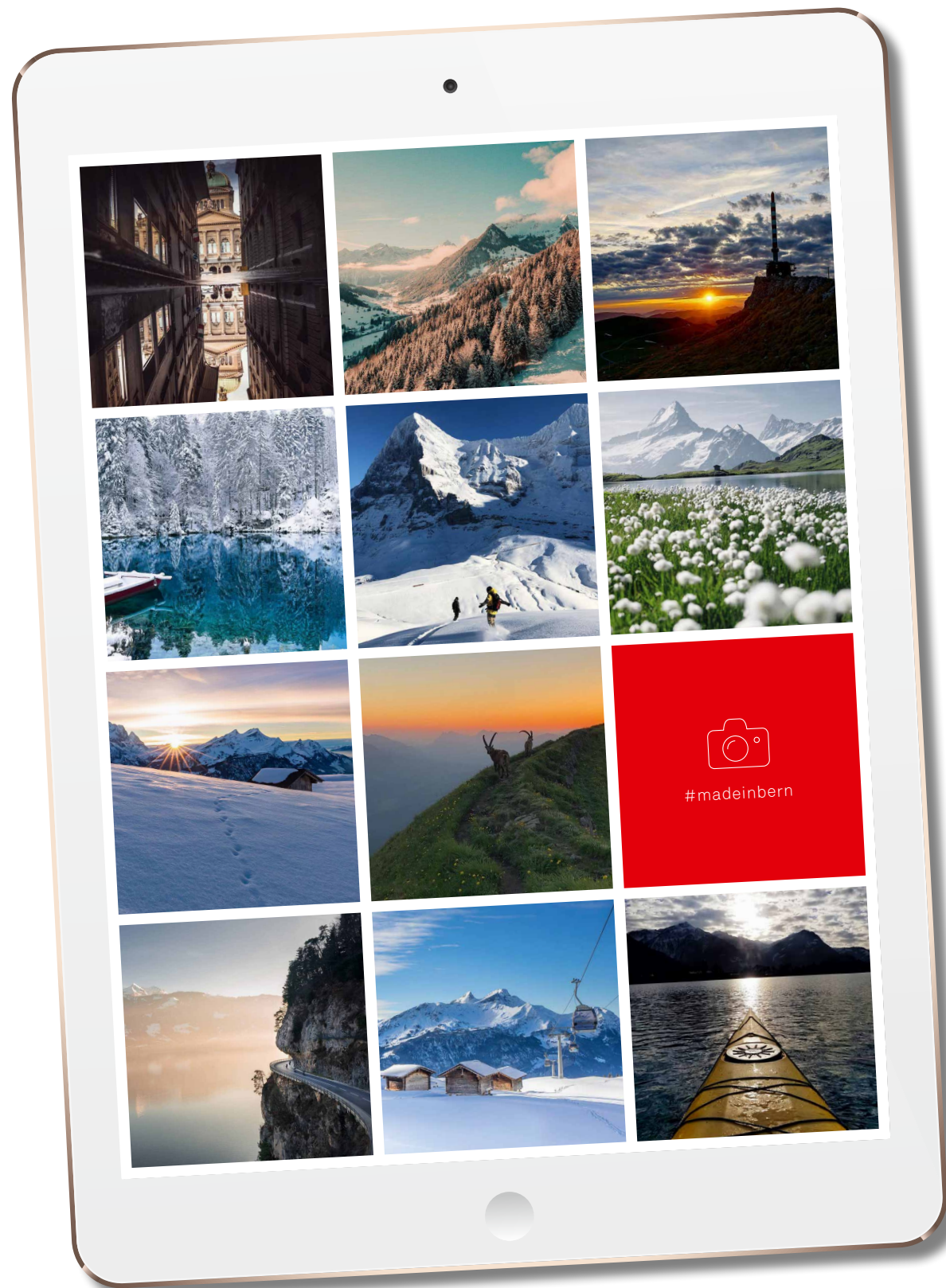


Oeschinensee, Kandersteg

JAHRESBERICHT 2018



—	JAHRESRÜCKBLICK DES PRÄSIDENTEN	4
—	JAHRESRÜCKBLICK DER DIREKTORIN	5
—	1 STRATEGIE	6
—	2 MARKETINGAKTIVITÄTEN	7
—	3 MARKETING-HIGHLIGHTS	8
	3.1 Top4-Skipass	10
	3.2 Top4-PR-Aktion	11
	3.3 Magazin	12
	3.4 Digitale Highlights	13
	3.5 Ski-Weltcups Berner Oberland	14
	3.6 Trade & Media Events	15
—	4 FACTS & FIGURES	
	4.1 Märkte Europa	16
	4.2 Fernmärkte	17
	4.3 Digital	18
	4.4 Social Media	19
	4.5 MICE	20
	4.6 Partnerschaften	21
—	5 AUSBLICK 2019	22
—	6 ORGANISATION & STRUKTUR	23
—	7 STATISTIKEN	24
—	8 BERICHT DER REVISIONSSTELLE & FINANZEN	26



JAHRESRÜCKBLICK DES PRÄSIDENTEN

Es freut mich, auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr der BE! Tourismus AG zurückzublicken. Ich danke in diesem Zusammenhang allen Mitarbeitenden herzlich für ihren grossen Einsatz.

Im Verlauf des Jahres 2018 hat sich der Verwaltungsrat mit strategischen Fragestellungen auseinandergesetzt:

Wir haben uns vom CRED (Center for Regional Economic Development – Universität Bern) über den Stand bezüglich der vom Kanton Bern in Auftrag gegebenen Wirkungsstudie informieren lassen. Mit Befriedigung dürfen wir feststellen, dass unsere Gesellschaft nach der intensiven Gründungsphase nun im touristischen System des Kantons Bern etabliert ist. Quantitativ beeinflussen wir je nach Untersuchungsvariante zwischen 27 und 42 Millionen Franken an touristischen Umsätzen. Qualitativ wird geschätzt, dass durch die BE! Tourismus AG die Sichtbarkeit des Tourismus erhöht werden konnte, die Koordination mit Schweiz Tourismus im Sinne der Destinationen verbessert und der Austausch zwischen den strategischen Partnern verstärkt wurde. Verbesserungspotenzial orten wir beim Informationsfluss zwischen Verwaltungsrat und Stakeholdern, bei der Ablauforganisation der Gesellschaft, beim noch effizienteren Mitteleinsatz und bei der Optimierung des Ansatzes «House of Brands».

Die Schlussresultate der Wirkungsanalyse werden Anfang 2019 vorliegen. Sie dienen dem Verwaltungsrat als eine der Grundlagen, in neuer Zusammensetzung anlässlich einer Klausur im Juni 2019 die Strategie der Gesellschaft zu justieren. In diesem Sinne hat der Verwaltungsrat das Jahr 2019 als «Übergangsjahr» bezeichnet.

Im September 2018 hat unser langjähriger Direktor Harry John die Firma verlassen. Harry kommt das Verdienst zu, dem Tourismuskanton Bern ein einheitliches Gesicht und eine hohe Akzeptanz auf der Tourismuslandkarte der Schweiz gegeben zu haben. Dafür danke ich ihm herzlich. Seit Oktober 2018 führt Pascale Berclaz unser Team an der Thunstrasse in Bern. Es ist ihr gelungen, sich innert kürzester Zeit in die Materie einzuarbeiten und sich eine hohe Akzeptanz aufzubauen. Ich gratuliere Pascale herzlich zur erfolgreich gestalteten Einführungsphase.

Anlässlich der Generalversammlung im Mai 2019 werde ich die Verantwortung als Verwaltungsratspräsident der BE! Tourismus AG abgeben. Es war mir eine Ehre, der Gesellschaft seit ihrer Gründung im September 2012 zuerst als Verwaltungsratsmitglied und ab Juni 2015 als Präsident zu dienen. Meine Ziele waren es, dem Tourismus im Kanton Bern ein gemeinsames Gesicht zu geben und ihn im nationalen und internationalen Konkurrenzkampf zu stärken. Mit ein bisschen Genugtuung wage ich zu

behaupten, dass wir diesbezüglich zumindest auf gutem Weg sind. Meinem designierten Nachfolger Patrik Scherrer – die Wahl erfolgt durch den neu zusammengesetzten Verwaltungsrat – wünsche ich bei der verantwortungsvollen Tätigkeit Durchhaltewillen und immer das notwendige Glück.

Ich bedanke mich bei den Aktionären, den Destinationen und den Leistungsträgern, meinen Verwaltungsratskolleginnen und -kollegen und dem Team auf der Geschäftsstelle herzlich für das mir entgegengebrachte Vertrauen. Ein besonderer Dank geht an Oliver Achermann, der uns seit der Gründung als Berater und VR-Sekretär tatkräftig unterstützt.

Künftig werde ich aus der zweiten Reihe die sicherlich positive Entwicklung der Gesellschaft und des bernischen Tourismus weiter beobachten – darauf freue ich mich.

Andreas Rickenbacher
Präsident des Verwaltungsrates
BE! Tourismus AG



JAHRESRÜCKBLICK DER DIREKTORIN

Obwohl erst seit Kurzem im Amt, darf ich Ihnen hier einen Rückblick auf das Jahr 2018 präsentieren. Herzlichen Dank den Verantwortlichen im Verwaltungsrat und meinen Mitarbeitern/-innen und Kollegen für diese Ehre und euer Vertrauen. Ich stelle meine Tätigkeit unter das Motto «Stärkung der Einheit in der Vielfalt». Damit will ich die angefangene Arbeit meines Vorgängers und die strategischen Leitplanken des VR so nutzen, dass wir das angestrebte Ziel, die Nummer eins im Schweizer Tourismus zu werden, erreichen.

Für den Rückblick 2018 gibt es eine Vielzahl an Ereignissen, die für den Tourismuskanton Bern und unsere Organisation von Bedeutung sind.

Zu den markantesten gehört, dass die Jungfraubahnen nach sechseinhalb Jahren Kampf an verschiedenen Fronten im Mai die Baubewilligung erhielten, um das lang schon gewünschte Projekt V-Bahn zu realisieren. Die 470-Millionen-Investition in eine zeitgemässe touristische Infrastruktur wird mit Sicherheit dem ganzen Kanton eine hohe Wertschöpfung beschern. Die Inbetriebnahme des Männlichen-Asts ist für Dezember 2019, diejenige des neuen Eigerexpresses für Dezember 2020 vorgesehen.

Auch das Projekt Top4-Skipass hat sich erfreulich entwickelt und der Absatz der Skipässe konnte im Vergleich zum Vorjahr gesteigert wer-

den. Solch überregionale Angebote und die damit verbundenen Aufgaben im Bereich Promotion und Koordination unserer Organisation zeigen die Vorteile der Kräftebündelung der Destinationen und Leistungsträger in unserem Kanton.

Es gab aber auch unerfreuliche Ereignisse: Der Flughafen Bern hat Ende August «seine» Liniensfluggesellschaft SkyWork Airlines verloren. Die sofortige Betriebseinstellung und die anschliessende Konkurseröffnung kosteten weit über 100 Arbeitsplätze und sorgten insbesondere bei der Flughafenbetreiberin für ein riesiges Loch in der Kasse. Während noch Anfang Juli von einer Steigerung der Abfertigungszahlen die Rede war (+7%), muss Bern Airport von einem Minus von 60% oder mehr für das zweite Halbjahr ausgehen.

Das Jahr 2018 war, abgesehen vom Direktionswechsel, auch für die Mitarbeitenden intensiv. Neben der Marketing Managerin (Fernmärkte) hat auch der eMarketing Manager die BE! Tourismus AG im Frühling respektive im Herbst verlassen. Für beide Positionen konnten ausgewiesene und hoch motivierte Fachkräfte gewonnen werden. Die langjährige Marketing Managerin (Schweiz/Italien/Frankreich) wurde Mutter und wird nach einer Auszeit im Verlaufe des Jahres 2019 wieder zu uns stossen.

Für das neue Jahr stehen die bereits gestartete Überprüfung und im Nachgang die Umsetzung der Strategie der BE! Tourismus AG für die kommenden Jahre im Vordergrund. Das gesamte Team von BE! Tourismus freut sich, verbunden mit viel Ambition, auf die anstehenden Herausforderungen und die Erarbeitung noch vieler Win-win-Situationen.

Es ist mir ein grosses Anliegen, allen Persönlichkeiten, angefangen beim Verwaltungsrat der BE! Tourismus AG, meinem Vorgänger, dem grossartigen Team, dem Marketingausschuss, den Destinationen und Leistungsträgern, aber auch allen weiteren wichtigen Stakeholdern und Partnern für die vielseitige Unterstützung und das herzliche Willkommen bei meinem Start ganz herzlich zu danken.

Ich freue mich sehr auf das künftige gemeinsame Wirken mit Ihnen.

Pascale Berclaz
Direktorin
BE! Tourismus AG



1 STRATEGIE

Die Strategie mit dem Ansatz «House of Brands» wurde auch im Geschäftsjahr 2018 konsequent umgesetzt. Das heisst, die Destinationsmarken standen im Vordergrund. Das Label «Made in Bern» trat wie eine «Absendermarke» auf und unterstrich die Zugehörigkeit zu den Destinationen bzw. Marken und umgekehrt.

VISION

Die BE! Tourismus AG hat eine klare Vision: Bern soll langfristig zum Tourismuskanton Nummer eins der Schweiz werden und gleichzeitig als *EIN* Tourismuskanton wahrgenommen werden.

MISSION STATEMENT

Die BE! Tourismus AG leistet mit wirksamen, zweckmässigen und wirtschaftlichen Massnahmen einen Beitrag zur mittel-/langfristigen Steigerung der touristischen Wertschöpfung im Kanton Bern und erhöht damit die Investitionsfähigkeit und die Innovationskraft der Akteure auf allen Ebenen der Leistungserbringung.

Die BE! Tourismus AG ist eine Promotionsorganisation und steigert mit ihren Aktivitäten das touristische Selbstverständnis im Kanton Bern. Sie und mit ihr der Tourismuskanton Bern und seine Akteure treten selbstbewusst am Markt auf.

AUFGABEN

Die Hauptaufgaben der BE! Tourismus AG sind in vier Themenbereiche gegliedert:

- Marktbearbeitung (Basismarketing)
- Partnerschaften
- Technologie
- Überregionale Angebote

STRATEGISCHE GESCHÄFTSFELDER

Die BE! Tourismus AG hat folgende vier strategische Geschäftsfelder definiert:

- Sommer
- Winter
- Cities
- MICE

MÄRKTE

2018 wurden folgende Nah- und Fernmärkte bearbeitet. Die BE! Tourismus AG war in allen Märkten Gold-Partner von Schweiz Tourismus.

Nahmärkte:
Schweiz, Deutschland, Grossbritannien, Belgien, Niederlande, Luxemburg, Frankreich und Italien

Fernmärkte:
Nordamerika und Golfstaaten

Die Märkte wurden im Juni 2017 vom Marketingausschuss reflektiert und neu evaluiert. Dabei wurden insbesondere Märkte mit weniger als 1% Marktanteil oder politischen und wirtschaftlichen Schwierigkeiten und mangelnden Perspektiven gestrichen. Dies betraf die Märkte Polen, Russland und Brasilien. Im Gegenzug wurde Italien als zusätzlicher Markt aktiv bearbeitet. Asien ist und bleibt das Geschäft der internationalen Marken, sprich, Destinationen und Leistungsträger wie Interlaken oder die Jungfraubahnen bearbeiteten die asiatischen Märkte wie bis anhin direkt.



2 MARKETINGAKTIVITÄTEN

2018 war das sechste operative Jahr der BE! Tourismus AG. Abgeleitet aus der Strategie, lag der Schwerpunkt der Marketingaktivitäten auf der Schweiz und den europäischen Märkten. Ergänzt wurden diese durch die Fernmärkte Nordamerika und die Golfstaaten GCC. Zahlreiche Marketingaktivitäten wurden in den Bereichen Promotion, eMarketing, Key Media Management sowie Key Account Management erfolgreich durchgeführt.

Neben den Partnerschaften mit Schweiz Tourismus wurde der Anteil eigener Promotionen ausgebaut. Ein wichtiges Projekt war diesbezüglich der Top4-Skipass für 666 Franken. Das überregionale Angebot der vier grossen Berner Skigebiete Adelboden-Lenk, Gstaad, Jungfrau Ski Region und Meiringen-Hasliberg war auch 2018 ein Erfolg. Dank der erfolgreichen Promotion konnte das Ergebnis aus dem Vorjahr übertroffen werden. Insgesamt profitierten 38 000 Wintersportler vom Spezialangebot.

Auch die Kennzahlen 2018 der Hotellerie und der weiteren Leistungsträger lassen sich sehen. Die Hotellogiernächte im Kanton Bern beispielsweise stiegen um 5,0%. Gemessen an der Anzahl Hotellogiernächte ist der Kanton Bern somit die Nummer zwei der Schweiz, knapp hinter dem Kanton Zürich. In der Sommersaison von Mai bis Oktober rangierte der Kanton Bern wie in den Vorjahren auf dem ersten Platz.

Auf den folgenden Seiten werden einige Highlights der Marketingaktivitäten kurz vorgestellt.

BEARBEITETE MÄRKTE 2018

MARKT	PRIO.	ST-PARTNERSCHAFT
Schweiz	A	Gold
Deutschland	A	Gold
UK & Irland	A	Gold
BeNeLux	A	Gold
Frankreich	A	Gold
Italien	B	Gold
Nordamerika	B	Gold
GCC	B	Gold

3 MARKETING-HIGHLIGHTS

MAGAZIN «MADE IN BERN»
Sommer-Edition

27. Mai 2018

BOTSCHAFTSEVENT BERLIN
«Bern besucht Berlin»

8. Juni 2018

TOP4-SKIPASS
666 Pistenkilometer für 666 Franken im Berner Oberland

1. September 2018

MICE EVENT GENÈVE
«Eau – delà de votre événement»

4. September 2018

BERNER KEY PARTNER MEETINGS
Branchenanlass des Kantons Bern

18. September 2018

TOP4-PR-AKTION IN BERN UND ZÜRICH
Top4-Skipass

18. & 22. November 2018

MAGAZIN «MADE IN BERN»
Winter-Edition

25. November 2018

SKIEXTRA
Beilage SonntagsBlick über die Ski- Weltcups im Berner Oberland

2. Dezember 2018





Verkauf per 17.12.2018



19.–25.11.2018



Online-Kampagne DE und FR



Top4-Gondel-Videos



Top4-Gondel-Videos



Bannerwerbung

3.1 TOP4-SKIPASS

1 ABO, 4 SKIGEBIETE

Adelboden-Lenk, Gstaad, die Jungfrau Ski Region und Meiringen-Hasliberg haben im Winter 2017/2018 den Top4-Skipass auf den Markt gebracht: 666 Pistenkilometer für 666 Franken. Nach der erfolgreichen Lancierung wurde das Angebot in der Wintersportsaison 2018/2019 unverändert weitergeführt. Die BE! Tourismus AG beteiligte sich auch im Jahr 2018 zusammen mit den Bergbahnen aktiv an der Promotion des Top4-Skipasses. Gegenüber dem Vorjahr konnten während des Vorverkaufs bis zum 16. Dezember 2018 fast 2 000 Skipässe mehr verkauft werden. Insgesamt profitierten 38 000 Wintersportler vom Spezialangebot.

für die Käufer/-innen des Top4-Skipasses 66 verschiedene Gutscheine und Vergünstigungen entwickelt. Diesbezüglich wurde ein Flyer realisiert, welcher in den Destinationen und bei verschiedenen Promotionsaktivitäten verteilt wurde.

AKTIVITÄTEN

Mit einer Plakatkampagne in diversen Städten, der Integration im Magazin «Made in Bern» und bei PassengerTV sowie der Medienpartnerschaft mit Tamedia und Admeira konnte ein breites Publikum erreicht werden. Zusätzlich wurde das Angebot mit Bannern, Social-Media-Werbung und Inseraten beworben. Auf der Website top4.ski konnten User den Skipass bestellen, Hotels und Partnerangebote buchen und Informationen zu den vier Skigebieten abrufen.



Bannerwerbung auf Blick.ch Mobile, November 2018

ZUSATZANGEBOTE

Wer einen Top4-Skipass kaufte, konnte zusätzlich von 33% Rabatt auf eine Hotelübernachtung profitieren. An der Aktion haben sich 62 Hotels beteiligt. Zudem haben Leistungsträger

3.2 TOP4-PR-AKTION

Um den Top4-Skipass der vier grössten Berner Oberländer Skigebiete auch im Jahr 2018 erfolgreich zu promoten, hat die BE! Tourismus AG mit ihrer Gondel-Aktion keine Mühen gescheut.

Am 18. und 22. November 2018 wurde in Zürich wie auch in Bern die Top4-PR-Aktion mit den «zweibeinigen Gondeln» durchgeführt. Die Top4-Gondeln waren einen Tag in der Zürcher Innenstadt und einen Abend in Bern mit einem Bergler unterwegs und zogen grosse Aufmerksamkeit auf sich. In Zürich wurden lustige Clips gedreht zur Bewerbung des Top4-Skipasses über Social Media und via Bannerwerbung im Tamedia-Netzwerk. Bei der Promo-Aktion in Bern begleiteten zwei Promotoren mit Flyern und Give-aways die Gondeln, um auf den Top4-Skipass aufmerksam zu machen.



Filmdreh in der Zürcher Innenstadt



Jetzt kaufen: www.top4.ski
Angebot gültig bis 16.12.2018.

Mehr Zeit. Mehr Winter.



Filmdreh in der Zürcher Innenstadt



Leserinnen und Leser



pro Magazin mit einer Auflage von je 360 000 Exemplaren



Bannerklicks



bei der Ticketcorner-Kampagne



bei den Lokalitäten auf madeinbern.com



neu getextet auf der Website

3.3 EXKLUSIVES MAGAZIN «MADE IN BERN»

Das exklusive Magazin «Made in Bern» erscheint zweimal jährlich mit einer Sommer- und einer Winterausgabe, beigelegt in den beiden grössten Sonntagszeitungen der Deutsch- und der Westschweiz. Das Sommer-Magazin ist am 27. Mai und das Winter-Magazin am 25. November 2018 erschienen.

Die zweite Ausgabe des Sommer-Magazins enthielt von Badespass in der Aare bis hin zur Berner Kulinarik für jeden etwas. Dabei erfuh der Leser spannende Geschichten zu Berner Persönlichkeiten wie der Leichtathletin Mujinga Kambundji, der Band Pegasus und dem Gleitschirmflieger Chrigel Maurer. Natur- und Tierliebhaber erhielten zudem Tipps und Informationen zu den schönsten Campingplätzen im Kanton Bern und dem BärenPark.

Bei der bereits dritten Ausgabe des Winter-Magazins standen die vielen erlebbaren Winterträume wie auch die besten Pisten des Berner Oberlands mit dem Top4-Skipass im Hauptfokus. Weiter gab es einen Bericht über das Museumsquartier von Bern, Tipps vom Halfpipe-Olympiasieger Gian Simmen sowie eine spannende Reportage über die Spitzenlangläuferin Nathalie von Siebenthal zu lesen. Wie bereits in der Sommerausgabe wurden auch im Winter-Magazin die originellsten Produkte aus dem Kanton Bern vorgestellt.

Integration Top4-Skipass im Winter-Magazin

3.4 DIGITALE HIGHLIGHTS

WEBSITE IN NEUEM DESIGN

Frisch, inspirierend und modern präsentiert sich der neue Auftritt der Website madeinbern.com, welche seit dem 1. Februar 2018 online ist. Das Redesign wurde mit den Agenturen Republica aus Bern und Pixeltex GmbH aus Winterthur umgesetzt. Optimiert wurde nicht nur das Design, sondern auch die Navigation. Zudem wurden praktisch die gesamten Inhalte neu getextet und ausgebaut. Im Businessbereich beispielsweise werden neu zahlreiche Lokalitäten für Anlässe im Kanton Bern und spannende Rahmenprogramme vorgestellt.

LOKALITÄTEN FINDEN

Dank der Erweiterung mit einem Venue-Finder kann die passende Lokalität einfach gefunden werden. Organisatoren von Seminaren und Geschäftsreisen können sich inspirieren lassen und sogleich eine direkte Buchungsanfrage starten.

USER-GENERATED CONTENT

Nutzergenerierte Inhalte wirken authentisch und vertrauenswürdig. Mit dem Tool «Flowbox» werden die schönsten Bilder der Community neu auf der Website integriert – eine optimale Con-

tent-Ergänzung, um potenzielle Gäste vom Tourismuskanton Bern zu begeistern.

EXKLUSIVE ANGEBOTE FÜR KUNDEN VON TICKETCORNER

Die BE! Tourismus AG und Ticketcorner AG haben auch im Winter 2017/2018 zusammengespant. Wer einen Skipass über die Buchungsplattform ticketcorner.ch/ski gekauft hat, profitierte zwischen November 2017 und April 2018 von zahlreichen monatlichen Preisen im ganzen Berner Oberland. Zu gewinnen gab es exklusive Angebote, wie Übernachtungen im Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa in Interlaken oder Top4-Skipässe.

MEHR ZEIT. MEHR GEMÜTLICH.

Nirgendwo auf der Welt dauern schöne Momente so lange wie im Kanton Bern. Die Social-Media-Kampagne «Mehr Zeit. Mehr Gemütlich.» stellte die Berner Gemütlichkeit mit den Themenschwerpunkten Wassererlebnisse, Velofahren und Wandern ins Zentrum.



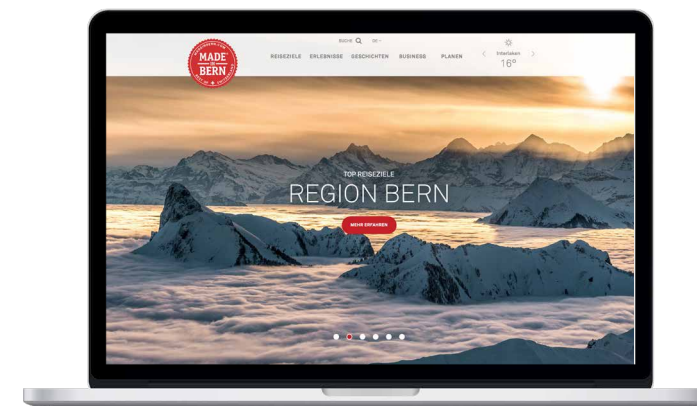
Social-Media-Kampagne «Mehr Zeit. Mehr Gemütlich.»



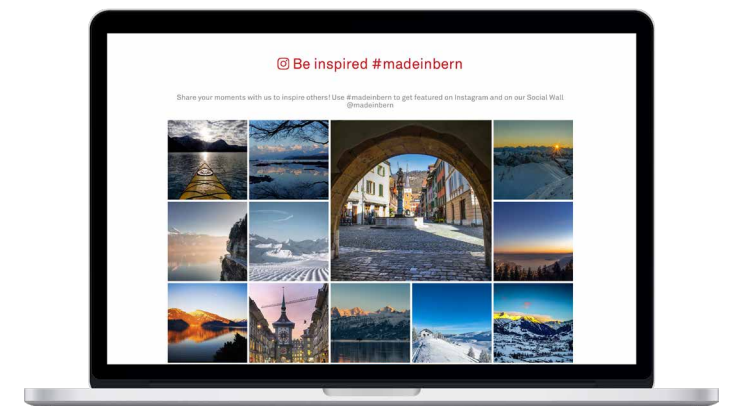
Winter-Magazin, November 2018



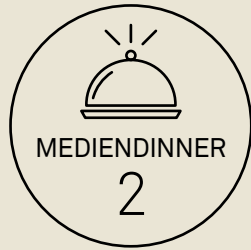
Sommer-Magazin, Mai 2018



Website madeinbern.com in neuem Design



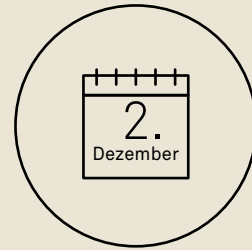
Social Wall auf madeinbern.com



Finanzierung der Mediendinner an beiden Ski-Weltcups



44 Seiten, SonntagsBlick-Beilage Ski-Weltcups Berner Oberland



Erscheinung Beilage



bei der Grüezi Deutschland Tour



am Botschaftsevent «Bern besucht Berlin»



der Tauck Academy im Kanton Bern



besuchten die Jungfrau Region

3.5 SKI-WELTCUPS

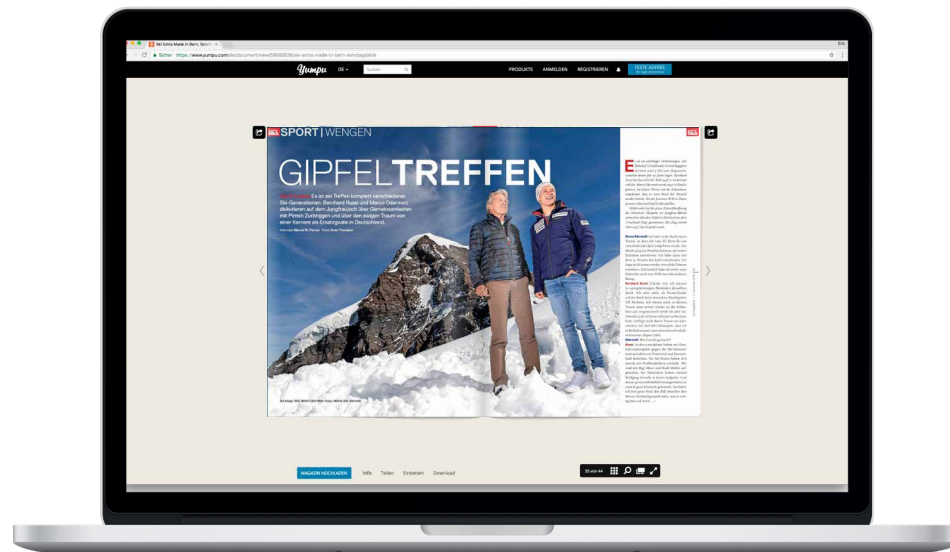
Die BE! Tourismus AG ist wie in den vorangegangenen Jahren eine Kooperation mit den FIS-Ski-Weltcup-Rennen Adelboden und Wengen eingegangen. Die wertschöpfungsintensiven internationalen Sportanlässe in der Region sollen auf diese Weise gefördert und tatkräftig in der Promotion unterstützt werden.

BEILAGE IM SONNTAGSBlick

In Zusammenarbeit mit den beiden Weltcuprennen und Ringier wurde im Dezember eine 44-seitige Beilage im SonntagsBlick realisiert. Diese enthielt spannende Geschichten rund um die beiden international bekannten und renommierten Rennen und viele zusätzliche Hintergrundinformationen. Ausgewählte Inhalte aus der Printbeilage wurden auch auf madeinbern.com und Facebook sowie auf den Online-Kanälen der beiden Ski-Weltcups kommuniziert.



SonntagsBlick-Beilage, Auflage 188 300 Ex., Dezember 2018



SonntagsBlick-Beilage auch online zum Durchblättern

3.6 TRADE & MEDIA EVENTS

GRÜEZI DEUTSCHLAND TOUR

Vom 14. bis 17. Mai 2018 wurde die neu lancierte Roadshow «Grüezi Deutschland Tour» durchgeführt. Die Tour führte während einer Woche durch die Städte München, Stuttgart, Frankfurt und Düsseldorf. Zusammen mit den Partnern Bern, Gstaad und Interlaken konnte die BE! Tourismus AG den rund 600 Gästen aus der Reisebranche, der Medien- und der MICE-Branche den Kanton Bern näherbringen.



Grüezi Deutschland Tour, Stuttgart, Mai 2018

BOTSCHAFTSEVENT «BERN BESUCHT BERLIN»

Am 8. Juni 2018 fand in der Schweizer Botschaft in Berlin der Sommerevent mit Bern als Gastkanton statt. Der Event mit rund 700 Teilnehmern wurde von einer 33-köpfigen Berner Delegation aus verschiedenen Bereichen wie Politik, Wirtschaft, Tourismus, Kultur und Medien begleitet. Die BE! Tourismus AG war zusammen mit der Botschaft in Berlin für die Organisation und die Koordination verantwortlich.



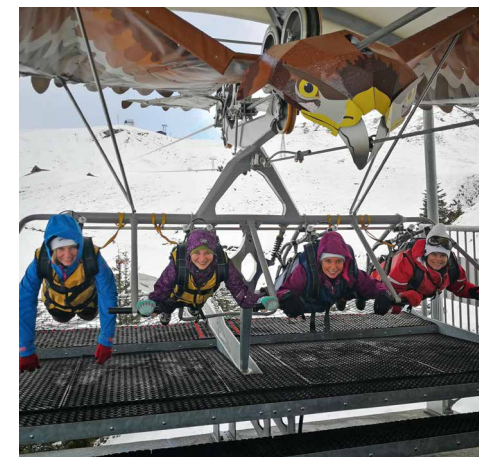
Botschaftsevent «Bern besucht Berlin», 8. Juni 2018

TAUCK ACADEMY

Der Luxus-Reiseveranstalter Tauck mit Sitz in den USA hat sein bewährtes Schulungsprogramm Tauck Academy vom 8. bis 10. Juni im Kanton Bern durchgeführt. 37 Top-Reiseagenten aus den USA und Kanada konnten während ihrer Reise in Bern, der Jungfrau Region und in Gstaad die Gastfreundschaft und die Vielseitigkeit des Tourismuskantons erleben.



Sparkling Night mit der Tauck Academy im «Bellevue Palace Bern», 9. Juni 2018



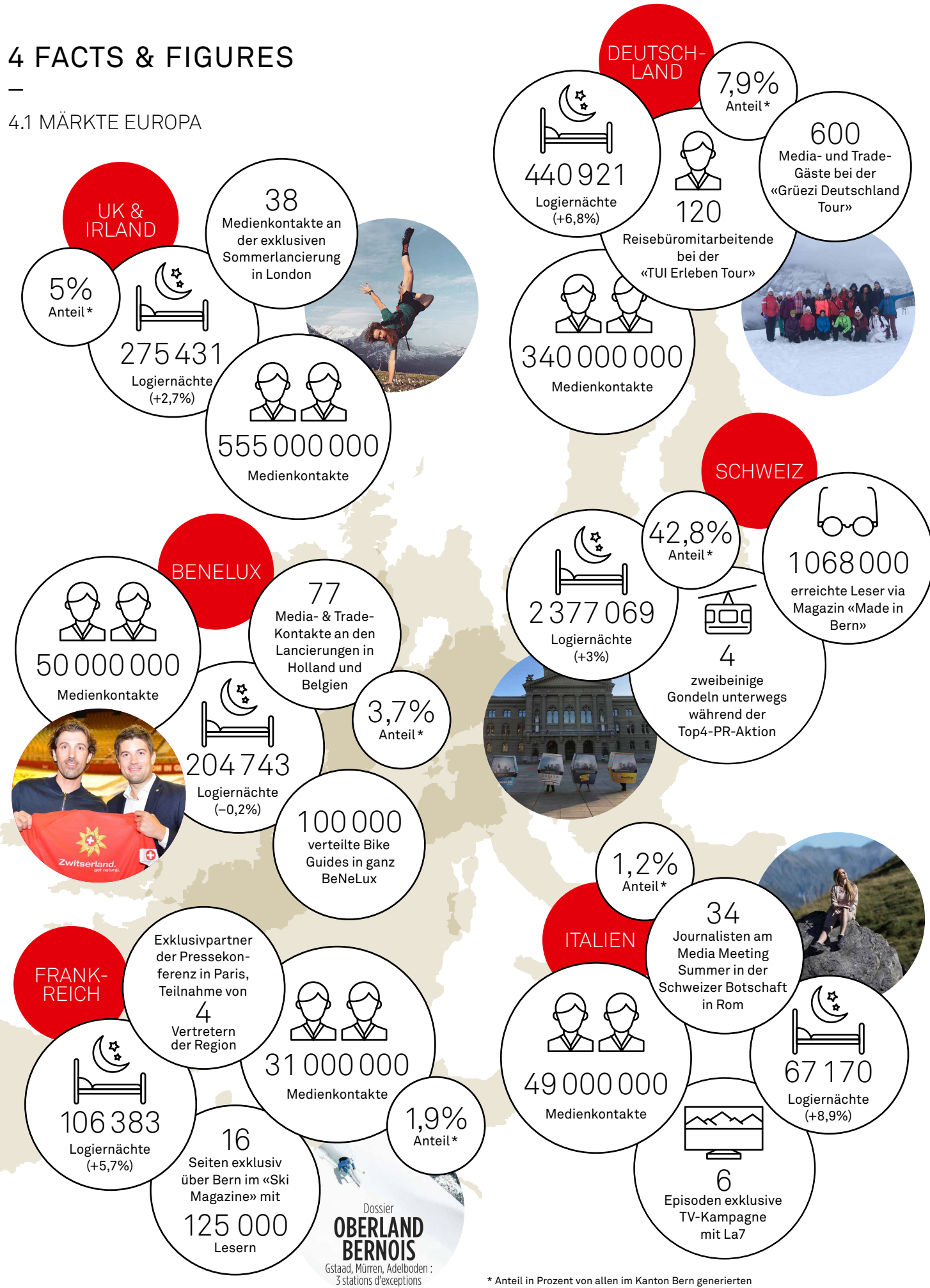
TUI Erleben Tour, Jungfrau Region, Dezember 2018

TUI ERLEBEN TOUR (TET)

Vom 5. bis 10. Dezember 2018 fand die «TUI Erleben Tour Schweiz» statt. 120 ausgewählte Reiseagenten von TUI bereisten während drei Tagen die Jungfrau Region. Die BE! Tourismus AG unterstützte die Reise finanziell sowie bei der Organisation. An der TET-Reisemesse in Luzern waren Bern, Gstaad, Adelboden-Lenkandersteg, Interlaken und BE! Tourismus vertreten.

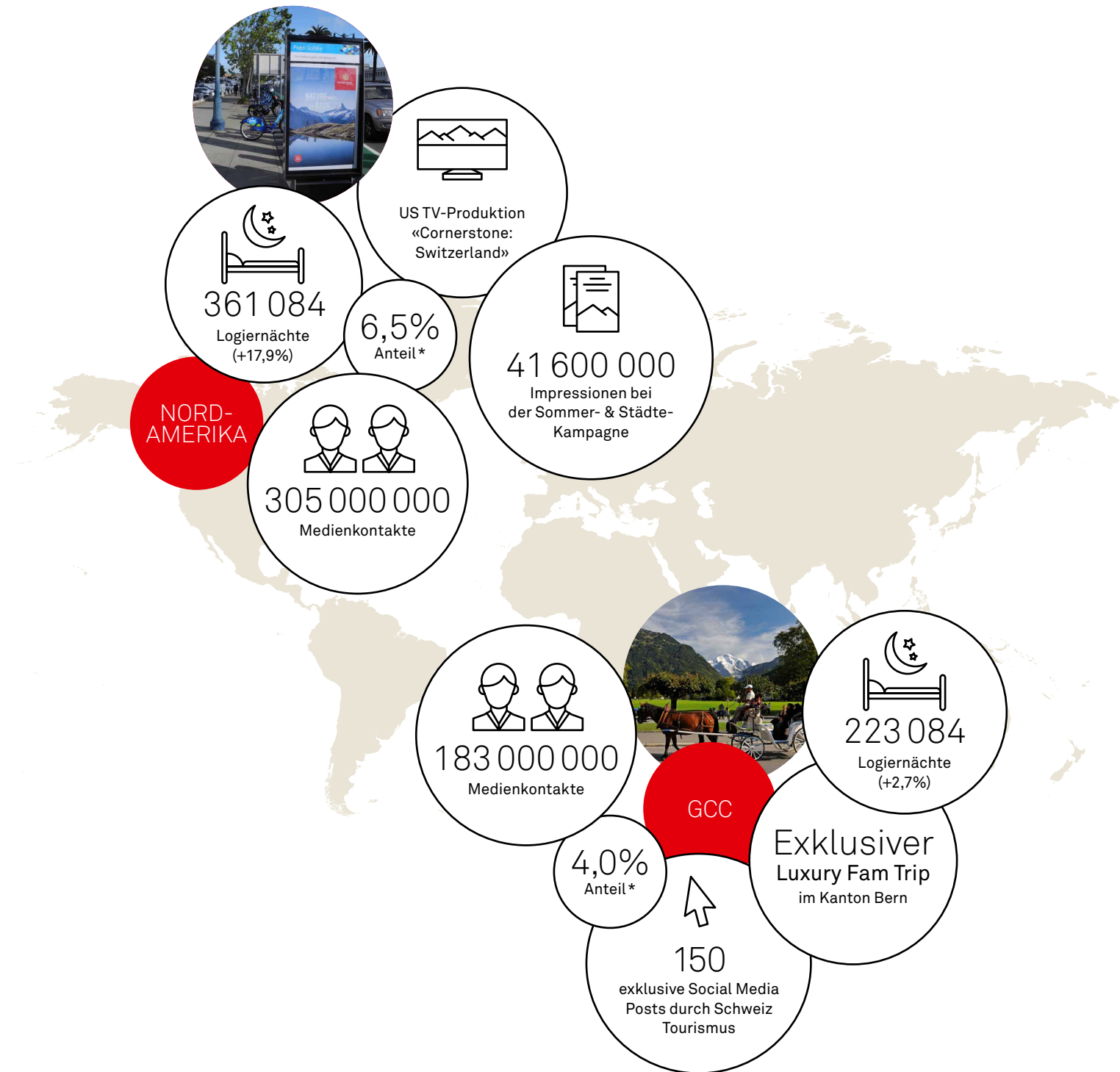
4 FACTS & FIGURES

4.1 MÄRKTE EUROPA



* Anteil in Prozent von allen im Kanton Bern generierten Logiernächten 2018

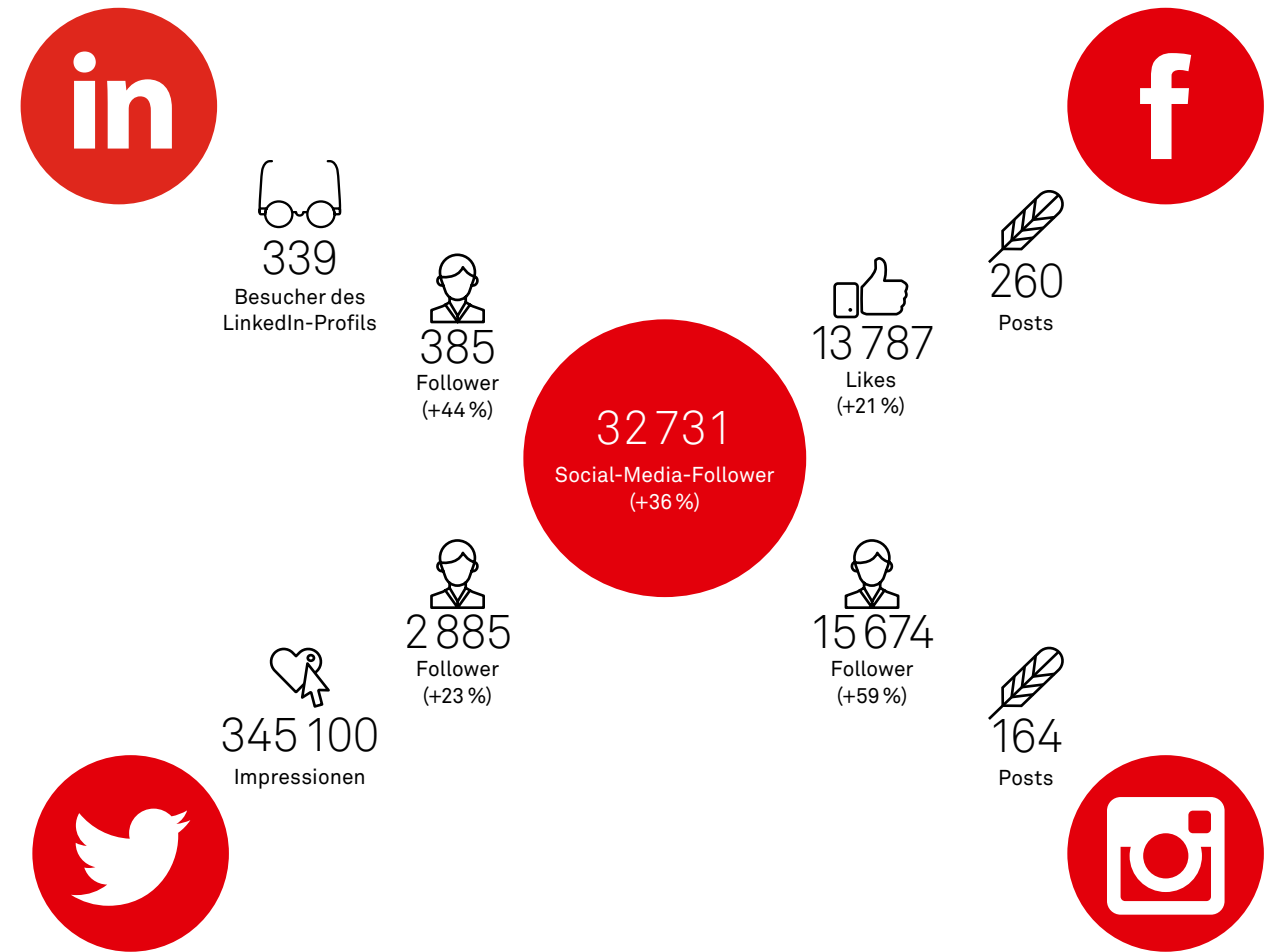
4.2 FERNMÄRKTE



* Anteil in Prozent von allen im Kanton Bern generierten Logiernächten 2018

4.3 DIGITAL

4.4 SOCIAL MEDIA



4.5 MICE

Teilnahme an **6 Messen und Foren** sowie am SCIB Networking Event in London



2 exklusive «Made in Bern»-Kundenanlässe

Parc des Eaux-Vives, Genf, 4. September, mit 45 Teilnehmenden

London Edition Hotel, 19. März, mit 22 Direktoren von Incentive-Agenturen



Printpromotionen in CH, D und UK: **8 Medien, 12 Inserate, 32 Seiten** redaktionelle Beiträge, Präsenz in total **131 597 Exemplaren**

SCIB-Mitgliedschaft für die BE! Tourismus AG, Bern Meetings & Events und Interlaken Congress & Events


Exklusives **16-seitiges Bern Special** im «M&K Tagungen & Events»

2 Newsletter «Made in Bern» an \varnothing 173 Abonnenten

Online-Promotionen auf verschiedenen MICE-Plattformen u.a. mit monatlichen Newsletter-Beiträgen an insgesamt **110 078 Abonnenten**

4.6 PARTNERSCHAFTEN

Poster auf Schiphol Airport mit einer potenziellen Reichweite von **860 000**



2 Aviareps Roadshows in München und Hamburg mit total **92 Teilnehmern**

SKYWORK

Aktive Bearbeitung der Märkte Deutschland, Grossbritannien und Niederlande

Offizieller Supplier der Schneesport-initiative Schweiz

800 Kinder (3 200 Logiernächte) aus 9 Kantonen konnten von der Aktion profitieren

GOSNOW

23 Lager wurden von der BE! Tourismus AG im Kanton Bern unterstützt



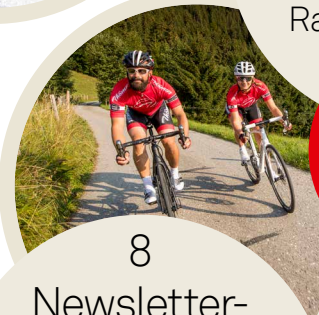
Gemeinsamer Auftritt von Thömus und den Berner Destinationen an den **Bike Days & Rampenverkauf**

Inserat in **2 «Thömus Zeitungen»** mit jeweils 30 000 Ex.

THÖMUS

Offizieller Tourismuspartner von Thömus

8 Newsletter-Beiträge an über **50 000 Abonnenten**



Reportage über urbane Hotspots im Kanton Bern, unterwegs mit dem neuen Jaguar E-Pace

EMIL FREY/ JAGUAR LAND ROVER

Facebook-Wettbewerb: BEA-Tickets inkl. Teilnahme Emil Frey Urban Playground

Offizieller strategischer Partner von Emil Frey Autocenter Bern

TOTAL 7 375 905 Ad-Impressionen und 17 012 Klicks bei den Online-Massnahmen

Heart icon



Haslital, Jungfrau Region

5 AUSBLICK 2019

Zahlreiche Marketingaktivitäten werden in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus in den Bereichen Promotion, eMarketing, Key Media Management und Key Account Management durchgeführt. Der 2018 definierte Märktemix aus Nah- und Fernmärkten bleibt bestehen, um eine langfristige und nachhaltige Wirkung zu erzielen.

Ein wichtiges Projekt wird zudem die Promotion des Top4-Skipasses sein. Dabei fliessen die Erfahrungen der Vorjahre ein.

Weitere grössere Projekte sind im digitalen Bereich angesiedelt. Diesbezüglich sind eine Zusammenarbeit mit einem digitalen Outdoor-Tourenplaner sowie die weitere Website-Optimierung für Mobilgeräte geplant.

Die Partnerschaften mit Thömus und GoSnow bleiben auch im Jahr 2019 bestehen. Infolge der Einstellung des Flugbetriebes kann die Partnerschaft mit SkyWork Airlines nicht weitergeführt werden. Eine neue Partnerschaft in der Berner Flugbetriebsbranche wird geprüft.

Schweiz Tourismus wird 2019 das Thema Wandern mit all seinen Facetten ins Schaufenster stellen. Um die vielfältigen Wanderrouten im Tourismuskanton Bern optimal zu promoten und Synergien zu nutzen, hat auch die BE! Tourismus AG das Wandern als Themenschwerpunkt definiert. Zudem soll vermehrt die einzigartige, gemütliche und sympathische Mentalität der Bernerinnen und Berner bei Marketingaktivitäten kommuniziert werden, um sich von Mitbewerbern zu differenzieren. Denn: Der Kanton Bern bietet mehr als Ferien, er steht für Gemütlichkeit.

Im Jahr 2019 steht des Weiteren die Überprüfung und im Nachgang die Umsetzung der Strategie der BE! Tourismus AG für die kommenden Jahre im Vordergrund. BE! Tourismus freut sich, die anstehenden Herausforderungen anzupacken.

6 ORGANISATION UND STRUKTUR

Im Verwaltungsrat kam es 2018 zu keinen Mutationen. Der Verwaltungsrat der BE! Tourismus AG wird von folgenden Personen repräsentiert:

- Andreas Rickenbacher, VR-Präsident, Jens
- Sandra Matti, VR-Vizepräsidentin, Gstaad
- Daniel Heller, Grindelwald
- André Lüthi, Bern
- Urs Kessler, Interlaken
- Patrik Scherrer, Bern
- Hansueli Schläppi, Lugnorre

Im Marketingausschuss kam es, bedingt durch Neubesetzungen der Direktorenstellen bei der BE! Tourismus AG sowie in den Destinationen, zu einigen Veränderungen. Der Marketingausschuss setzte sich Anfang Jahr 2018 wie folgt zusammen:

- Martin Bachofner, Vorsitzender, Gstaad
- Marcel Graf, Vizevorsitzender, Bern
- Daniel Sulzer, Interlaken
- Andrea Sprenger, Saanenmöser
- Iris Flückiger, Bern
- Philippe Sproll, Jungfrau Region
- Urs Pfenninger, Adelboden

- Oliver von Allmen, Biel
- Martin Tritten, Bern
- Harry John, Bern

Ende Jahr präsentierte sich der Marketingausschuss wie folgt:

- Marcel Graf, Vorsitzender, Bern
- Daniel Sulzer, Vizevorsitzender, Interlaken
- Andrea Sprenger, Saanenmöser
- Sébastien Epiney, Gstaad
- Iris Flückiger, Bern
- Marc Ungerer, Jungfrau Region
- Urs Pfenninger, Adelboden
- Oliver von Allmen, Biel
- Martin Tritten, Bern
- Pascale Berclaz, Bern

Im Team der BE! Tourismus AG kam es 2018 zu drei Veränderungen bzw. Abgängen. Harry John, Direktor, Ueli Schürmann, eMarketing Manager, sowie Priska Renold, Marketing Manager, verliessen das Unternehmen.

Das Team der BE! Tourismus AG besteht seit Oktober 2018 aus acht Personen (insgesamt 620 Stellenprozent) und setzt sich wie folgt zusammen:

- Pascale Berclaz, Direktorin
- Rebecca Ittig, Marketing Manager
- Mélanie Schmutz, Marketing Manager
- Lynn Huber, Marketing Manager
- Katja Meyer, Marketing Manager
- Sandro Graf, Digital Marketing Manager
- Johanna Burgener, Praktikantin Marketing
- Melina Egger, Marketing Assistentin

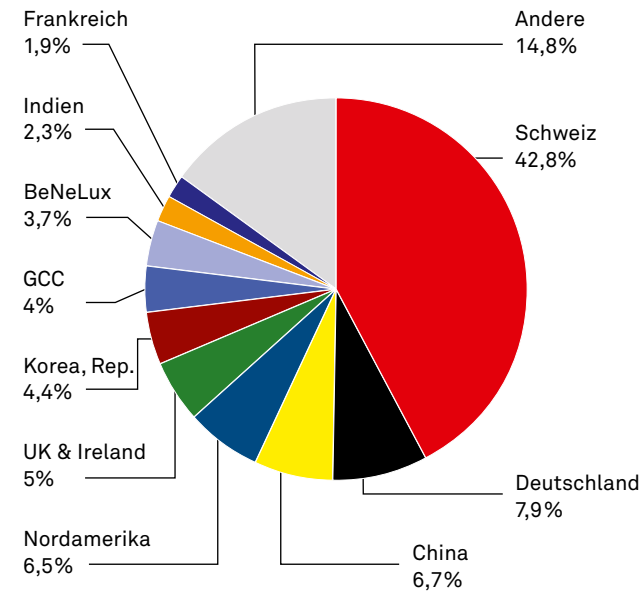
7 STATISTIKEN

ENTWICKLUNG DER TOPMÄRKTE NACH LOGIERNÄCHTEN IM KANTON BERN (2014–2018)

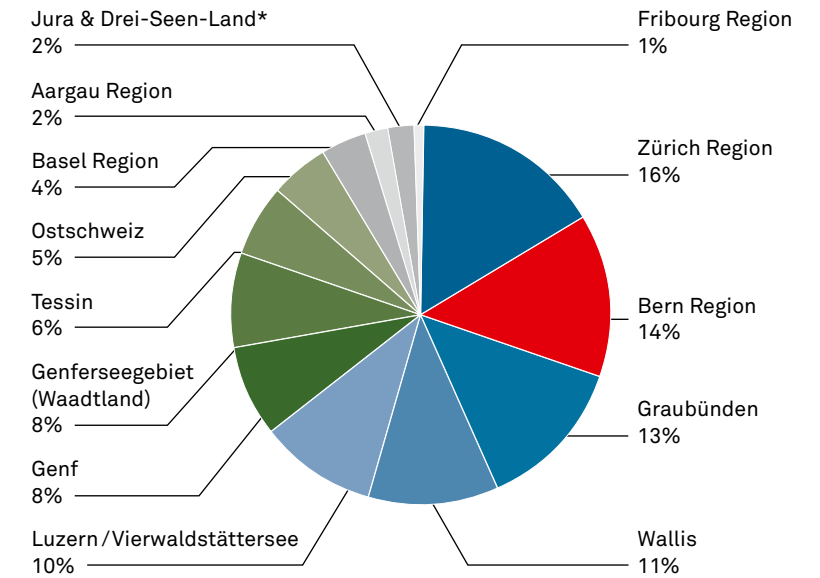
MARKT	2014		2015		2016		2017		2018		Veränderung 17/18	
	LN	%	LN	%	LN	%	LN	%	LN	%	BE	CH
Schweiz	2'234'120	45,0%	2'185'658	43,9%	2'193'912	44,6%	2'307'401	43,7%	2'377'069	42,8%	3,0%	2,9%
Deutschland	500'507	10,1%	418'805	8,4%	410'318	8,4%	412'993	7,8%	440'921	7,9%	6,8%	3,9%
China	272'100	5,5%	366'462	7,4%	291'919	5,9%	334'409	6,3%	370'980	6,7%	10,9%	6,3%
Nordamerika	223'800	4,5%	253'349	5,1%	264'588	5,4%	306'313	5,8%	361'084	6,5%	17,9%	10,0%
UK & Irland	292'647	5,9%	281'930	5,7%	273'544	5,6%	268'126	5,1%	275'431	5,0%	2,7%	2,8%
Korea, Republik	135'702	2,7%	173'201	3,5%	177'540	3,6%	239'375	4,5%	245'634	4,4%	2,6%	-0,2%
GCC	180'063	3,6%	235'549	4,7%	242'827	4,9%	217'301	4,1%	223'084	4,0%	2,7%	2,9%
BeNeLux	180'631	3,6%	150'412	3,0%	142'314	2,9%	205'236	3,9%	204'743	3,7%	-0,2%	3,9%
Indien	72'291	1,5%	90'299	1,8%	94'149	1,9%	123'082	2,3%	126'083	2,3%	2,4%	9,6%
Frankreich	126'773	2,6%	112'555	2,3%	115'927	2,4%	100'637	1,9%	106'383	1,9%	5,7%	3,3%
Japan	137'327	2,8%	112'775	2,3%	87'923	1,8%	92'341	1,7%	84'663	1,5%	-8,3%	-6,3%
China (Taiwan)	33'433	0,7%	49'098	1,0%	53'535	1,1%	68'268	1,3%	69'563	1,3%	1,9%	7,7%
Italien	65'508	1,3%	60'442	1,2%	62'403	1,3%	61'670	1,2%	67'170	1,2%	8,9%	-0,8%
Thailand	38'355	0,8%	37'962	0,8%	47'968	1,0%	59'713	1,1%	61'761	1,1%	3,4%	12,6%
Andere	470'167	9,5%	446'439	9,0%	454'898	9,3%	487'212	9,2%	535'299	9,6%	9,9%	4,3%
Total	4'963'424		4'974'936		4'913'765		5'284'077		5'549'868		5,0%	3,8%

LN Logiernächte, % Prozentualer Anteil am Total
BE Bern, CH Schweiz

TOP-10-MÄRKTE NACH LOGIERNÄCHTEN IM KANTON BERN (2018)

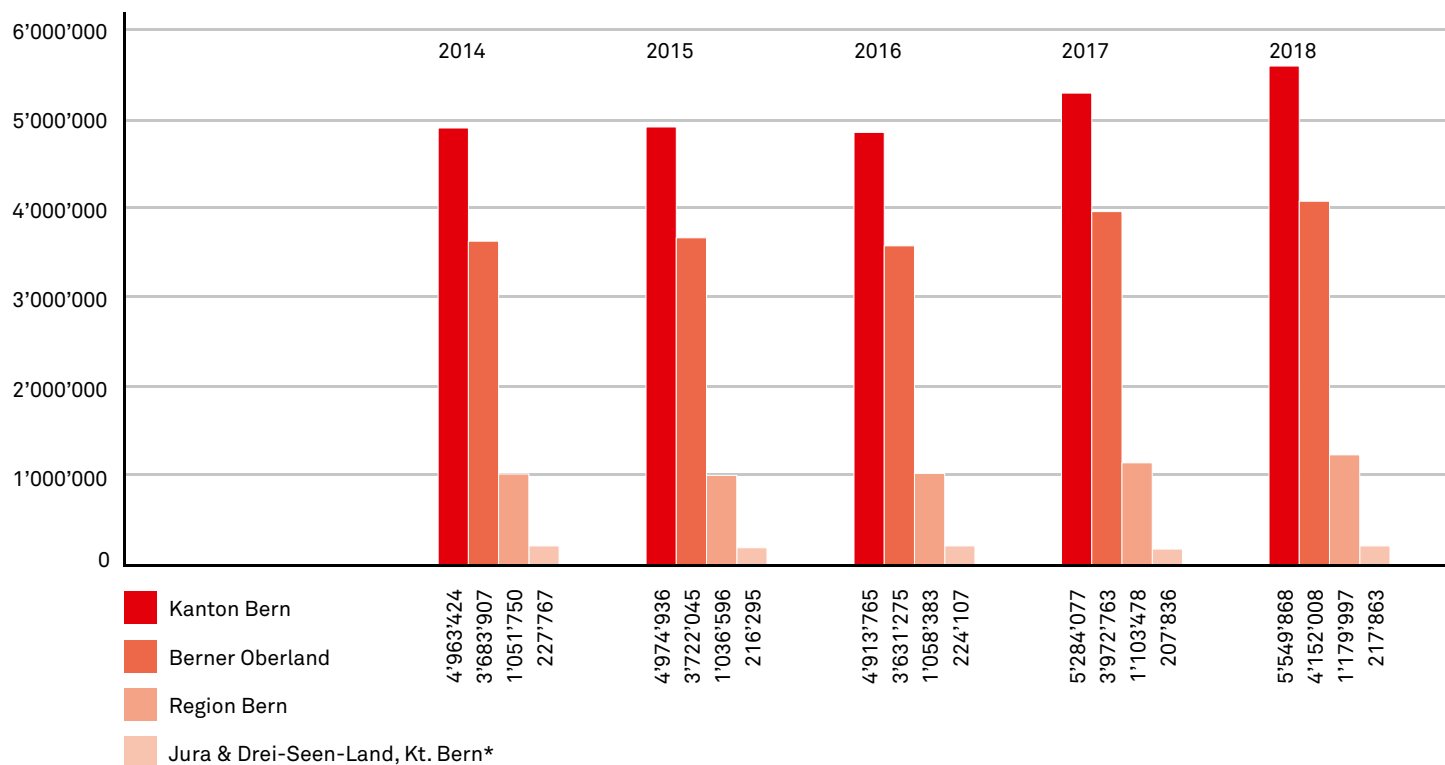


VERGLEICH LOGIERNÄCHTE RDK-TOURISMUSREGIONEN DER SCHWEIZ (2018)



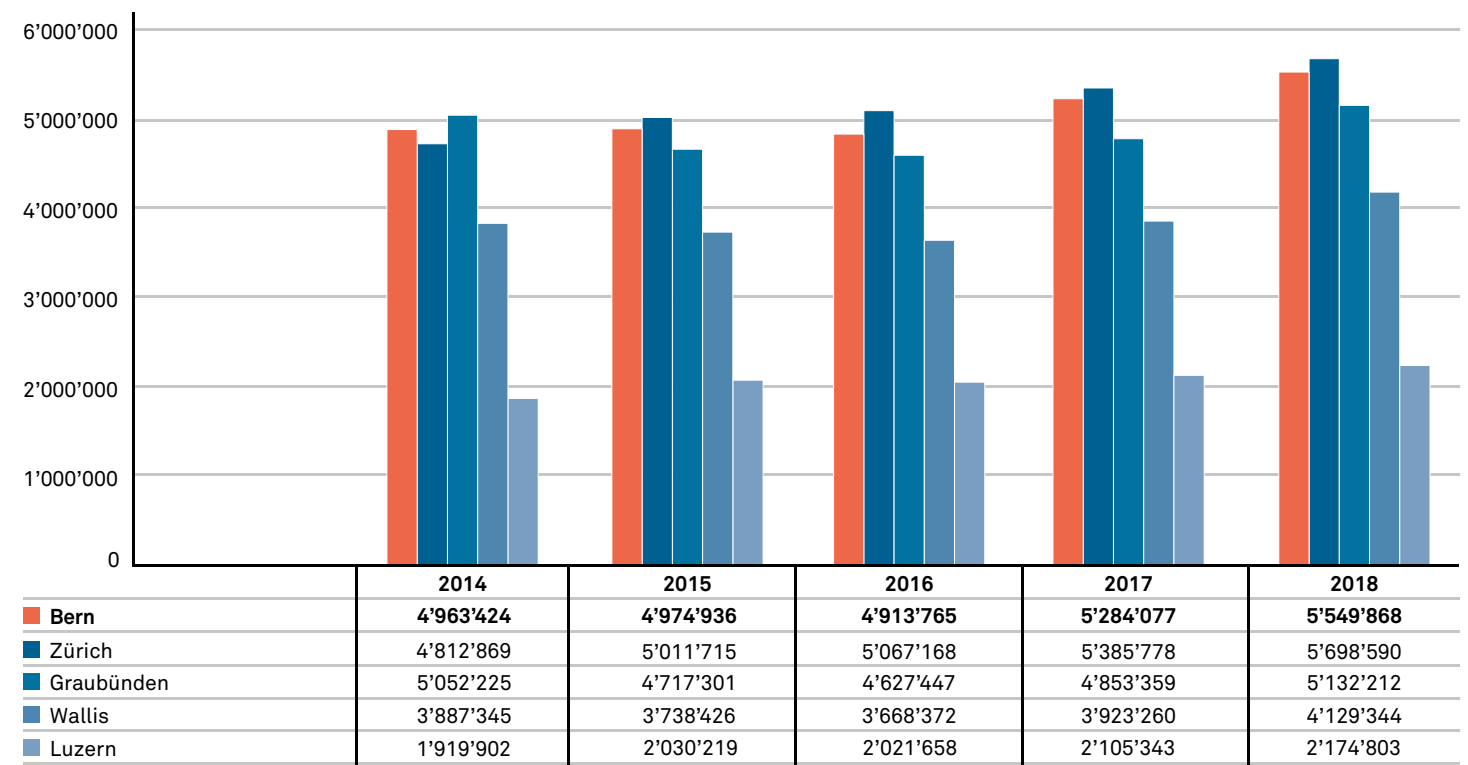
* Die drei Bezirke Biel/Bienne, Seeland und Jura bernois sind in diesen Zahlen inbegriffen, gehören aber zum Kanton Bern

ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE KANTON BERN (2014–2018)



*Biel/Bienne, Seeland, Jura bernois

ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE VON TOP-TOURISMUSKANTONEN DER SCHWEIZ (2014–2018)



8 BERICHT DER REVISIONSSTELLE & FINANZEN

Wirtschaftsberatung
Wirtschaftsprüfung
Steuerberatung



**BE! Tourismus AG
Bern**

**Bericht der Revisionsstelle
an die Generalversammlung
zur Jahresrechnung 2018**

Wirtschaftsberatung
Wirtschaftsprüfung
Steuerberatung



**Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der BE! Tourismus AG, Bern**

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der BE! Tourismus AG für das am 31. Dezember 2018 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen. Eine Mitarbeiterin unserer Gesellschaft hat im Berichtsjahr bei der Buchführung mitgewirkt. An der Eingeschränkten Revision war sie nicht beteiligt.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Gümligen, 21. März 2019

T+R AG

Vincent Studer
dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte

Beat Nydegger
dipl. Wirtschaftsprüfer
Zugelassener Revisionsexperte

Leitender Revisor

Beilagen

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

BILANZ PER 31.12.2018

Bezeichnung	31.12.2018		31.12.2017		Differenz	
		%		%		%
AKTIVEN						
Kasse	126.60		74.75		51.85	
Kto. Krt. Berner Kantonalbank	429 084.74		386 378.62		42 706.12	
Flüssige Mittel	429 211.34	50.9	386 453.37	21.9	42 757.97	29.0
Forderungen aus LuL	320 500.00		996 759.60		676 259.60-	
Mietkautionen	10 033.55		10 033.55			
Forderungen	330 533.55	39.2	1 006 793.15	57.1	676 259.60-	17.9-
Aktive Rechnungsabgrenzung	82 958.30	9.8	367 661.60	20.9	284 703.30-	11.1-
UMLAUFVERMÖGEN	842 703.19	99.9	1 760 908.12	99.9	918 204.93-	
Finanzanlagen	1.00		1.00		1.00	
Betriebseinrichtungen	600.00		1 100.00		500.00-	
EDV-Anlage	600.00		1 200.00		600.00-	
Mobile Sachanlagen	1 200.00	0.1	2 300.00	0.1	1 100.00-	
ANLAGEVERMÖGEN	1 201.00	0.1	2 300.00	0.1	1 099.00-	
AKTIVEN	843 904.19	100.0	1 763 208.12	100.0	919 303.93-	
PASSIVEN						
Verbindlichkeiten aus LuL	219 452.65		808 964.92		589 512.27-	
Übri.kurzfr.Verbindlichkeiten	44 296.80		15 297.95		28 998.85	
Kto.Krt. Kreditkarte MC	1 295.40		1 617.35		321.95-	
Kto.Krt. Kreditkarte Viseca	878.30		1 352.35		474.05-	
Passive Rechnungsabgrenzung	146 500.00		294 430.00		147 930.00-	
Kurzfristiges Fremdkapital	412 423.15	48.9	1 121 662.57	63.6	709 239.42-	14.7-
FREMDKAPITAL	412 423.15	48.9	1 121 662.57	63.6	709 239.42-	14.7-
Aktienkapital	300 000.00		300 000.00			
Kapital	300 000.00	35.6	300 000.00	17.0		18.6
Gesetzliche Gewinnreserven	6 800.00		6 800.00			
Gesetzliche	300 000.00		300 000.00			
Kapitaleinlagereserven						
Reserven	306 800.00	36.4	306 800.00	17.4		19.0
Gewinnvortrag Vorjahr	34 745.55		126 240.39		91 494.84-	
Jahresverlust	210 064.51-		91 494.84-		118 569.67-	
Bilanzgewinn	175 318.96-	20.8-	34 745.55	2.0	210 064.51-	22.8-
EIGENKAPITAL	431 481.04	51.1	641 545.55	36.4	210 064.51-	14.7
PASSIVEN	843 904.19	100.0	1 763 208.12	100.0	919 303.93-	

ERFOLGSRECHNUNG VON
1.1.2018 BIS 31.12.2018

Bezeichnung	01.01.2018 - 31.12.2018		01.01.2017 - 31.12.2017		Abweichung	
		%		%		%
Kanton Bern	2 400 000.00		2 300 000.00		100 000.00	
Verein BeO-Mitte	291 000.00		291 000.00			
Gstaad Saanenland Tourismus	242 000.00		242 000.00			
Bern Tourismus	441 000.00		441 000.00			
Interlaken Tourismus	730 000.00		730 000.00			
Jungfrau Region Tourismus AG	595 000.00		595 000.00			
Übriger Ertrag	51 900.70		15 695.05		36 205.65	
ERTRAG AUS AKTIONÄRS- BINDUNGSVERTRÄGE	4 750 900.70		4 614 695.05		136 205.65	
ERTRAG AUS KOMMERZIELLEN PARTNERSCHAFTEN	261 354.55		136 738.00		124 616.55	
RÜCKSTELLUNGEN	140 000.00		610 000.00		470 000.00-	
GESAMMTERTRÄGE	5 152 255.25	100.0	5 361 433.05	100.0	209 177.80-	
Marketingbeiträge an Destinationen	331 570.70		362 517.50		30 946.80-	
Corporate Communications / Online Basismarketing	280 468.43		353 149.67		72 681.24-	
Basismarketing Schweiz	1 489 379.55		1 555 382.65		66 003.10-	
Basismarketing Deutschland	327 664.85		451 346.35		123 681.50-	
Basismarketing Benelux	162 023.90		224 652.40		62 628.50-	
Basismarketing UK	286 428.33		318 271.98		31 843.65-	
Basismarketing Frankreich	257 250.65		132 991.55		124 259.10	
Basismarketing Italien / Polen	138 667.91		32 400.00		106 267.91	
Basismarketing USA	153 599.50		140 838.75		12 760.75	
Basismarketing Russland			62 145.05		62 145.05-	
Basismarketing Brasilien			21 276.00		21 276.00-	

**ERFOLGSRECHNUNG VON
1.1.2018 BIS 31.12.2018**

Bezeichnung	01.01.2018 - 31.12.2018		01.01.2017 - 31.12.2017		Abweichung	
		%		%		%
Basismarketing GCC	50 000.00		48 908.00		1 092.00	
Sport/Flug	192 360.35		113 326.10		79 034.25	
MICE	299 402.99		380 634.64		81 231.65-	
Basismarketing übrige			3 844.00		3 844.00-	
Taktisches Marketing	290 064.45		208 390.35		81 674.10	
MARKETINGAUFWAND	4 258 881.61	82.7	4 410 074.99	82.3	151 193.38-	0.4
BRUTTOGEWINN I	893 373.64	17.3	951 358.06	17.7	57 984.42-	0.4-
PERSONALAUFWAND						
Lohnaufwand	668 054.75		659 492.40		8 562.35	
Sozialversicherungsaufwand	109 766.50		113 558.05		3 791.55-	
Übriger Personalaufwand	127 607.20		78 878.40		48 728.80	
PERSONALAUFWAND	905 428.45	17.6	851 928.85	15.9	53 499.60	1.7
BRUTTOVERLUST /-GEWINN II	12 054.81-	0.2-	99 429.21	1.9	111 484.02-	2.1-
BETRIEBSAUFWAND						
Raumaufwand	29 534.40		28 403.35		1 131.05	
Unterhalt, Rep., Ersatz	4 999.90		500.00		4 499.90	
Fahrzeugaufwand	7 438.05		15 410.80		7 972.75-	
Sachversicherungen	952.25		820.90		131.35	
Energieaufwand	593.30		1 251.75		658.45-	
Verwaltungsaufwand	103 963.30		78 415.60		25 547.70	

**ERFOLGSRECHNUNG VON
1.1.2018 BIS 31.12.2018**

Bezeichnung	01.01.2018 - 31.12.2018		01.01.2017 - 31.12.2017		Abweichung	
		%		%		%
Anlässe	50 064.95		61 554.05		11 489.10-	
Übriger Betriebsaufwand	1 502.45		482.40		1 020.05	
BETRIEBSAUFWAND	199 048.60	3.9	186 838.85	3.5	12 209.75	0.4
BETRIEBSVERLUST	211 103.41-	4.1-	87 409.64-	1.6-	123 693.77-	2.5-
Abschreibungen	1 100.00		2 400.00		1 300.00-	
Finanzaufwand	1 662.10-		1 686.05-		23.95	
Finanzertrag			0.85		0.85-	
FINANZERFOLG	1 662.10-		1 685.20-		23.10	
Ausserordentlicher Ertrag	3 801.00				3 801.00	
JAHRESVERLUST	210 064.51-		91 494.84-		118 569.67-	

ANHANG

1. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt.

Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten zum Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen könnten. Der Verwaltungsrat entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohl der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

2. Angaben und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung

	31.12.2018	31.12.2017
	CHF	CHF
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
gegenüber Dritten	0	7'500
gegenüber Beteiligten	320'500	989'260
<i>Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</i>	<i>320'500</i>	<i>996'760</i>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		
gegenüber Dritten	219'401	808'235
gegenüber Beteiligten	52	730
<i>Total Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</i>	<i>219'453</i>	<i>808'965</i>
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		
gegenüber Dritten	40'171	15'298
gegenüber Organen	4'126	0
<i>Total übrige kurzfristige Verbindlichkeiten</i>	<i>44'297</i>	<i>15'298</i>

3. Anzahl Mitarbeitende

	31.12.2018	31.12.2017
	Anzahl	Anzahl
Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	< 10	< 10

4. Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verbindlichkeiten verpfändeten Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt

	31.12.2018	31.12.2017
	CHF	CHF
Mietzinsdepot	10'034	10'034

5. Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung

	31.12.2018	31.12.2017
	CHF	CHF
Verschiedene unwesentliche Posten	3'801	0
<i>Total ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag</i>	<i>3'801</i>	<i>0</i>

6. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Verwaltungsrat sind keine Ereignisse eingetreten, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Jahresrechnung 2018 ausüben und somit an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

GEWINNVERWENDUNG

Bezeichnung	2018	2017
Zur Verfügung der Generalversammlung:		
Gewinnvortrag	34'745.55	126'240.39
Jahresverlust	-210'064.51	-91'494.84
<i>Bilanzverlust /-gewinn</i>	<i>-175'318.96</i>	<i>34'745.55</i>
Total zur Verfügung der Generalversammlung	-175'318.96	34'745.55
Antrag des Verwaltungsrates:		
Bilanzverlust / -gewinn	-175'318.96	34'745.55
Vortrag auf neue Rechnung	-175'318.96	34'745.55

