2021
GESCHÄFTSBERICHT

SCHWYZ TOURISMUS AG

SCHWYZ
Feuer der Freiheit

DER VERWALTUNGSRAT

Arno Solèr
Verwaltungsratspräsident

Giacomo Garaventa
Brunnen Schwyz Marketing AG

Dominik Hug
Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee AG

Kuno Kennel
RigiPlus AG

Silvan Kälin
Stoos-Muotatal Tourismus GmbH

Marco Heinzer
Gastro Schwyz

Paul Schnüriger
politischer Vertreter

Nicole Diermeier
Projekte/Tourismus

Kristian Paasila
Projekte/Digitalisierung

Mathias Ulrich
Amt für Wirtschaft Kanton Schwyz

DAS TEAM

Vendelin Coray
Geschäftsführer

Barbara Elsener
Marketing und Projekte

Manuela Gili Sidler
Content Producer und Texterin

Sandra Heinzer
Finanzen

Dario Küffer
Vermarktungsplattform Bikegenoss

Sarah Leonhardt
Assistenz Projekte

Jonas Ulrich
Online-Marketing und Projekte

Thomy Vetterli
Projektleiter Bikegenoss

DIE REVISIONSSTELLE

OBT AG, 6431 Schwyz

RÜCKBLICK 2021

BERICHT DES PRÄSIDENTEN

2021 hat die Tourismusbranche weiter unter der Covid-19-Pandemie gelitten. Leistungsträger und Gäste waren verunsichert, und die vom Bund verordneten Massnahmen schränkten die touristischen und gastronomischen Aktivitäten ein. Verglichen mit 2020 war trotzdem eine Erholung zu spüren, und vereinzelt erwirtschafteten Betriebe sogar Spitzenresultate.

Maske, Zertifikatspflicht und Home-Office stellten die touristischen und gastronomischen Betriebe 2021 wiederum vor Herausforderungen. Auf der einen Seite verbuchten jene Leistungsträger Verluste, die vor allem auf Events, Geschäftskunden oder internationale Gäste ausgerichtet sind. Auf der anderen Seite erlebten jene Leistungsträger, die sich auf Outdoor und Wellness fokussieren, einen regelrechten Ansturm, und vor allem im Gastro- und Hotelleriebereich fehlte es an Personal. Die Gemeinde Morschach erzielte bei den Logiernächten ein Rekordjahr und zeichnete allein für fast die Hälfte aller Übernachtungen im Kanton Schwyz verantwortlich.

Die Aufarbeitung des kulinarischen Erbes des Kantons Schwyz und die Besucherlenkung im Outdoorbereich sind für Gäste wie Einheimische von Bedeutung.

Schwyz Tourismus legte 2021 den Schwerpunkt auf die Projektarbeit. Die Projekte «Outdoor Schwyz» und «Weiterentwicklung ächt SCHWYZ» trafen den Nerv der Zeit. Die Schweizerinnen und Schweizer bewegten sich viel in der Natur, und sie stillten ihren Appetit auf regionale Produkte. Die Aufarbeitung des kulinarischen Erbes des Kantons Schwyz und die Besucherlenkung im Outdoorbereich sind zwei Themen, die für Gäste wie Einheimische von Bedeutung sind.

Das vergangene Jahr verlangte von uns allen viel Flexibilität und malte manche Sorgenfalte ins Gesicht. Trotzdem blicke ich gern auf meine ersten zwölf Monate als Verwaltungsratspräsident zurück – und vor allem schaue ich motiviert nach vorn. Mein Dank geht an alle touristischen und gastronomischen Leistungsträger, die in diesen schwierigen Zeiten kreativ wurden und durchgehalten haben. Ich danke dem Kanton Schwyz, der die Tourismusbranche in diesem herausfordernden Jahr auf verschiedene Arten unterstützt hat. Bedanken möchte ich mich auch bei meinen Kolleginnen und Kollegen im Verwaltungsrat und dem Team von Schwyz Tourismus für die unermüdliche Arbeit. Das grösste Dankeschön möchte ich unseren Gästen aussprechen. Mit ihren Besuchen zeigen sie, dass sie die Schwyzer Natur und die Arbeit der Schwyzer Tourismus- und Gastrobranche schätzen.

Ich freue mich, dass im touristischen Kanton Schwyz 2022 wieder Volksfeste gefeiert, Seminare abgehalten und vermehrt Fremdsprachen gehört werden.

ARNO SOLÈR
VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENT SCHWYZ TOURISMUS AG

IMPRESSUM
Herausgeber Schwyz Tourismus AG, Zeughausstrasse 10, 6430 Schwyz, www.schwyz-tourismus.ch
Redaktion/Texte Schwyz Tourismus, Manuela Gili Sidler
Foto Titelseite Barbara Elsener
Gestaltung Quersicht, visuelle Gestaltung, www.quersicht.ch

SICH STETS WEITERENTWICKELN

Was für die berufliche Karriere das lebenslange Lernen ist, ist für das Bestehen auf dem Tourismusmarkt die ständige Weiterentwicklung. Schwyz Tourismus versteht sich als Impulsgeber und Anschieber für Neues. Alle vorgestellten Systemprojekte wurden mit Geldern aus der Neuen Regionalpolitik (NRP) unterstützt.

3

Foto: Philipp Holdener

1

2

4

5

1 ALPWIRTSCHAFTEN & TOURISMUS KANTON SCHWYZ

Ziel: Alpwirtschaft und Tourismus sollen besser miteinander kommunizieren, verstärkt zusammenarbeiten und ein Netzwerk aufbauen.
2021: An Online-Meetings wurden die wichtigsten Verantwortlichen aus der Tourismusbranche und der Alpwirtschaft über die Ergebnisse der Analysephase informiert und ihre Inputs abgeholt. Daraus gingen die vier wichtigsten Handlungsfelder hervor: Kommunikation, Information, Sensibilisierung gegen innen und aussen sowie Evaluation des gemeinsamen Entwicklungspotenzials. Im Sommer wurde eine erste Sensibilisierungskampagne für Gäste in den Alpgebieten umgesetzt und Alpbewirtschafter konnten ihre Anliegen melden.

2 BIKEGENOSS/BIKEGENOSSIN

Ziel: Die Zentralschweiz soll eine der attraktivsten Bikeregionen der Schweiz werden.
2021: Mountainbike Zentralschweiz erhielt ein neues Erscheinungsbild und tritt neu mit der Bikegenossenschaft als Bikegenoss oder Bikegenossin am Markt auf. Im neuen Look ging auch die eigene Plattform bikegenoss.ch an den Start. Das erste Bikegenoss-Forum vereinte digital die Zentralschweizer Stakeholder zu einem erfolgreichen Austausch.

3 MASTERPLAN YBRIG

Ziel: Eine Positionierung definieren, mit der sich die Region Ybrig zur Ganzjahresdestination entwickeln kann.
2021: Die Bellprat Partner AG erarbeitete in Zusammenarbeit mit lokalen Vertretern den Masterplan Ybrig inklusive Massnahmenbeispiele. Als nächster Schritt folgt die Umsetzung, welche nicht Teil des Projekts ist. Für die Umsetzung verantwortlich ist die bereits gebildete Kerngruppe, der Personen aus Politik und Tourismus sowie Leistungsträger angehören.

4 KONZEPTION THEMATISCHER ERLEBNISPARK ROGGEN

Ziel: Ein Konzept für einen Erlebnispark für Familien in Übereinstimmung mit dem bereits Vorhandenen ausarbeiten.
2021: Das Konzept der Bellprat Partner AG steht, es baut auf dem Masterplan Ybrig auf. An einem Workshop mit Personen aus Tourismus und Politik sowie Leistungsträgern wurden mögliche Ideen aufgezeigt. Nun geht es darum, eine Idee auszuwählen, zu verfeinern und umzusetzen.

5 MASTERPLAN MARCH-HÖFE

Ziel: Touristische Entwicklungsräume im Gebiet March-Höfe definieren, konkrete Umsetzungsvorschläge aufzeigen sowie ein Rollen- und Strukturmodell definieren.
2021: Coronabedingt konnte der Gesamtworkshop für alle Stakeholder erst im Herbst durchgeführt werden. In Zusammenarbeit mit der Bellprat Partner AG wurden Kultur, Familien, Outdoor und MICE als Hauptfelder definiert. Als Erstes ging das Kulturprojekt «Hallo Kultur!» in die Umsetzung.

6

7

8

9

10

11

12

6 KLOSTER EINSIEDELN

Ziel: Die Strategie «Kloster Einsiedeln 2020–2030» definieren und eine strategische Agenda für die Zusammenarbeit zwischen Kloster, Bezirk und Tourismus samt entsprechenden Projektvorschlägen erarbeiten.
2021: Die Strategie für das Kloster Einsiedeln sowie mögliche Projekte für das Kloster und die Umgebung wurden fertig erarbeitet. Als Nächstes steht die Umsetzung an, welche nicht Teil des Projekts ist.

7 STRATEGIE 2022+ EYZ RZT

Ziel: Die Destinationen Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee und Rapperswil-Zürichsee sollen organisatorisch stärker zusammenwachsen und der Raum soll gemeinsam weiterentwickelt und vermarktet werden.
2021: Es wurde eine Strategie erarbeitet, wie die beiden Organisationen Einsiedeln-Ybrig-Zürichsee und Rapperswil-Zürichsee Tourismus möglichst aus einer Hand geführt werden können. Der Präsident beider Organisationen ist bestimmt, und ein neuer Geschäftsführer für den gesamten Raum wurde gesucht.

8 ERLEBNISWEG OBERSEE

Ziel: Leistungsträger, Gemeinden und Wirtschaftspartner zusammenführen, um die Sichtbarkeit von bestehenden und neuen Erlebnisangeboten rund um den Obersee zu erhöhen.
2021: Die Regierungsräte Beat Tinner (SG) und Andreas Barraud (SZ) eröffneten im Mai feierlich den 37 Kilometer langen Erlebnisweg Obersee. Einheimische wie Gäste können ihn zu Fuss oder mit dem Velo entdecken. Familien retten ausgerüstet mit Entdeckerrucksack und Schatzkarte den Schatz vom Obersee.

9 WIEGE DER SCHWEIZ

Ziel: Einen Erlebnisraum rund um die Fakten und Mythen zur Entstehungsgeschichte der Schweiz schaffen.
2021: Die IG Wiege der Schweiz arbeitete für ein neues Erscheinungsbild mit Clavadetscher Gestaltung für Kultur und Wirtschaft zusammen. Ein neuer Prospekt und entsprechende Infotafeln am Weg der Schweiz wurden umgesetzt. Uri Tourismus integrierte den Content der Wiege der Schweiz vorübergehend auf ihrer digitalen Plattform.

10 GEISSÄ WÄG – NEUER THEMEN- UND ERLEBNISWEG AUF SATTEL-HOCHSTUCKLI

Ziel: Konzept erarbeiten für einen thematischen Erlebnisweg rund um die Ziege und Ziegenprodukte.
2021: Das Konzept wurde erarbeitet und bereits umgesetzt. Der Erlebnisweg mit sieben Stationen auf Sattel-Hochstuckli wurde im August eröffnet. Er führt vom Mostelberg um den Engelstock zum Ziegenhof Blüemlisberg.

11 NACHHALTIGE ENTWICKLUNG RIGI 2030

Ziel: Die Rigi soll der nachhaltigste Berg der Schweiz werden.
2021: Unterstützt durch die Hochschule Luzern und unter der Federführung der RigiPlus AG haben die Interessensvertreter an der Rigi gemeinsam einen Entwicklungsplan ausgearbeitet. Dieser gibt vor, welche Indikatoren in den kommenden Jahren gemessen und verbessert und welche Projekte prioritär vorangetrieben werden sollen. An der 1. Rigikonferenz im September nahmen alle Stakeholder teil – vom Tourismus über die Umweltverbände bis zur Politik und den Einheimischen.

12 LENKUNGSSTRATEGIE STOOS

Ziel: Die Besucherströme auf dem Stoos lenken und die Angebote so ausbauen, dass sie das ganze Jahr abdecken.
2021: In Zusammenarbeit mit Saint Elmo's Tourismusmarketing wurde ein Konzept zur Besucherlenkung ausgearbeitet und drei Erlebniszonen mit zielgruppengerechten Angeboten wurden definiert. Coronabedingt verzögerte sich die Umsetzung der Massnahmen.

13 DATENKOOPERATION REGION LUZERN-VIERWALDSTÄTTERSEE (LUV)

Ziel: Spezifisches Wissen über Datenmanagement und Datenanalyse aufbauen. Wissen vermitteln. Eine gemeinsame Dateninfrastruktur für die Tourismusregion LUV prüfen. Datenkooperation erweitern.
2021: Ein Austausch konnte an zwei Workshops für die Zentralschweiz stattfinden.

13 DATA & CONTENT HUB REGION LUZERN-VIERWALDSTÄTTERSEE

Ziel: Gemeinsame Nutzung der Daten und des digitalen Contents der Region über die Grenzen der einzelnen Organisationen und Unternehmen hinweg ermöglichen.
2021: Die Software destination.one wurde evaluiert und schliesslich beschafft. Als Pilotprojekte erhielten die Zusage Bikegenoss und Wiege der Schweiz, welche Vorabklärungen unternahmen zur Software-Nutzung. Der Anschluss von Outdooractive und Guidle an destination.one/connect wurde sichergestellt.

13 DESTINATIONSENTWICKLUNG ERLEBNISREGION LUZERN-VIERWALDSTÄTTERSEE 2030

Ziel: Die Zusammenarbeit zwischen den fünf Vierwaldstättersee-Kantonen optimieren.
2021: Die Arbeiten am Kooperationsmodell der fünf Kantone schritten planmässig voran. So sind die Vision und die Geschäftsfelder für die Region Luzern-Vierwaldstättersee diskutiert und definiert.

14 DIGITALSTRATEGIE

Ziel: Digitale Landschaften schaffen, welche den Gast von der Haustüre ins Outdoor-Glück und wieder zurück begleiten.
2021: Projektstart Phase 1: KPI Cockpit – Aufbau eines Dashboards mit den wichtigsten digitalen Kennzahlen für den Schwyzer Tourismus, um eine strukturierte Datenerfassung zu erzielen, einen Leistungsvergleich zu ermöglichen und eine Entscheidungshilfe zu erhalten.

15 DIGITALISIERUNG DER LEISTUNGSTRÄGER ENTLANG DER SOB-LINIE IN DEN KANTONEN SCHWYZ UND ST. GALLEN

Ziel: Angebote von Leistungsträgern entlang der SOB-Linie in den Kantonen Schwyz und St. Gallen digitalisieren.
2021: Die Projektaktivitäten wurden nach Vorliegen der Vereinbarung im August gestartet. Eine neuerliche Welle der Corona-Pandemie zog den angestrebten Zeitplan in Mitleidenschaft. Rigi, Stoos und Sattel-Hochstuckli konnten für das Projekt gewonnen werden. Einige ihrer Angebote sind nun buchbar über den Webshop der Südostbahn.

IMPULSPROGRAMM HOPP SCHWYZ

Der Kanton unterstützte in der Corona-Krise die Schwyzer Wirtschaft, den Tourismus und die Gastronomie mit einem Impulsprogramm. 2021 konnte Schwyz Tourismus daher die Tourismuskampagne fortführen und nachhaltige Projekte initiieren.

Image-Kampagne Frühjahr/Sommer

Aufgrund der Pandemie-Massnahmen bis in den Frühsommer hinein verzichtete man darauf, die geplante «ächt SCHWYZ»-Pass-Aktion im Frühjahr/Sommer zu realisieren. Stattdessen wurden die Schwyzer Sommer-Highlights im Rahmen einer Image-Kampagne in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz ins Rampenlicht gerückt.

HERBSTPASS/ HERBSTKAMPAGNE

Im Herbst wurde die «ächt SCHWYZ»-Pass-Aktion wieder aufgenommen. Trotz Bewerbung in Print, Radio und digitalen Medien konnte sie nicht an den Erfolg der Vorgänger anknüpfen. Imagemässig hingegen entfaltete die Kampagne ihre Wirkung, denn die Gästezahlen waren sehr erfreulich.

HERBSTAKTION VORALPEN-EXPRESS

Der Voralpen-Express verbindet zahlreiche Ausflugsmöglichkeiten. St. Gallen Bodensee Tourismus, Schwyz Tourismus und die Südostbahn lancierten erfolgreich den Voralpen-Express Herbst-Hit, welcher Gästen die Zugfahrt und Vergünstigungen bei Partnern zu einem attraktiven Preis anbot. Zur Promotion erfolgte eine digitale und analoge Kampagne.

Nachhaltige Projekte

Aufgrund der abwechslungsreichen Natur ist unser Kanton für Outdooraktivitäten prädestiniert. Doch diese Stärke wird touristisch noch zu wenig genutzt. Schwyz Tourismus arbeitete ein Konzept aus, wie der Outdoorbereich weiterentwickelt und die Gästeströme gelenkt werden sollen. Ein weiteres Potenzial, das noch besser ausgeschöpft werden kann, ist der Bereich Essen. Das Gastroprojekt «ächt SCHWYZ» wird deshalb in Zusammenarbeit mit dem Amt für Wirtschaft, Amt für Landwirtschaft, Ländlichen Marktplatz Urschwyz und Gastro Schwyz zu einem Projekt weiterentwickelt, das von den Produkten und Produzenten über die Landwirtschaft bis zur Gastronomie und dem kulinarischen Erbe alles abdeckt.

ERFOLGSGESCHICHTEN

Natur, Geschichte und Kulinarik – in diesen Bereichen hat der Kanton Schwyz Einmaliges zu bieten. Schwyz Tourismus achtet darauf, die entsprechenden Produkte laufend an die Bedürfnisse der spezifischen Zielgruppen anzupassen.

OUTDOOR SCHWYZ

«Raus!», das wollten auch im zweiten Pandemiejahr viele Schweizerinnen und Schweizer. Dieser Wunsch widerspiegelt sich in den starken Zugriffszahlen auf «Outdoor Schwyz» – sowohl auf der Webseite als auch über die App. Bei Outdoorfreaks, die physische Karten bevorzugen, kam die neue Wander- & Bikekarte sehr gut an. Die Karten waren im Spätherbst bei den meisten Tourismusstellen vergriffen.

Foto: Beat Brechbühl

DAS GRÖSSTE KLASSENZIMMER DER SCHWEIZ

Die Arbeitsgruppe des «grössten Klassenzimmers der Schweiz» erhielt pädagogische Verstärkung: eine Vertreterin des Bildungsdepartements und ein Vertreter der Pädagogischen Hochschule Schwyz bringen seit Januar 2021 ihr Fachwissen ein. Gemeinsam wurde die Weiterentwicklung des «grössten Klassenzimmers» vorbereitet. Es soll eine regional und national bedeutende Ausstrahlung erreichen und hinsichtlich Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Bildung Modellcharakter aufweisen.

DAS GRÖSSTE KLASSENZIMMER DER SCHWEIZ
SCHULE EINMAL ANDERS

«ÄCHT SCHWYZ» GASTRO

Mit der Einführung der digitalen Gastro-Gutscheine «ächt SCHWYZ» durfte im Jahr 2021 gleich nochmals eine rasante Steigerung der Verkäufe verzeichnet werden. Praktisch täglich wurden Gutscheine mit Print-at-home-Möglichkeit bestellt. Insbesondere Schwyzer Firmen, Vereine und Ämter beschenkten ihre Mitarbeitenden im zweiten Pandemiejahr mit den Gastro-Gutscheinen, um Firmenanlässe und Weihnachtsfeiern zu ersetzen. Die Zahl der Mitmachbetriebe stieg auf 45.

ächt SCHWYZ

INSPIRATION

Was soll ich dieses Wochenende unternehmen? Schwyz Tourismus möchte die Gäste zu unvergesslichen Erlebnissen inspirieren. Story-Telling über verschiedene Kanäle soll die Lust auf den touristischen Kanton Schwyz wecken.

2
Schwyz-Magazine Sommer und Winter

18
Beiträge im Blog Luzern-Vierwaldstättersee

487 327
Seitenaufrufe www.schwyz-tourismus.ch +15,79 %

1 559 816
Aufrufe der Outdoor-Schwyz-Routen +2,58 %

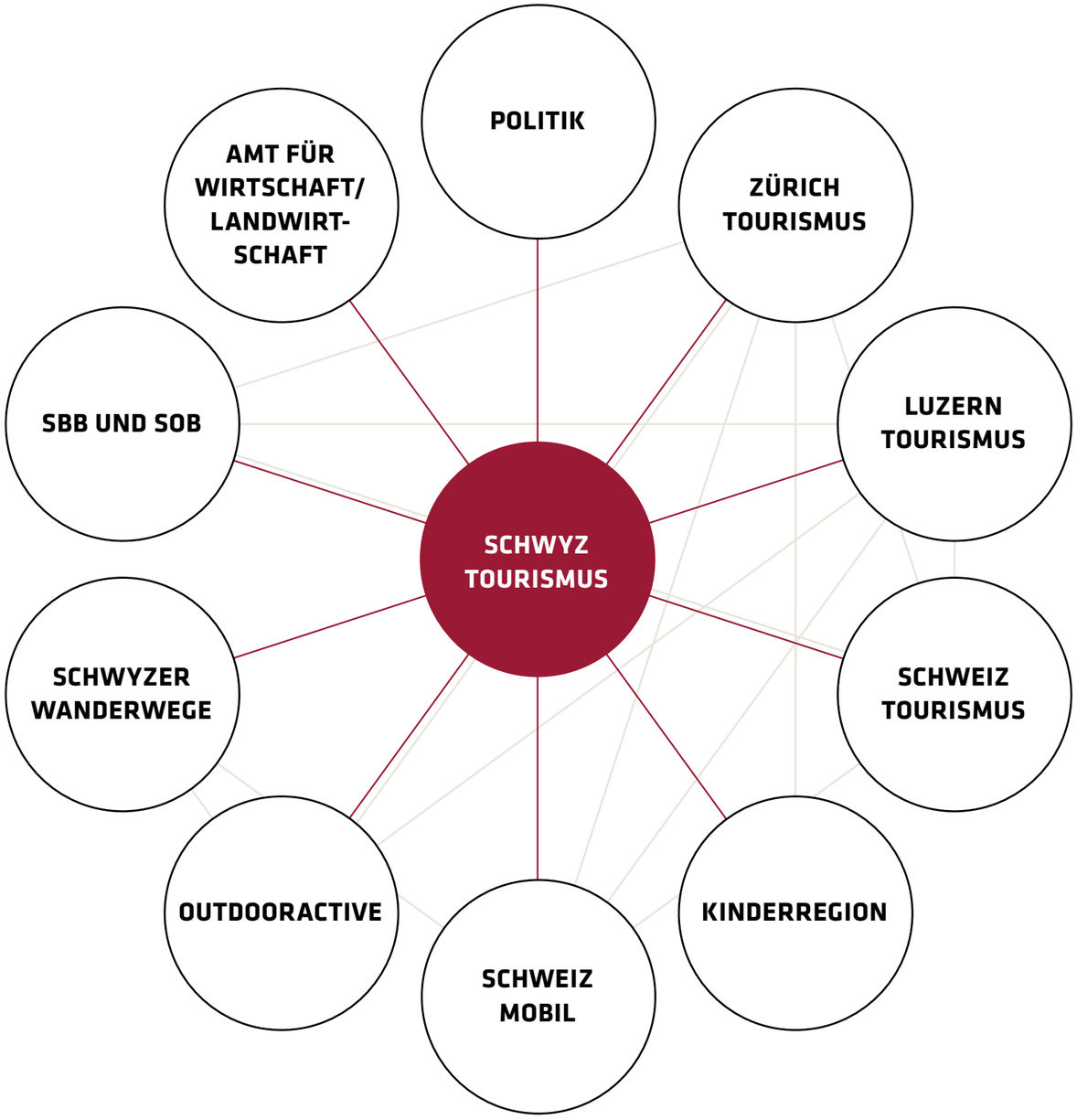
2682
Likes auf Facebook (+6,9 %) bei 2739 Abonnenten (+7,7 %)

6320
Likes auf Instagram* (+248,21 %) bei 1527 Abonnenten (+116,29 %)

*Beitritt Ende August 2020

VERNETZUNG

Im Tourismussystem kümmert sich Schwyz Tourismus um die Vernetzung nach aussen. Dabei stärker sichtbar werden und stärker Einfluss nehmen gehört ebenso zu den Zielen wie Synergien nutzen und Reichweite erhöhen.



5. SCHWYZER TOURISMUSTAG

Nach einem Jahr Pause konnte Schwyz Tourismus im November 2021 den Schwyzer Tourismustag – den grössten kantonalen Netzwerkanlass der Branche – wieder durchführen. Rund 100 Personen waren der Einladung zum Thema «Potenziale erkennen und Chancen nutzen» gefolgt.

Arno Solèr, der Anfang Jahr den Vorsitz im Verwaltungsrat der Schwyz Tourismus AG übernommen hatte, führte erstmals durch den Abend.

Andreas Meyerhans wurde mit dem Tourismus-Award «ächt SCHWYZ» ausgezeichnet.

Annina Michel, Historikerin und Leiterin des Bundesbriefmuseums in Schwyz, zeigte, wie die Schwyzerinnen und Schwyzer in der Vergangenheit Probleme immer wieder mit Innovation meisterten.

Regierungsrat Andreas Barraud strich als Volkswirtschaftsdirektor die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus heraus und zeigte seinen Wert für die Standortattraktivität auf.

Ernährungsforscher und Ökonom Dominik Flammer führte den Anwesenden mit viel Verve die kulinarischen Eigenheiten des Kantons vor Augen.

Franz-Xaver Strüby (l.), ehemaliger Präsident des Verwaltungsrats der Schwyz Tourismus AG, wurde offiziell verabschiedet.

WIN-WIN

Schwyz Tourismus setzt auf Nachwuchsförderung und den Austausch mit Studierenden. Davon profitieren beide Seiten: Die Studierenden erhalten Einblick in die Praxis, und Schwyz Tourismus ist am Puls der Zeit zum theoretischen und fachlichen Wissen, das an den höheren Fachschulen und Hochschulen vermittelt wird.

SEMINARWOCHE 1

Die Höhere Fachschule für Tourismus Graubünden (HFT) organisierte eine Intensivseminarwoche zur Wiege der Schweiz in Gersau und Brunnen. Die Studierenden analysierten verschiedene Themen wie Webseite oder soziale Medien. Dazu führten sie Interviews und besichtigten verschiedene Orte. Am Ende der Woche präsentierten sie ihre Ergebnisse den interessierten Tourismusorganisationen und Leistungsträgern.

SEMINARWOCHE 2

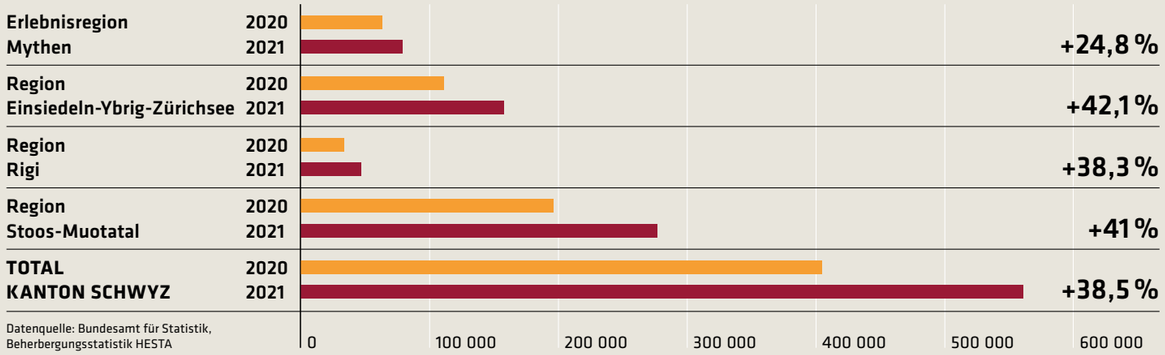
Die Höhere Fachschule für Tourismus und Outdoor Zürich (IST) hielt ihre Intensivseminarwoche in Brunnen ab. Themen waren Alpwirtschaften, Outdoor, Langlauf und «ächt SCHWYZ» Gastro. In Gruppen analysierten die Studierenden ihre Themenbereiche, führten Interviews und nahmen einen Augenschein vor Ort. Ende Woche präsentierten sie ihre Analysen und Optimierungsvorschläge den interessierten Tourismusorganisationen und Leistungsträgern.

PATENPROGRAMM

Auch 2021 beteiligte sich Schwyz Tourismus wieder am Patenprogramm der Hochschule Luzern (HSLU). Mit diesem Programm erhalten Studierende die Möglichkeit, in der Praxis zu schnuppern und die ersten beruflichen Kontakte in ihrem Netzwerk zu knüpfen. Oft schreiben sie im Anschluss eine Bachelor-Arbeit mit Bezug zur Region, in der sie tätig waren. Anja Müller hat für ihre Bachelor-Arbeit die Weiterentwicklung von «ächt SCHWYZ» ausgewählt.

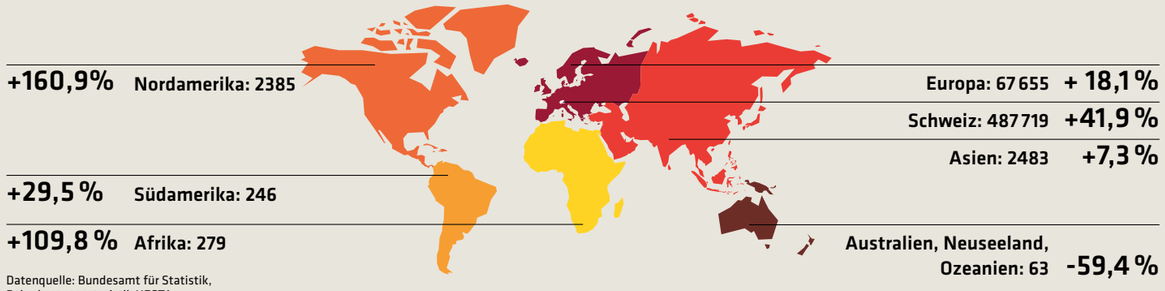
ZAHLEN UND FAKTEN

LOGIERNÄCHTE NACH REGIONEN



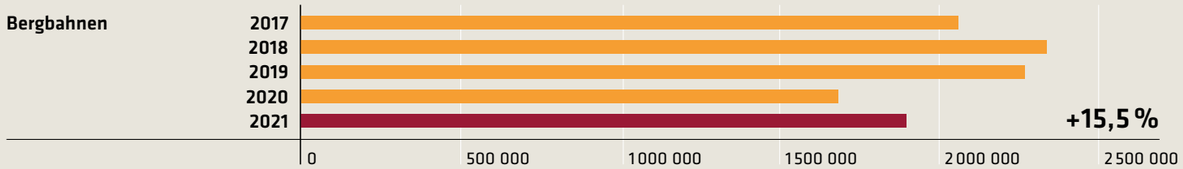
Datenquelle: Bundesamt für Statistik, Beherbergungsstatistik HESTA

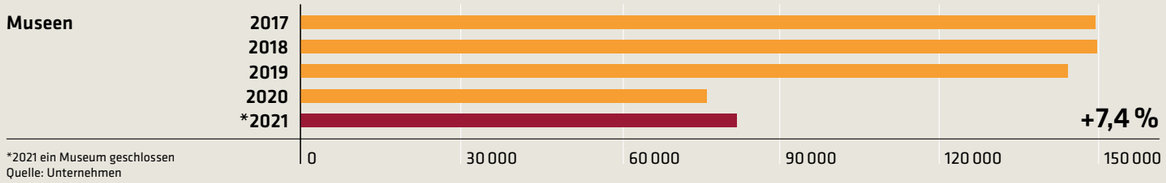
LOGIERNÄCHTE NACH HERKUNFT



Datenquelle: Bundesamt für Statistik, Beherbergungsstatistik HESTA

TAGESGÄSTE





*2021 ein Museum geschlossen
Quelle: Unternehmen

BILANZ

in CHF	2021 31.12.2021	2020 31.12.2020
AKTIVEN		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	352 088.74	337 382.27
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	223 815.70	108 913.20
Übrige kurzfristige Forderungen	7 926.40	7 925.60
Aktive Rechnungsabgrenzungen	240 637.75	221 735.50
Total Umlaufvermögen	**824 468.59**	**675 956.57**
Anlagevermögen		
Mobile Sachanlagen	6 900.00	17 900.00
Total Anlagevermögen	**6 900.00**	**17 900.00**
TOTAL AKTIVEN	**831 368.59**	**693 856.57**
PASSIVEN		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	192 813.05	172 246.80
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	420 269.50	301 655.00
Passive Rechnungsabgrenzungen	5 000.00	5 000.00
Total Fremdkapital	**618 082.55**	**478 901.80**
Eigenkapital		
Aktienkapital	100 000.00	100 000.00
Gesetzliche Gewinnreserven	50 000.00	50 000.00
Beschlussmässige Gewinnreserven	95 000.00	95 000.00
Gewinn- oder Verlustvortrag	–30 045.23	–31 181.42
Jahresgewinn	–1 668.73	1 136.19
Total Eigenkapital	**213 286.04**	**214 954.77**
TOTAL PASSIVEN	**831 368.59**	**693 856.57**

ERFOLGSRECHNUNG

in CHF	01.01.2021bis 31.12.2021	01.01.2020 bis 31.12.2020
BETRIEBSERTRAG		
Beiträge Kanton und Wirtschaftspartner	573 927.57	574 927.57
Dienstleistungserlöse Services und Kooperationen	298 136.59	262 748.62
Projekterträge	776 201.34	696 777.73
TOTAL BETRIEBSERTRAG	**1 648 265.50**	**1 534 453.92**
AUFWAND		
Netzwerk, Koordination und Services	–444 178.97	–400 995.79
Projektaufwände	–447 799.81	–416 345.56
Personalaufwand	–648 179.78	–603 548.33
Bruttoergebnis nach Personalaufwand	**108 106.94**	**113 564.24**
Übriger betrieblicher Aufwand	–98 058.10	–100 674.49
Abschreibungen	–11 000.00	–11 000.00
Finanzerfolg	–316.57	–273.96
Betriebliches Ergebnis vor Steuern (EBT)	**–1 267.73**	**1 615.79**
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	0.00
Direkte Steuern	–401.00	–479.60
JAHRESGEWINN	**–1 668.73**	**1 136.19**

ANHANG PER 31. DEZEMBER 2021

Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizerischen Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962 OR) erstellt.
Die Rechnungslegung erfordert vom Verwaltungsrat Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Eventualverbindlichkeiten im Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen. Der Verwaltungsrat entscheidet dabei jeweils im eigenen Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Im Sinne der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich notwendige Ausmass hinaus gebildet werden.

Anzahl Mitarbeitende

	2021 31.12.2021	2020 31.12.2020
Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt	< 10	< 10

Verpflichtungen gegenüber Vorsorgeeinrichtungen

in CHF	2021 31.12.2021	2020 31.12.2020
Verpflichtungen gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	12 311.75	13 012.85

Restbetrag der Verbindlichkeiten aus kaufvertragsähnlichen Leasinggeschäften und anderen Leasing- oder Mietverpflichtungen, sofern diese nicht innert zwölf Monaten ab Bilanzstichtag auslaufen oder gekündigt werden können.

Mietverbindlichkeiten	62 920.00	91 960.00

ANTRAG

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinnes

in CHF	2021 31.12.2021	2020 31.12.2020
Vortrag Vorjahr	–30 045.23	–31 181.42
Jahresergebnis	–1 668.73	1 136.19
Bilanzverlust	–31 713.96	–30 045.23
Freiwillige Gewinnreserven	95 000.00	95 000.00
TOTAL zur Verwendung der Generalversammlung	**63 286.04**	**64 954.77**
Dividende	0.00	0.00
Zuweisung an die gesetzlichen Gewinnreserven	0.00	0.00
Zuweisung an die freiwilligen Gewinnreserven	0.00	0.00
Vortrag auf neue Rechnung		
– Bilanzverlust	–31 713.96	–30 045.23
– Freiwillige Gewinnreserven	95 000	95 000.00
Vortrag auf neue Rechnung	**63 286.04**	**64 954.77**

Treuhand | Steuer- und Rechtsberatung
Wirtschaftsprüfung | Unternehmensberatung
Informatik-Gesamtlösungen

OBT

Bericht der Revisionsstelle
zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der
Schwyz Tourismus AG
Schwyz

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Schwyz Tourismus AG für das am 31. Dezember 2021 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. Mitarbeitende unserer Gesellschaft haben im Berichtsjahr bei der Buchführung mitgewirkt. An der eingeschränkten Revision waren 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 sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

OBT AG

Matthias Bamert
zugelassener Revisionsexperte
leitender Revisor

David Rusch
zugelassener Revisionsexperte

Schwyz, 28. April 2022

- Jahresrechnung 2021 (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)
- Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns

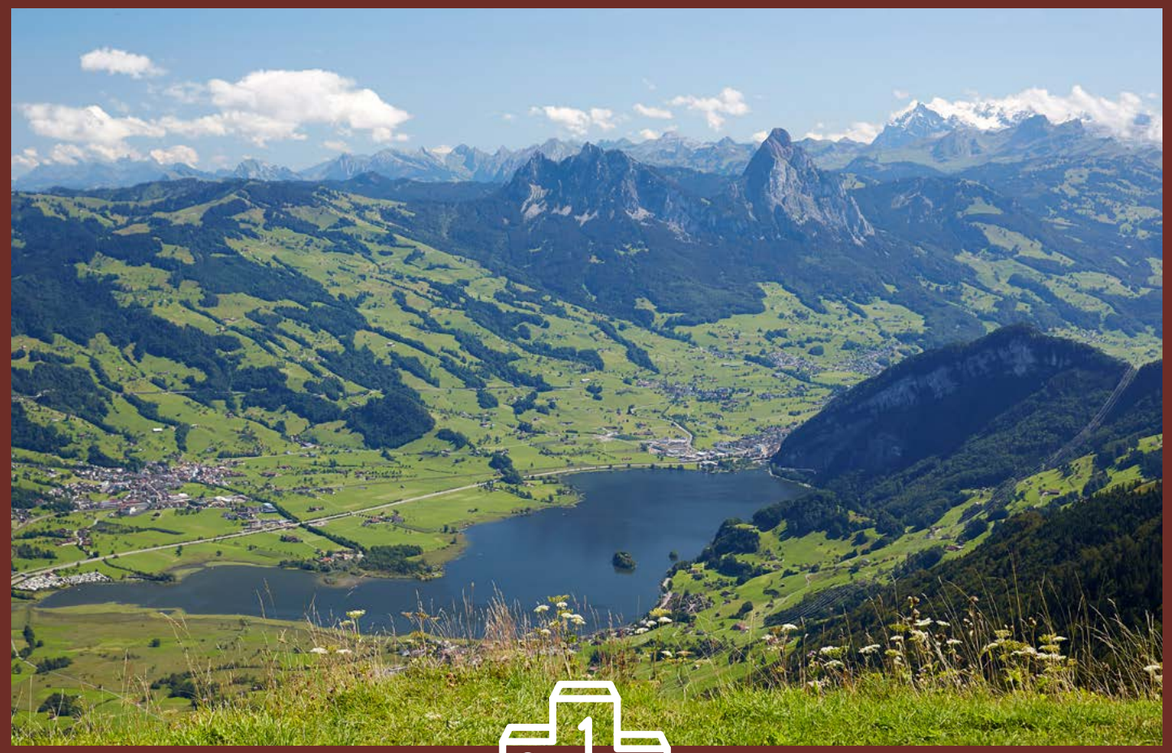
An independent member of bakertilly INTERNATIONAL

EXPERT SUISSE Certified Company

OBT AG | Rubiswilstrasse 14 | 6431 Schwyz
T +41 41 819 70 70 | www.obt.ch

TOP 3

Welche Schwyzer Wanderung wurde 2021 auf Outdooractive am häufigsten aufgerufen? Spitzenreiter ist der Rigi Panoramaweg. Auf den Plätzen zwei und drei folgen ebenfalls aussichtsreiche Wanderungen auf dem Stoos und der Rigi.



43 501	46 842	37 019
Aufrufe «Stoos Gratwanderung»	Aufrufe «Rigi-Panoramaweg, Abschnitt Rigi First bis Rigi Scheidegg»	Aufrufe «Rigi – Weg der Naturschätze»