbH

Theater Casino Zug
Theater- und Musikgesellschaft Zug
Tierpark Goldau
Titlis Bergbahnen
TopPharm Bahnhof Apotheke
Treichler Zuger Kirschtorten AG
TRIMOTIONS GmbH

U

UBS Switzerland AG

V

Vater + Söhne GmbH
Verein Business am See Zug
Verein Gluscht Schweiz
Verein Industriepfad Lorze
Verein Kindertanzforum Zug
Verein RaBar Bühne
Verein rentalboats
Verein Zuger Wanderwege
Vereinigung Pro Zug
Verkehrshaus der Schweiz
Visionapartments Zug/Vision AG
Visual Emotion GmbH
Vom Fass Zug

W

Wasserwerke Zug AG
Weber Vonesch AG
Weimers Gartenwohnung am See
Wildpeak Outdoor Experiences & Coffeshop

Y

Yooji's AG
YunSong Akademie GmbH
Your B&B in the center of Switzerland

MITGLIEDER

Z

Zankyou Ventures S.L (Zankyou Weddings)
Zeltklub-Zentralschweiz
Zentrum Elisabeth
Zentrum Sonnhalde
Zug Dammstrasse Centre AG
Zug Sailing
Zuger Depot Technikgeschichte (ZDT)
Zuger Fischereiverein
Zuger Kantonalbank
Zuger Sinfonietta
Zuger Weihnachtsmarkt
Zuger Wirtschaftskammer
Zugerbergbahn AG
Zugerland Mobil AG
Zugerland Verkehrsbetriebe AG
Zugersee Bierschiff
Zuger-Trophy
ZugSPORTS GmbH
Zurich Generalagentur

PARTNER

Verein Zuger Stadtführungen
Wunderbox

GÖNNER

Wasserwerke Zug

**Herzlichen Dank
an unsere Partner und Mitglieder
für das Vertrauen und die Unterstützung.**

IMPRESSUM

Texte: Nicolas Ludin
Gestaltung: Christen Visuelle Gestaltung
Korrektur: Mirjam Weiss
Fotografie: Daniel Hegglin, Kevin Nussbaum



Zug Tourismus
Bahnhofplatz
6300 Zug

info@zug.ch
T +41 41 723 68 00
www.zug-tourismus.ch

