



JAHRESBERICHT 2020



ZUG TOURISMUS

INHALT

3 JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2020

7 STATISTIKEN

11 FINANZEN

15 VORSTAND

15 TEAM

16 PARTNER

17 MITGLIEDER

JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2020

MANAGEMENT

Zug Tourismus stand 2020 vor grossen Herausforderungen. Nebst personellen Wechseln (neuer Präsident und neue Geschäftsführung) hat die Corona Krise den Tourismus mit voller Wucht getroffen und seit März 2020 auch bei Zug Tourismus zu massiven Einschränkungen der Geschäftstätigkeit und grossen Ertragsverlusten geführt. Dank diversen rasch eingeleiteten Massnahmen (Notbudget, Kurzarbeit, Reduktion von Marketingaktivitäten, Stellenabbau) konnte die Geschäftstätigkeit aufrechterhalten werden. Um die Auswirkungen der Krise mittel- und langfristig zu bewältigen hat Zug Tourismus im Herbst 2020 einen Antrag für finanzielle Unterstützung bei der Stadtregierung (Stadtrat) Zug eingereicht, mit dem Ziel, die massiven Ertragsausfälle zu kompensieren und um künftig mehr Mittel für verstärkte Marketing Massnahmen zur Verfügung zu haben, was in Anbetracht des hartumkämpften Reisemarktes in der Schweiz heute wie auch in Zukunft dringend nötig ist.

STRATEGIE 2021

Vorstand und GL haben im Herbst 2020 entschieden, dass die Strategie 2017-2025 von Zug Tourismus dringend angepasst bzw. neu erarbeitet werden muss. Ausschlaggebend dafür waren einerseits die Herausforderungen der Corona Krise und der damit verbundene Wegfall des bisher sehr starken Business Tourismus, andererseits Analysen und Erkenntnisse der GL, welche aufzeigen, dass Zug Tourismus mit der bestehenden Strategie keine erfolgreiche Weiterentwicklung erwarten darf. Aus diesem Grund wurde zusammen mit einem Expertenteam (Agentur Schmid Pelli & Partner) bis im März 2021 die neue Strategie erarbeitet. Dazu wurden im Vorfeld Stakeholder, Partner, Leistungsträger und weitere Anspruchsgruppen aus Politik, Handel und Gewerbe, Hotellerie, Gastro, Kultur etc. intensiv befragt. Es wurden Umfeld und Markttrends analysiert und diverse Szenarien geprüft. Das Ergebnis in Form der neuen Strategie wurde vom Vorstand im März 2021 gutgeheissen. Die GL hat im Anschluss daran die Strategie der Regierung (RR und SR) wie auch den wichtigsten Anspruchsgruppen vorgestellt. Die Mitglieder werden anlässlich der GV von Zug Tourismus informiert.

PERSONELLES

Zug Tourismus hat im 2020 grosse personelle Veränderungen erfahren. Seit 1. April 2020 amtet der erfahrene Touristiker Andreas Zraggen als Präsident von Zug Tourismus als Nachfolger für Heini Schmid, welcher die Geschicke des Vereins als Präsident über 20 Jahre geleitet hat. Für die Stelle der neuen Geschäftsführung konnte die Tourismus- und Marketingfachfrau Renya Heinrich, Zugerin und langjährige Tourismusexpertin, gewonnen werden, die die Nachfolge von Patrizia Hofstetter antrat. Zwischenzeitlich hat Peter Niederberger, Inhaber der Agentur Tincan, für 4 Monate die Geschicke von Zug Tourismus auf Mandatsbasis geleitet. Die Mitarbeiter von Zug Tourismus waren aufgrund der Corona Krise zwischenzeitlich ganz oder teilweise in Kurzarbeit, dies im Frühjahr und im Herbst / Winter, nach neuerlichem Lockdown. Aufgrund Reorganisierung des Geschäftsbereichs „MICE“ (Anlassmanagement und Gruppen) wurde diese Stelle neu besetzt.

TOURISTENINFORMATION UND SCHALTER

Die Touristeninformation hatte 2020 rund 11'227 Kontakte (Vgl. 2019: 23'734 Kontakte). 3'500 Personen besuchten den Schalter am Bahnhof Zug (Vgl. 2019: 8'243 Schalterbesuche), 2'591 Telefonate wurden geführt (Vgl. 2019: 5'053 Telefonate), 733 Briefe inklusive Pakete (Vgl. 2019: 2'097 Briefe und Pakete) und 4'403 E-Mails wurden versendet (Vgl. 2019: 8'341 E-Mails). Die Chatfunktion der Website ergänzt das Informationsangebot von Zug Tourismus auf einfache und zeitgemässe Weise. Die zahlreichen Kontakte der Geschäftsleitung und des Marketings sind nicht Bestandteil dieser Statistik. Aufgrund der Corona Krise musste der Informationsschalter am Bahnhof in Zug im Frühjahr kurzzeitig geschlossen werden, bzw. wurden die Öffnungszeiten den stark rückläufigen Besucherzahlen entsprechend reduziert. Telefonisch und per E-Mail war das Team jedoch regulär erreichbar.

MICE (MEETINGS UND GRUPPENANLÄSSE, EVENTS)

Zug Tourismus organisierte 2020 insgesamt 73 Stadtführungen durch Zug, 52 Brauereiführungen durch die Brauerei Baar und 47 Höllgrottenführungen. Für unsere Partnern in der Freizeitindustrie konnten wir insgesamt 99 Anlässe weitervermitteln. Diese Zahlen zei-

gen deutlich die Auswirkungen der Corona Krise: Während im 2019 total 573 Führungen verbucht wurden, waren es im 2020 nur gerade 216 Führungen total.

ZUG CARD

Zug Tourismus lancierte auf den Frühsommer 2020 die Zug Card – ein attraktives Angebot für Übernachtungsgäste im Kanton Zug. Das Projekt wurde von Kanton und Stadt Zug im Rahmen eines Corona Unterstützungsbeitrags finanziert um die Logiernächtezahlen zu erhöhen. Mit der Zug Card erhalten Hotelgäste in Zug vergünstigten Zugang zu den beliebtesten Freizeitangeboten der Region, inkl. ÖV im Kanton Zug sowie Zugberg Bahn und Schifffahrt. Zusammen mit den involvierten Partnern konnte die Zug Card in wenigen Wochen umgesetzt und auf den Markt gebracht werden. Das Projekt Gästekarte möchte man bei Zug Tourismus längerfristig weiterziehen, erste Ideen für die Weiterentwicklung sind in Arbeit.

PRINTMEDIEN

Zweimal im Jahr wird der City Guide in Zusammenarbeit mit der Stadt Zug und dem externen Herausgeber gt-image.GmbH erarbeitet. Nicht nur das touristische Angebot, sondern auch Informationen zu Veranstaltungen werden publiziert und bei diversen Partnern aufgelegt. Die bestehenden Printmedien "Freizeit" und "Business" Prospekt wurden im 2020 aufgrund der Corona Krise nicht in einer Neuauflage lanciert. Eine Überarbeitung der Medien sowie div. Neuerungen sind für 2021 geplant.

MEDIEN, WERBUNG UND PR

Zug Tourismus war in diversen lokalen und nationalen Medien präsent mit redaktionellen Beiträgen und Inseraten. Die GF von Zug Tourismus hatte zudem wiederholt die Gelegenheit, sich in Radio und Zeitungsmedien zu aktuellen Geschehen und Trends im Tourismus und spezifisch in Zug zu äussern. Daneben trat sie an div. Podiumsgesprächen und Vorträgen auf, wo fachspezifische Inputs aus Tourismus und Freizeit in Zug gefragt waren. Das touristische Angebot des Kantons Zug wurde von den lokalen Medien wiederholt aufgegriffen und porträtiert.

MARKETINGKOOPERATIONEN

Schweiz Tourismus setzte seinen Fokus in der Städte-kampagne 2020 auf das Thema «Nähe von Natur und Stadt». Nebst Publikationen auf der Website konnte Zug Tourismus auch von Beiträgen auf den Social Media Kanälen von Schweiz Tourismus profitieren. Im Städte-magazin von Schweiz Tourismus wurden die Highlights im Rahmen eines «Tagesausflugs» publiziert. In Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus bewarb Zug Tourismus die Themen Zuger Kirschtorte, Höllgrotten, Ägerisee, Freiruum und Design aus Zug. Auf der überregionalen Website Kinderregion wurden die vielfältigen Familienangebote der Region Zug weiterhin präsentiert und aktiv vermarktet.

ONLINEMARKETING

Die Online Kanäle sind essenzielle Kommunikations-tools von Zug Tourismus. Durch stetige Interaktion konnte die Anzahl Follower auf allen Social Media Kanälen gesteigert werden (Facebook 13'212 --> 13'894; Instagram 4'000 --> 6'081; Twitter 1'106 --> 1'207). Hervorzuheben ist auch die Steigerung der Newsletter Abonnenten von 6'831 auf 8'821 .

Zug Tourismus baut seine starke online Präsenz weiter aus und hat im Jahr 2020 intensiv am neuen Webauftritt gearbeitet. Der erfolgreiche Launch der neuen Website war am 16. März 2021.

Das bestehende Newsletter Marketing wurde im 2020 komplett überarbeitet und den neuen Kundenbedürfnissen angepasst. Neu erhalten Mitglieder und Partner wie auch Kunden zielgruppenspezifische Neuigkeiten und massgeschneiderte Angebote, die saisonal und trendbasiert von Zug Tourismus ausgewählt werden. Dank den Anpassungen können die Inhalte Zielgruppenspezifisch ausgespielt werden, was die Öffnungsraten positiv beeinflusst.

PROJEKTE

Interne Prozesse

Zug Tourismus hat das Krisenjahr genutzt, um diverse interne Prozesse anzupassen und zu erneuern. Dazu gehören u.a. die Erweiterung des Adress- und Stammdatenmanagements, die Anpassung des Verkaufssystems auf Online Zahlungsprozesse und weitere diverse Digitalisierungsschritte, die laufend erweitert werden. Auch wurden erste Schritte getätigt, um die Online-Ver-

kaufsplattform von Zug Tourismus auszubauen, mit dem Ziel, dem Kunden einfachere Kauf- und Buchungsmöglichkeiten zu ermöglichen, andererseits den Partnern und Anbietern neue Präsentations- und Vertriebsplattformen zu bieten.

Im November 2020 hat Zug Tourismus verschiedene Zeiterfassungssysteme verglichen und sich für Clockodo entschieden. Seit dem 1. Januar ist das System in Betrieb.

VP Bank Swiss Ladies Open

Nach acht Jahren ist die Ladies European Tour im September 2020 in die Schweiz zurückgekehrt. Unter speziellen Bedingungen und strengen Auflagen konnte Mitte September das Golfturnier als eines der wenigen in Europa in Holzhäusern durchgeführt werden. Zug Tourismus hat das Organisationsteam bei der Zimmersuche unterstützt. 2021 wird diese Zusammenarbeit intensiviert.

Corporate Language

Die Corporate Language ist die Sprache, mit der Zug Tourismus nach innen und aussen kommuniziert. Im Herbst 2020 ist in einem Workshop die «Wordcloud» erarbeitet worden. Die darin enthaltenen Worte wurden als erstes auf der neuen Website eingesetzt.

Website

Im Spätsommer 2020 ist das Grundgerüst der neuen Website überarbeitet worden. Erkenntnisse aus den Geschäftsfeldinnovationen in Netzwerken des «St. Galler Modell für Destinationsmanagements» sind auf Zug adaptiert worden. Die Texte der Website sind komplett überarbeitet worden.

ProInfirmis

Mit ProInfirmis haben die ersten Gespräche stattgefunden, um im Kanton Zug den barrierefreien Tourismus zu fördern. Die ersten Ideen sind in die neue Website eingeflossen.

Social Media Konzept

Gemeinsam mit GLA United aus Baar sind die Grundlagen für ein Social Media Konzept erarbeitet worden. Nach der Präsentation der neuen Strategie von Zug Tourismus im Frühling 2021, wird das Konzept fertiggestellt und im Alltag implementiert.

Adventskalender mit GLA United

Zug Tourismus hat am 1., 2., 3. und 4. Advent über ein Social Media Gewinnspiel verschiedene Geschenkkörbe aus dem Zug Shop verlost.

Salomon Women only Day

Schweiz Tourismus lanciert 2021 die Produktlinie «100% Women». Über 200 Angebote und Events sind 100% Women – geschaffen von Frauen für Frauen und immer mit weiblichem Guide. Zug Tourismus hat in Zusammenarbeit mit Salomon ein «How to Trailrun» Angebot ausgearbeitet.

Zug.Run

ZugSports hat 2020 begonnen, ein neues Trailrunning Angebot für Zug zu entwerfen. Zug Tourismus ist aktiv im Projekt involviert und übernimmt Kommunikationsleistungen.

Mountainbike

Im Herbst hat eine Kick-off Sitzung mit verschiedenen Interessensgruppen zum Thema Mountainbike / Mountainbike Tourismus stattgefunden. Zug Tourismus ist in dieser Gruppe aktiv dabei.

26 Summits

Blick und Ochsnersport haben 2020 das Projekt 26 Summits umgesetzt. In jedem Kanton konnte ein Gipfel erklommen werden. Auf dem digitalen Tour-Guide 26summits.ch fanden User alles über Region, Gipfel und die zu bewältigende Wanderstrecke. Im Kanton Zug wurde der Wildspitz als Gipfelziel festgelegt.

Fotoshooting Running mit Spot Magazin

Im Herbst 2021 erscheint im Spot Magazin ein Bericht zum Thema Running im Kanton Zug. Das Fotoshooting hat im Herbst 2020 stattgefunden.

Neuer Webshop

Parallel zur Website wird ein neuer Webshop entwickelt, welcher am Corporate Design, CD, der Website angepasst ist und die am meisten genutzten Zahlungsmittel akzeptiert. Die Kryptowährungen werden später ergänzt.

Rätseltrail Finding Daniel

2020 wurde ein neuer Rätseltrail lanciert. Finding Daniel macht mit dem Detektiv- und Krimitrail die Trilogie komplett.

Grinduro

Gemeinsam mit ZugSports ist für die neue Gravelbike Serie Grinduro im Kanton Zug ein coronatauglicher Austragungsort gesucht worden. Dank den Bemühungen von Ägerital-Sattel Tourismus kann der Event im Herbst 2021 im Ägerital stattfinden.

TCS Magazin

Zug Tourismus durfte im Rahmen der TCS Partnerschaft vier Beiträge im TCS Magazin publizieren.

MITGLIEDER UND PARTNERSCHAFTEN

Das bisherige Partnerschaftsmodell wurde im Herbst 2020 überarbeitet.

Alle Partner und Mitglieder erhalten monatlich den Zug Tourismus Gäste Newsletter mit News aus erster Hand und erhalten Rabatt im Zug Shop. Ab Stufe Mitgliedschaft nehmen sie teil an der GV und können von exklusiven Werbemöglichkeiten bei Zug Tourismus profitieren. Mitglieder treffen sich einmal jährlich zu einem Networking Anlass inkl. Erlebnishighlight in Zug. 3- bis 4-mal jährlich informiert Zug Tourismus zudem die Mitglieder und Partner mittels Partnernewsletter über die neuesten Angebote, Trends in den Bereichen Tourismus (Freizeit und Business), die Marketing Aktivitäten von Zug Tourismus und die aktuellen Logiernächtezahlen von Stadt und Region. Die Partner profitieren von Marketingleistungen nach Wahl in der Höhe von 50% des Partnerschaftsbetrages. Diese werden jährlich mit dem Partner abgesprochen und geplant. Die Partnerschaft wird aktiv gepflegt im Sinne eines Key Account Management. Unsere Partner laden wir ausserdem einmal jährlich zu einer exklusiven Veranstaltung ein. Bei Gold Partnern gibt es die Möglichkeit der strategischen Zusammenarbeit.

MESSEN UND AUFTRITTE

Aufgrund der Corona Restriktionen hatte Zug Tourismus im Jahr 2020 keine Auftritte, die Zuger Messe und weitere Veranstaltungen wurden abgesagt.

EVENTS

Aufgrund der Corona Restriktionen wurden im Jahr 2020 zahlreiche grosse Anlässe abgesagt, inkl. der 1. August Feier. Die kleineren Platzkonzerte, welche Zug Tourismus jeweils auf dem Landsgemeindeplatz mit lokalen Bands und Formationen organisiert, konnten glücklicherweise im Sommer 4 mal stattfinden. Die Zuger Messe fand nicht statt und der 37. Zuger Märli-sunnig wurde in einer reduzierten Form durchgeführt. Am 19. August 2020 hat der Partneranlass von Zug Tourismus stattgefunden: Rund 60 Teilnehmer inkl. Vorstand und Team von Zug Tourismus verabschiedeten im „Freiruum“ den abtretenden Präsidenten Heini Schmid und begrüßten offiziell den neuen Präsidenten sowie die neue Geschäftsführerin. Auch der GL ad interim (April - Juli), Peter Niederberger, wurde verdankt.

DANK

Herzlichen Dank dem Präsidenten Andreas Zraggen, dem Vorstand wie auch dem Team von Zug Tourismus für den freundlichen und wohlwollenden Empfang und die grosse Unterstützung seit Anbeginn meiner Tätigkeit. Insbesondere den Mitarbeitern von Zug Tourismus möchte ich zusätzlich für den grossen Einsatz und die Flexibilität in diesem sehr ausserordentlichen Krisenjahr danken, dazu gehören auch die Stadtführer und Guides. Weiter möchte ich unseren geschätzten Partnern und Mitgliedern, der Stadt und dem Kanton Zug für die Unterstützung und die wertvolle Zusammenarbeit danken.



Renya Heinrich
Geschäftsführerin Zug Tourismus

STATISTIKEN

Im Jahr 2020 verzeichnete der Kanton Zug 136'170 Logiernächte. Dies ist eine Abnahme von 51.7 % gegenüber dem Vorjahr. Grund dafür ist die Covid-19 Pandemie und die daraus resultierenden eingeschränkten Reisemöglichkeiten. Auch die Schliessung verschiedener Übernachtungsmöglichkeiten ist Grund für den Rückgang der Logiernächte.

Nicht in der Beherbergungsstatistik erfasst sind Übernachtungen aus Teilen der Parahotellerie (z.B. Privatunterkünfte, Ferienwohnungen und Serviced Apartments).

LOGIERNÄCHTEVERGLEICH 2017 - 2020 SCHWEIZ - ZÜRICH - ZUG

| | 2017 | % | 2018 | % | 2019 | % | 2020 | % |
|---------------|------------|-----|------------|------|------------|------|------------|-------|
| Schweiz | 37'392'740 | 5.2 | 38'806'777 | 3.8 | 39'562'039 | 1.9 | 23'730'738 | -40 |
| Kanton Zürich | 5'385'778 | 6.3 | 5'680'684 | 5.5 | 5'941'443 | 4.6 | 1'980'200 | -66.7 |
| Kanton Zug | 305'013 | 4.9 | 302'196 | -0.9 | 282'044 | -6.7 | 136'170 | -51.7 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze,
Privatunterkünfte und Serviced Apartments
Quelle: Bundesamt für Statistik
Verfasser: Zug Tourismus
Datum: April 2021

LOGIERNÄCHTE

KANTON ZUG 2017 -2020

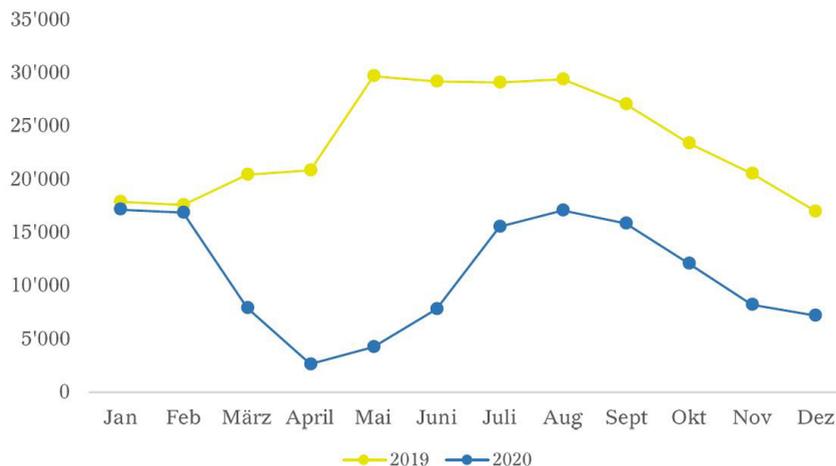
Die Logiernächte sind von März bis Juni 2020, in den Anfangsmonaten der Pandemie, am stärksten gesunken. Der schwächste Rückgang wurde über die Sommermonate verzeichnet, was vermutlich mit dem Verlauf der Pandemie zu erklären ist.

Da Zug als Destination im Freizeittourismus noch zu wenig etabliert ist, konnte Zug vom Inlandboom, welcher 2020 zu erkennen war, nicht profitieren.

| MONAT / JAHR | 2017 | +/- in % | 2018 | +/- in % | 2019 | +/- in % | 2020 | +/- in % |
|--------------|----------------|------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|--------------|
| Januar | 19'280 | 2.1 | 19'315 | 0.2 | 17'855 | 0.2 | 18'062 | 1.2 |
| Februar | 17'347 | -8.8 | 18'306 | 5.5 | 17'531 | 5.5 | 17'450 | -0.5 |
| März | 25'179 | 14.2 | 21'905 | -13 | 20'437 | -13 | 8'371 | -59 |
| April | 22'788 | 1.2 | 24'321 | 6.7 | 20'875 | 6.7 | 3'111 | -85.1 |
| Mai | 32'247 | 14.3 | 29'323 | -9.1 | 29'677 | -9.1 | 4'666 | -84.3 |
| Juni | 31'001 | 4.7 | 32'487 | 4.8 | 29'147 | 4.8 | 8'251 | -71.7 |
| Juli | 30'207 | 0.4 | 32'007 | 6 | 29'116 | 6 | 15'604 | -46.4 |
| August | 29'401 | -0.1 | 32'254 | 9.7 | 29'436 | 9.7 | 16'913 | -42.5 |
| September | 30'066 | 11.4 | 29'186 | -2.9 | 27'087 | -2.9 | 15'780 | -41.7 |
| Oktober | 27'771 | 13.5 | 24'651 | -11.2 | 23'338 | -11.2 | 12'499 | -46.4 |
| November | 22'215 | 2.9 | 21'839 | -1.7 | 20'536 | -1.7 | 8'227 | -60 |
| Dezember | 17'511 | -1.8 | 16'602 | -5.2 | 17'009 | -5.2 | 7'236 | -57.5 |
| TOTAL | 305'013 | 4.9 | 302'196 | -0.9 | 282'044 | -6.7 | 136'170 | -51.7 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments
 Quelle: Bundesamt für Statistik
 Verfasser: Zug Tourismus
 Datum: April 2021

Logiernächtezahlen Kanton Zug

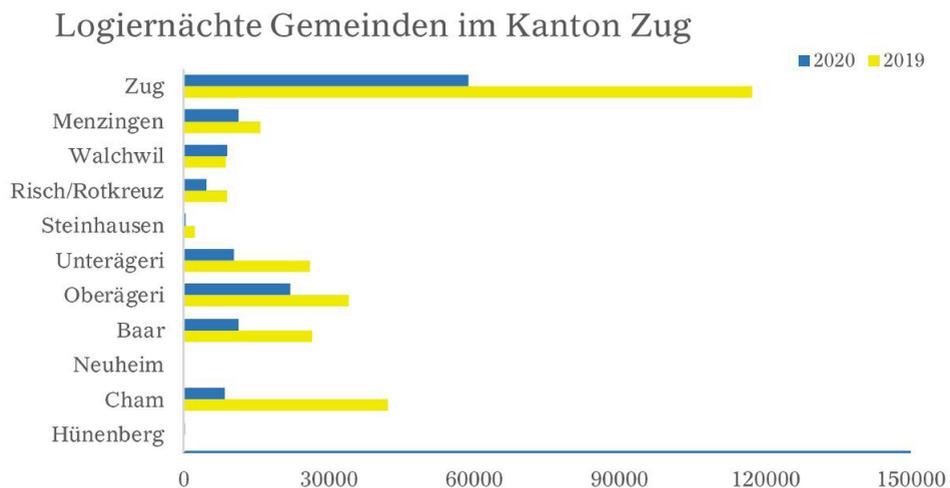


LOGIERNÄCHTE

NACH GEMEINDEN IM KANTON ZUG 2017 -2020

| GEMEINDE/JAHR | 2017 | 2018 | +/- in % | 2019 | +/- in % | 2020 | +/- in % |
|------------------|----------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|--------------|
| Zug | 122'478 | 121'949 | -0.4 | 117'450 | -3.7 | 58'793 | -49.9 |
| Menzingen | 14'014 | 15'049 | 7.4 | 15'793 | 4.9 | 11'207 | -29 |
| Walchwil | 8'568 | 7'776 | -9.2 | 8'643 | 11.1 | 9'018 | 4.3 |
| Risch / Rotkreuz | 18'706 | 21'390 | 14.3 | 8'944 | -58.2 | 4'582 | -48.8 |
| Steinhausen | 2'485 | 2'089 | -15.9 | 2'357 | 12.8 | 284 | -88 |
| Unterägeri | 26'527 | 25'271 | -4.7 | 26'070 | 3.2 | 10'418 | -60 |
| Oberägeri | 34'767 | 32'843 | -5.5 | 34'148 | 4 | 21'950 | -35.7 |
| Baar | 26'070 | 26'874 | 3.1 | 26'389 | -1.8 | 11'245 | -57.4 |
| Neuheim | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cham | 51'386 | 48'955 | -4.7 | 42'250 | -13.7 | 8'551 | -79.8 |
| Hünenberg | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 122 | 100 |
| TOTAL | 305'013 | 302'196 | -0.9 | 282'044 | -6.7 | 136'170 | -51.7 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments
 Quelle: Bundesamt für Statistik
 Verfasser: Zug Tourismus
 Datum: April 2021



LOGIERNÄCHTE

IM KANTON ZUG 2019/2020 NACH HERKUNFTSLÄNDERN

Die Schweizer Gäste bleiben die bedeutendste Gästegruppe, gefolgt von Gästen aus Deutschland und dem Vereinigten Königreich. Der signifikanteste Rückgang ist bei den asiatischen Gästen zu verzeich-

nen (China ohne Hongkong: -95.5 %). Grund dafür ist, dass die asiatischen Reisegruppen aufgrund der strikten Reisebeschränkungen vollständig wegfielen.

| HERKUNFTSLÄNDER / JAHR | 2019 | 2020 | % Entwicklung |
|------------------------|---------|--------|---------------|
| Schweiz | 111'803 | 84'745 | -24.2 |
| Deutschland | 33'423 | 15'852 | -52.6 |
| China | 15'644 | 710 | -95.5 |
| Indien | 18'900 | 1'145 | -94 |
| Vereinigte Staaten | 13'505 | 2'932 | -78.3 |
| Vereinigtes Königreich | 13'185 | 4'215 | -68 |
| Italien | 7'523 | 4'071 | -45.9 |
| Frankreich | 5'921 | 2'236 | -62.2 |
| Niederlande | 5'264 | 2'968 | -43.6 |
| Russland | 5'483 | 1'861 | -66.1 |
| Österreich | 4'394 | 1'925 | -56.2 |
| Spanien | 3'438 | 1'168 | -66 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments

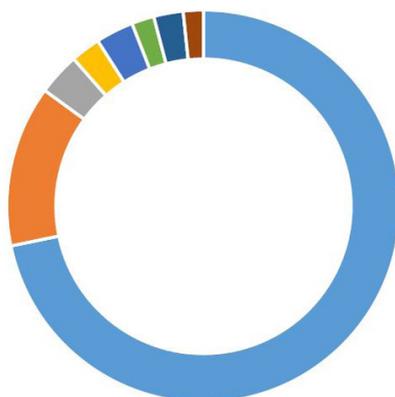
Quelle: Bundesamt für Statistik

Quelle: Bundesamt für Statistik

Verfasser: Zug Tourismus

Datum: April 2021

Gästeherkunft Kanton Zug 2020



- Schweiz
- Deutschland
- Vereinigtes Königreich
- Vereinigte Staaten
- Italien
- Frankreich
- Niederlande
- Österreich

FINANZEN

BILANZ 2020

| BILANZ | 31.12.19 | 31.12.20 |
|--|-----------------|-----------------|
| Aktiven | | |
| Flüssige Mittel | 321'413 | 517'123 |
| Forderungen | 68'740 | 49'056 |
| Warenvorräte | 14'400 | 8'600 |
| Transitorische Aktiven | 97'345 | 104'836 |
| Sachanlagen | 7'202 | 5'402 |
| TOTAL AKTIVEN | 509'100 | 685'017 |
| Passiven | | |
| Verpflichtungen | 61'253 | 86'413 |
| Transitorische Passiven | 278'018 | 379'021 |
| Rückstellungen | 90'100 | 107'600 |
| Reserven aus Leistungsvereinbarung Kt. Zug | 18'788 | 19'860 |
| Total Fremdkapital | 448'159 | 592'894 |
| Vereinskapital inkl. Ergebnis vor Zuweisung | 60'941 | 92'123 |
| TOTAL PASSIVEN | 509'100 | 685'017 |
| Vermögens-Rechnung | | |
| Vereinskapital am 1. Januar | 56'201 | 59'869 |
| Gewinn | 4'739 | 32'255 |
| Vereinskapital vor Zuweisung | 60'941 | 92'124 |
| Veränderung Reserve aus Leistungsvereinbarung | -1'072 | -9'690 |
| VEREINSKAPITAL NACH ZUWEISUNG | 59'869 | 82'434 |

ERFOLGSRECHNUNG 2020 UND BUDGET 2021

| ERTRAG | 2019 | 2020 | Budget 2021 |
|--|------------------|----------------|----------------|
| Beitrag Kanton | 278'000 | 278'000 | 278'000 |
| Beitrag Stadt Zug | 90'000 | 90'000 | 90'000 |
| Total Ertrag öffentliche Hand | 368'000 | 368'000 | 368'000 |
| Kanton / Stadt: Marketingkooperation | 46'425 | 46'425 | 46'150 |
| Stadt: 1. August | 29'248 | 0 | 29'200 |
| Total Projekte öffentliche Hand | 75'673 | 46'425 | 75'350 |
| Ertrag Beherbergungsabgabe | 325'837 | 190'542 | 141'000 |
| Marketingerträge | 63'822 | 107'320 | 83'200 |
| Dienstleistungen / Anlässe / Kommissionen | 106'419 | 44'975 | 60'700 |
| Partnerbeiträge / Zug Fan | 68'326 | 67'583 | 62'500 |
| Ertrag Führungen | 141'780 | 47'887 | 126'150 |
| Ertrag Verkaufsmaterial | 26'571 | 17'393 | 30'000 |
| Marketingbeiträge / Gönner | 52'670 | 35'350 | 47'000 |
| Delkredere Veränderungen / Debitorenverluste | -68 | -65 | -1'000 |
| Total Dienstleistungen und Marketing Dritte | 459'520 | 320'443 | 408'550 |
| TOTAL ERTRAG | 1'229'030 | 925'410 | 992'900 |

| AUFWAND | 2019 | 2020 | Budget 2021 |
|--|------------------|----------------|--------------------|
| Personalaufwand | 492'147 | 364'952 | 496'000 |
| Allgemeine Verwaltung | 132'267 | 144'423 | 143'900 |
| Total Personal- und Verwaltungsaufwand | 624'414 | 509'375 | 639'900 |
| Materialaufwand | 19'528 | 17'744 | 22'000 |
| Marketingaufwand | 390'283 | 277'469 | 305'200 |
| Aufwand Führungen | 99'570 | 34'285 | 80'200 |
| Dienstleistungen / Anlässe / Kommissionen | 50'785 | 19'995 | 30'600 |
| Steuern / MWST-Kürzung | 9'711 | 14'287 | 12'000 |
| Periodenfremder Aufwand | 30'000 | 20'000 | -80'000 |
| Gewinn | 4'739 | 32'255 | -17'000 |
| TOTAL AUFWAND | 1'229'030 | 925'410 | 992'900 |



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 2020 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 2020 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Zug, 29. April 2021

FINANZKONTROLLE DES KANTONS ZUG

Walter Hunziker
zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Anita Heinecke
zugelassener Revisorin

Beilage: Jahresrechnung 2020 (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

VORSTAND

ANDREAS ZGRAGGEN

Präsident

ANDREAS CONNE

Vertreter Kanton Zug

REGULA KAISER

Vertreterin Stadt Zug

SARA HÜBSCHER

Vertreterin Cham Tourismus

GABRIELA INGOLD

Finanzen

MATTHIAS HEGGLIN

Vertreter Hotellerie

PHILIPP HOFMANN

Vertreter öffentlicher Verkehr

GABRIEL GALLIKER

Vertreter Gewerbe

BARBARA SCHNEIDER

Vertreterin Ägerital-Sattel
Gastronomie

TEAM

RENYA HEINRICH

Geschäftsführerin 100%

MARTIN STRAHM

Marketingleiter 70%

MICHÈLE STALDER

Marketing Managerin 100%

CORINA AMMANN

Front Office, Anlassmanagement 60%

ANJA HÄNNI

Anlassmanagement 40%

STEFANIE GISLER

Praktikantin Front Office 100%

PARTNER

KEY PARTNER



Kunsthhaus Zug



ZUGSPORTS
LET'S MOVE. TOGETHER.



theater
casino
zug



PROMOTIONS PARTNER



Executive Events
successful occasions

MINERALBAD & SPA



Museum Burg Zug



SCHIFF

SUPPORTING PARTNER



Sektion Zug

**multicolor
print**
DIE KÖNNEN DAS.

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

Aegerihalle
Aeschbach Chocolatier AG
Ägerisee Schifffahrt AG
Alfred Müller AG
allseasons activities gmbh
Alpwirtschaft Brunegg
Andi's BnB GmbH
Andy's Stand Up Paddles
Anstatthotel
APARTHOTEL Rotkreuz
Arval (Schweiz) AG
Athletic Performance GmbH
Autovermietung paninc AG

B

B&B Sports Bar
Bäckerei Nussbaumer AG
Bad Seedamm AG, Alpamare
Bank Julius Bär & Co. Ltd.
BERGE PUR Outdoor
Bewegung nach Mass GmbH (Rother
Events)
BiEAG Biomasse Energie AG
Bildungszentrum Schluethof
Bistro 1910
Bed and Breakfast one2b
BOJACK Art & Design

Brauerei Baar
Braunvieh Schweiz
Burney's Inside Breakout
Busslinger Fotografie

C

Campingplatz Unterägeri
Chäs-Hütte Rust
Chicago Musik Bar & Lounge
Chollerhalle
Chor Zug
Christen Visuelle Gestaltung
City-Hotel Ochsen Zug
City Kirche Zug
Cocktailtruck
Confiserie Speck
Credit Suisse (Schweiz) AG
crelution gmbh
Curling Club Zug (CCZ)

D

Datomar Spörri-Treuhand AG
dolce far niente Event-Catering

E

Edelweiss Catering
Einkaufscenter Zugerland
Engelberg-Titlis Tourismus AG
English Theatre Group of Zug
Enikerhof
ETTER SÖHNE AG
event & more
EVZ Sport AG
Executive Events

F

Ferienparadies am Ägerisee
Ferienwohnung Baar
Ferienwohnung Langheiden
Ferienwohnung Soland
Ferienwohnung Zum Kutscherhaus
Fotozug.ch
Frühform AG

G

Galerie Urs Reichlin AG
Gastrag AG

Gastro Zug
GAUR
Gemeinnützige Gesellschaft Zug
Genuss Film AG
Gourmet Metzgerei Limacher
Green Fields B&B
gt-image GmbH
Gubelhof Suites
Guidle AG

H

HAN Mongolian Barbecue AG
HB-Adventure Switzerland AG
HiTrental AG
Hof-Märcht
Höllgrotten Baar
Hotel Arcade AG
Hotel Bauernhof Rotkreuz
Hotel Holiday Inn Express
Hotel Krone AG
Hotel Löwen am See
Hotel Löwen Hausen am Albis
Hotel Restaurant Ebel
Hotel Restaurant Eierhals
Hotel Restaurant Guggital
Hotel Schiff
Hotel Zugertor
Hotelbusiness Zug AG
Hotel-Restaurant Ochsen

I

Ifly Zentralschweiz
Imkerei Arbach
Institut Montana Zugerberg

J

JAHO Gastro AG
JCI Central Switzerland
Jugendherberge Zug

K

Kern Collection
Kino Hürlimann AG
Kirchenmusik Zug
Kirschstrasse Schweiz GmbH
Kloster Kappel
Kollegium St. Michael

Kollers Hoftreff
Kraftsy GmbH
Kulturzentrum Galvanik
Kunsthause Zug

L

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

M

McDonald's Restaurant's
Messe Zug AG
Milchmanufaktur Einsiedeln
Militärhistorische Stiftung
Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad
Montanara Bergerlebnisse AG
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
Park Seleger Moor
Partychuchi GmbH
Pferd als Partner GmbH
Pier 41
Pilatus Bahnen AG

Q

Quittenbaum GmbH

R

Restaurant Aesch Walchwil
Restaurant Brauerei Baar
Restaurant Five Moods
Restaurant Schiff
Restaurant Sihlmatt
Rigi Bahnen AG
Rösselet Schmuck & Uhren

S

Sales Inspiration
Sattel-Hochstuckli AG
SBB
Schäfli Gastro GmbH
Schiffahrtsgesellschaft für den Zugersee AG
Schiffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee
Schiffs-Agentur / MS Schwan
Seminarhotel am Ägerisee AG
SHI Homöopathie Schule
Skilift Neusell AG
Skippy Dancers GmbH
Smart Apartments AG
S'Näscht
Soft Landing
Stadlin Ambiente
Stanserhorn-Bahn
Stehli Seiden AG
Stiftung Jugendhaus Walchwilerberg
Stiftung Wildnispark Zürich
Stiftung Ziegelei-Museum
Stoosbahnen AG
Strickler Reisen AG
Sushi Miu
Swiss Highland Pipers
Swiss X Bikes Motorradcenter
SwissEver Hotel Zug
Swissrelax-Apartments Zug

T

Taste of Mykonos
Tasoni
Taxi Keiser AG
TCS Camping Zugersee
TCS Sektion Zug
Theater Casino Zug

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

V

Verein Business am See Zug
Verein Industriepfad Lorze
Verein Jazz Night Zug
Verein Kindertanzforum Zug
Verein rentalboats
Verein Zuger Wanderwege
Vereinigung Pro Zug
Verkehrshaus der Schweiz
Visionapartments Zug/Vision AG
Visual Emotion GmbH

W

Wasserwerke Zug AG
Weber Vonesch AG
Weimers Gartenwohnung am See

Y

Ying's Thai Kitchen GmbH
Yooji's AG

Z

Zankyou Ventures S.L (Zankyou Weddings)
Zeltklub - Zentralschweiz
Zeltvermietung.ch AG
Zentrum Elisabeth
Zentrum Sonnhalde
Zug Sailing
Zuger Depot Technikgeschichte (ZDT)
Zuger Fischereiverein
Zuger Kantonalbank
Zuger Wirtschaftskammer
Zugerberg Classic
Zugerbergbahn AG
Zugerland Mobil AG
Zugerland Verkehrsbetriebe AG
Zugersee Bierschiff
Zuger-Trophy
Zugerland Mobil AG

MITGLIEDER

Zugerland Verkehrsbetriebe AG
Zugersee Bierschiff
Zuger-Trophy
ZugSPORTS GmbH
Zurich Generalagentur
Zürcher Kulinaria AG

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

PARTNER

Verein Zuger Stadtführungen
Wunderbox

Stand Dezember 2020

IMPRESSUM

Texte: Renya Heinrich
Gestaltung: Christen Visuelle Gestaltung
Fotografie: Schweiz Tourismus



Zug Tourismus
Bahnhofplatz
6300 Zug

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



JAHRESBERICHT 2019



ZUG TOURISMUS

INHALT

- 3 JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2019
- 6 STATISTIKEN
- 10 FINANZEN
- 14 VORSTAND
- 14 TEAM
- 15 PARTNER
- 16 MITGLIEDER

JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2019

TOURISTENINFORMATION UND ANLASSMANAGEMENT

Die Touristeninformation hatte 2019 rund 36'931 Kontakte. 8243 Personen besuchten den Schalter am Bahnhof Zug, 5053 Telefonate wurden geführt, 2097 Briefe und Pakete sowie 8341 E-Mails wurden versendet. Die Chatfunktion der Website wird ebenfalls rege genutzt. Die zahlreichen Kontakte der Geschäftsleitung und des Marketings sind nicht Bestandteil dieser Statistik.

FÜHRUNGEN / GRUPPENEVENTS

Zug Tourismus organisierte dieses Jahr insgesamt 279 Stadtführungen durch Zug, 147 Brauereiführungen durch die Brauerei Baar und 150 Höllgrottenführungen – um nur einige der zahlreichen buchbaren Angebote von Zug Tourismus zu nennen. Unseren vielen tollen Partnern in der Freizeitindustrie durften wir insgesamt 186 Anlässe weitervermitteln.

ESAF

Ein Highlight des Jahres war das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest (ESAF), das vom 23. bis 25. August in Zug stattfand. Das Fest verzeichnete rund 420'000 Besucherinnen und Besucher, und 56'500 begeisterte Anhänger haben die Schwingwettkämpfe in den sieben Sägemehlringen live vor Ort in der eigens dafür erstellten temporären Arena, dem grössten Stadion der Schweiz, mitverfolgt.

Zusammen mit der IG Chriesi, der Etter Distillerie, Treichler – Erfinderhaus der Zuger Kirschtorte und dem Hirz Zuger Chriesi-Jogurt präsentierte Zug Tourismus sich als Patronatspartner im und um den Chriesi-Pavillon auf dem Festareal. Das Erkennungszeichen war das überdimensionale, aufblasbare Zuger Chriesi, mit dem der Pavillon dekoriert war. Vor dem Pavillon stellte Zug Tourismus den Kanton Zug mit attraktiven, grossformatigen Bildern dar. Im Pavillon konnten die Gäste die lokalen Highlights auf einer Karte entdecken, feine Kirsch-Spezialitäten aus der Region degustieren und sich auf einem Foto mit typischem Zuger Hintergrund verewigen lassen. Die zweitägige Live-TV-Übertragung vom Schweizer Radio und Fernsehen direkt vom Festgelände war

ein voller Erfolg. Im Durchschnitt erzielte die Übertragung im Fernsehen einen Marktanteil von 72.7 %. Unzählige Medienberichte, Reportagen, Radiobeiträge, gewaltiges Bildmaterial und sehr positive Rückmeldungen bezüglich der Organisation des Festes steigerten nicht nur die Bekanntheit, sondern verbesserten auch das Image des Kantons Zug in der Schweizer Bevölkerung.

DRUCKSACHEN

Der Businessprospekt «Meet in Zug» wurde neu konzipiert und sehr viel übersichtlicher gestaltet. Hotelbetriebe und Veranstaltungsräume werden nun zentral dargestellt. Weiter veranschaulicht der Prospekt, was man in 24 Stunden resp. 48 Stunden in Zug erleben kann, und beinhaltet Informationen zu Gruppenaktivitäten, Führungen und Ausflugsmöglichkeiten in der Region Zug, sowie Details zur Anreise.

Zweimal im Jahr wird der City Guide in Zusammenarbeit mit der Stadt Zug und dem externen Herausgeber gt-image.GmbH erarbeitet. Nicht nur das touristische Angebot, sondern auch Informationen zu Veranstaltungen werden publiziert und bei diversen Partnern aufgelegt.

Für das ESAF wurde ein Spezial-Stadtplan erstellt, auf dem das Festgelände ersichtlich war. Des Weiteren wurden diverse bereits vorhandene Karten und Flyer nachgedruckt.

MEDIEN / WERBUNG

Im Rahmen des Eidgenössischen Schwing und Älplerfestes 2019 war Zug Tourismus der Urheber oder massgeblich beteiligt an mehreren Beiträgen. Nachfolgend eine Auswahl:

- Beiträge im Migros-Magazin der Region Luzern/Zentralschweiz

- Beiträge in der Schwingerzeitung «Schlussgang» vor und nach dem Fest, mit denen unter anderem die Highlights des Kantons hervorgehoben wurden.

- Beitrag im Magazin «Typisch – Das Magazin für Tradition», in dem die Traditionen des Kantons porträtiert wurden.

- Im Vorfeld des ESAF stellte die SRF Musikwelle den Kanton Zug in einer fünfteiligen Serie vor. Zug Tourismus war an den Vorbereitungen massgeblich beteiligt und lieferte den Input für die jeweiligen Beiträge.

- Beitrag im Morgenprogramm des Westschweizer Radiosenders RTS «Bille en tête», bei der die zwei Moderatoren die Leute, die Gegend, die Kultur und die Geschichte des jeweiligen Ortes porträtierten. Im Rahmen des Beitrages organisierte Zug Tourismus eine Stadtführung und einen Besuch bei einem Kirschtortenhersteller.

- Ein musikalischer Beitrag der Sendung «Potzmu-sig» wurde auf Empfehlung von Zug Tourismus auf dem Aussichtspunkt «Guggi» gedreht.

Durch weitere Partnerschaften und Kooperationen war es Zug Tourismus möglich, in diversen Medien kleinere Beiträge, Newsletterbeiträge oder Inserate aufzuschalten. Das touristische Angebot des Kantons Zug wurde von den lokalen Medien mehrfach aufgegriffen und porträtiert. Wie auch schon die letzten Jahre, machte Zug Tourismus dieses Jahr die Kinobesucher des Kantons Zug wieder auf die tollen Angebote der Region aufmerksam.

MARKETINGKOOPERATIONEN

Schweiz Tourismus setzte seinen Fokus in der Städtekampagne 2019 auf das Thema «Swiss urban feeling. Boutique Towns». Nebst Publikationen auf der Website und auf den Social-Media-Kanälen von Schweiz Tourismus profitierte Zug Tourismus auch von der Teilnahme bei der Raiffeisen-Kampagne «Kantonshauptstädte entdecken».

In Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus bewarb Zug Tourismus die Themen Zuger Kirschtorte, Höllgrotten, Ägerisee und Design aus Zug. In «The Visitor Magazine» wurden die Highlights im Rahmen eines «Day Trip to Zug» publiziert. Des Weiteren

wurde auch der «Freiruum» als neues Angebot aufgenommen und aktiv beworben.

Auf der überregionalen Website Kinderregion konnten die vielfältigen Familienangebote der Region Zug in den Fokus gerückt, präsentiert und aktiv vermarktet werden – unter anderem wurden Blog-Einträge über den Detektivtrail, den Zugiblubbi-Erlebnisweg und das Museum Burg Zug von einer Familienbloggerin verfasst.

ONLINEMARKETING

Die Online-Kanäle sind wichtige Kommunikationstools von Zug Tourismus. Während Facebook und Instagram auch der Inspiration dienen, müssen auf der Website die Informationen klar ersichtlich sein. Durch stetige Interaktionen konnte die Anzahl Follower auf Facebook (12'027 --> 13'191) und auf Instagram (2844 --> 3687) gesteigert werden. Hervorzuheben ist auch die Steigerung der Newsletter-Abonnenten von 4488 auf 6831. Vor allem während des Eidgenössischen Schwing- und Älplerfestes konnten durch den Auftritt von Zug Tourismus zahlreiche neue Abonnenten gewonnen werden.

Zug Tourismus baute seine starke online Präsenz weiter aus. Die Überarbeitung der Website wurde im Herbst 2019 gestartet und wird uns auch im Jahr 2020 noch beschäftigen.

MESSEN UND AUFTRITTE

Mitte des Jahres nahm Zug Tourismus gemeinsam mit dem Hotelier Alain Packes vom APARTHOTEL Rotkreuz an der RDA in Köln teil. An der führenden Reise-messe der Bus- und Gruppentouristik wurden Kontakte zu Veranstaltern geknüpft und die Region vermarktet.

Im Herbst gestaltete Zug Tourismus die zwei Ruhe-zonen der Zuger Messe und präsentierte seine Angebote mit Prospektmaterial an drei verschiedenen Standorten. Zudem war Zug Tourismus an Veranstaltungen von Stadt und Kanton und an diversen kleineren Anlässen präsent.

EVENTS

Mit der Band Baba Shrimps konnte ein Publikumsmagnet für die 1.-August-Feier verpflichtet werden. Zug Tourismus organisierte als Veranstalter nicht nur das musikalische Programm, sondern auch die Verpflegungsstände und den Barbetrieb – Letzteres gemeinsam mit Erich Barth (Restaurant Schiff) und Helena Todorovic (Panoramabar).

Für die Platzkonzerte auf dem Landsgemeindeplatz konnten wiederum tolle lokale Bands verpflichtet werden. Als letzter Event des Jahres fand am 8. Dezember der Märli-sunnig statt, bei dem Zug Tourismus jeweils die Märli-Erzählerinnen und die Märli-Stuben organisiert. Der zauberhafte Event in der Zuger Altstadt begeistert unzählige Kinder und ihre Begleitpersonen.

DANK

Ein grosser Dank geht an unsere Partner und Mitglieder für die wertvolle Zusammenarbeit, an die Stadt und den Kanton Zug für die Unterstützung und an all unsere Guides, die mit ihren Führungen die Gäste tagtäglich begeistern. Ein herzliches Dankeschön auch an das Team und den Vorstand von Zug Tourismus, welche sich mit Herzblut für die Region einsetzen. Mit diesen Worten möchte ich mich verabschieden und mich für all die spannenden Begegnungen und gemeinsamen Projekte in den letzten zwei Jahren bedanken.



Patrizia Hofstetter

STATISTIKEN

Im Jahr 2019 verzeichnete der Kanton Zug 282'044 Logiernächte. Dies ist eine Abnahme von 6.7 % gegenüber dem Vorjahr. Gründe dafür sind einerseits der Rückgang der Gästenachfrage aus dem chinesischen Raum und der Verlust von Übernachtungsmöglichkeiten. Das Hotel Lorze in Cham wie auch

das Hotel Waldheim in Risch schlossen ihre Tore im Herbst/Winter 2018. Nicht in der Beherbergungsstatistik erfasst sind Übernachtungen aus Teilen der Parahotellerie (z.B. Privatunterkünfte, Ferienwohnungen und Serviced Apartments).

LOGIERNÄCHTEVERGLEICH 2016 - 2019 SCHWEIZ - ZÜRICH - ZUG

| | 2016 | % | 2017 | % | 2018 | % | 2019 | % |
|---------------|------------|-------|------------|-----|------------|------|------------|------|
| Schweiz | 35'532'576 | -0.3 | 37'392'740 | 5.2 | 38'806'777 | 3.8 | 39'562'039 | 1.9 |
| Kanton Zürich | 5'067'168 | 1.1 | 5'385'778 | 6.3 | 5'680'684 | 5.5 | 5'941'443 | 4.6 |
| Kanton Zug | 290'642 | -11.2 | 305'013 | 4.9 | 302'196 | -0.9 | 282'044 | -6.7 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze,
Privatunterkünfte und Serviced Apartments
Quelle: Bundesamt für Statistik
Verfasser: Zug Tourismus
Datum: März 2020

LOGIERNÄCHTE

KANTON ZUG 2016 - 2019

Erwartungsgemäss ist das Sommerhalbjahr stärker ausgelastet als das Winterhalbjahr. Die Monate von Mai bis August verzeichneten die höchsten Zahlen mit jeweils über 29'000 Logiernächten.

| MONAT / JAHR | 2016 | +/- in % | 2017 | +/- in % | 2018 | +/- in % | 2019 | +/- in % |
|--------------|----------------|------------|----------------|------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| Januar | 18'879 | -12 | 19'280 | 2.1 | 19'315 | 0.2 | 17'855 | -7.6 |
| Februar | 19'015 | -7 | 17'347 | -8.8 | 18'306 | 5.5 | 17'531 | -4.2 |
| März | 22'043 | -9 | 25'179 | 14.2 | 21'905 | -13 | 20'437 | -6.7 |
| April | 22'511 | -12 | 22'788 | 1.2 | 24'321 | 6.7 | 20'875 | -14.2 |
| Mai | 28'201 | -5 | 32'247 | 14.3 | 29'323 | -9.1 | 29'677 | 1.2 |
| Juni | 29'613 | -16 | 31'001 | 4.7 | 32'487 | 4.8 | 29'147 | -10.3 |
| Juli | 30'076 | -8 | 30'207 | 0.4 | 32'007 | 6 | 29'116 | -9 |
| August | 29'436 | -14 | 29'401 | -0.1 | 32'254 | 9.7 | 29'436 | -8.7 |
| September | 26'981 | -14 | 30'066 | 11.4 | 29'186 | -2.9 | 27'087 | -7.2 |
| Oktober | 24'474 | -12 | 27'771 | 13.5 | 24'651 | -11.2 | 23'338 | -5.3 |
| November | 21'585 | -8 | 22'215 | 2.9 | 21'839 | -1.7 | 20'536 | -6 |
| Dezember | 17'828 | -14 | 17'511 | -1.8 | 16'602 | -5.2 | 17'009 | 2.5 |
| TOTAL | 290'642 | -11 | 305'013 | 4.9 | 302'196 | -0.9 | 282'044 | -6.7 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments
 Quelle: Bundesamt für Statistik
 Verfasser: Zug Tourismus
 Datum: März 2020

LOGIERNÄCHTE

NACH GEMEINDEN IM KANTON ZUG 2016 - 2019

Ein erfolgreiches Jahr kann in Menzingen +4.9 %, Walchwil +11.1 %, Steinhausen, +12.8 %, Unterägeri +3.2 % und Oberägeri +4 % verbucht werden. Die Gemeinden Risch und Cham verzeichneten aufgrund

der Schliessung von zwei Hotels im Herbst/Winter 2018 mit -58.2 % und -13.7 % einen stärkeren Rückgang als Zug -3.7 % und Baar -1.8 %.

| GEMEINDE/JAHR | 2016 | 2017 | +/- in % | 2018 | +/- in % | 2019 | +/- in % |
|------------------|----------------|----------------|------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| Zug | 126'110 | 122'478 | -2.9 | 121'949 | -0.4 | 117'450 | -3.7 |
| Menzingen | 11'090 | 14'014 | 26.4 | 15'049 | 7.4 | 15'793 | 4.9 |
| Walchwil | 9'989 | 8'568 | -14.2 | 7'776 | -9.2 | 8'643 | 11.1 |
| Risch / Rotkreuz | 17'876 | 18'706 | 4.6 | 21'390 | 14.3 | 8'944 | -58.2 |
| Steinhausen | 2'343 | 2'485 | 6.1 | 2'089 | -15.9 | 2'357 | 12.8 |
| Unterägeri | 21'826 | 26'527 | 21.5 | 25'271 | -4.7 | 26'070 | 3.2 |
| Oberägeri | 32'600 | 34'767 | 6.6 | 32'843 | -5.5 | 34'148 | 4 |
| Baar | 25'680 | 26'070 | 1.5 | 26'874 | 3.1 | 26'389 | -1.8 |
| Neuheim | 416 | 12 | -97.1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cham | 42'712 | 51'386 | 20.3 | 48'955 | -4.7 | 42'250 | -13.7 |
| Hünenberg | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 290'642 | 305'013 | 4.9 | 302'196 | -0.9 | 282'044 | -6.7 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments
Quelle: Bundesamt für Statistik
Verfasser: Zug Tourismus
Datum: März 2020

LOGIERNÄCHTE

IM KANTON ZUG 2018/2019 NACH HERKUNFTSLÄNDERN

Mit einem Anteil von 39.6 % aller Logiernächte bleiben Schweizer Gäste die bedeutendste Gästegruppe, gefolgt von Gästen aus Deutschland, Indien und den USA. Der signifikanteste Rückgang ist bei asiati-

schen Gästen zu verzeichnen (China ohne Hongkong: -28.9 %). Ein möglicher Grund für den Rückgang könnte das geringere Wirtschaftswachstum in China sein.

| HERKUNFTSLÄNDER / JAHR | 2018 | 2019 | % Entwicklung |
|------------------------|---------|---------|---------------|
| Schweiz | 113'650 | 111'803 | -1.6 |
| Deutschland | 38'130 | 33'423 | -12.3 |
| China | 22'012 | 15'644 | -28.9 |
| Indien | 20'472 | 18'900 | -7.7 |
| Vereinigte Staaten | 15'224 | 13'505 | -11.3 |
| Vereinigtes Königreich | 14'802 | 13'185 | -10.9 |
| Italien | 7'873 | 7'523 | -4.4 |
| Frankreich | 6'527 | 5'921 | -9.3 |
| Niederlande | 6'248 | 5'264 | -15.7 |
| Russland | 5'379 | 5'483 | 1.9 |
| Österreich | 5'015 | 4'394 | -12.4 |
| Spanien | 4'022 | 3'438 | -15 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge, Campingplätze, Privatunterkünfte und Serviced Apartments

Quelle: Bundesamt für Statistik

Verfasser: Zug Tourismus

Datum: März 2020

FINANZEN

BILANZ 2019

| BILANZ | 31.12.18 | 31.12.19 |
|--|-----------------|-----------------|
| Aktiven | | |
| Flüssige Mittel | 141'603 | 321'413 |
| Forderungen | 57'723 | 68'740 |
| Warenvorräte | 17'950 | 14'400 |
| Transitorische Aktiven | 67'958 | 97'345 |
| Sachanlagen | 10'921 | 7'202 |
| TOTAL AKTIVEN | 296'155 | 509'100 |
| Passiven | | |
| Verpflichtungen | 87'274 | 61'254 |
| Transitorische Passiven | 66'032 | 278'018 |
| Rückstellungen | 67'900 | 90'100 |
| Reserven aus Leistungsvereinbarung Kt. Zug | 18'539 | 18'788 |
| Total Fremdkapital | 239'745 | 448'159 |
| Vereinskapital inkl. Ergebnis vor Zuweisung | 56'410 | 60'941 |
| TOTAL PASSIVEN | 296'155 | 509'100 |
| Vermögens-Rechnung | | |
| Vereinskapital am 1. Januar | 55'332 | 56'201 |
| Gewinn (-Verlust) | 1'079 | 4'739 |
| Vereinskapital vor Zuweisung | 56'410 | 60'941 |
| Veränderung Reserve aus Leistungsvereinbarung | -249 | -1'072 |
| VEREINSKAPITAL NACH ZUWEISUNG | 56'161 | 59'869 |

ERFOLGSRECHNUNG 2019 UND BUDGET 2020

Aufgrund der ausserordentlichen Lage rund um die im Februar 2020 erstmals in Zug auftretende Krankheit COVID-19 und der damit verbundenen Unsicherheit in Bezug auf den weiteren Verlauf des Jahres 2020 musste ein Notbudget geschätzt werden.

| ERTRAG | 2018 | 2019 | Budget 2020 |
|--|------------------|------------------|----------------|
| Beitrag Kanton | 278'000 | 278'000 | 278'000 |
| Beitrag Stadt Zug | 90'000 | 90'000 | 90'000 |
| Total Ertrag öffentliche Hand | 368'000 | 368'000 | 368'000 |
| Kanton / Stadt: Marketingkooperation | 92'851 | 46'425 | 46'150 |
| Stadt: 1. August | 31'105 | 29'248 | 29'200 |
| Total Projekte öffentliche Hand | 123'955 | 75'673 | 75'350 |
| Ertrag Beherbergungsabgabe | 269'593 | 325'837 | 56'000 |
| Marketingerträge | 93'439 | 63'822 | 22'400 |
| Dienstleistungen / Anlässe / Kommissionen | 78'756 | 106'419 | 35'600 |
| Partnerbeiträge / Zug Fan | 35'267 | 68'326 | 62'500 |
| Ertrag Führungen | 155'307 | 141'780 | 59'300 |
| Ertrag Verkaufsmaterial | 28'453 | 26'571 | 10'000 |
| Marketingbeiträge / Gönner | 52'472 | 52'670 | 37'000 |
| Delkredere Veränderungen / Debitorenverluste | -1'547 | -68 | -5'000 |
| Total Dienstleistungen und Marketing Dritte | 442'147 | 459'519 | 221'800 |
| TOTAL ERTRAG | 1'203'696 | 1'229'029 | 721'150 |

| AUFWAND | 2018 | 2019 | Budget 2020 |
|--|------------------|------------------|--------------------|
| Personalaufwand | 579'344 | 492'147 | 317'500 |
| Allgemeine Verwaltung | 125'385 | 132'267 | 111'000 |
| Total Personal- und Verwaltungsaufwand | 704'729 | 624'414 | 428'500 |
| Materialaufwand | 18'870 | 19'528 | 8'150 |
| Marketingaufwand | 304'867 | 390'283 | 206'200 |
| Aufwand Führungen | 113'188 | 99'570 | 43'995 |
| Dienstleistungen / Anlässe / Kommissionen | 37'646 | 50'785 | 20'160 |
| Steuern / MWST-Kürzung | 12'800 | 9'711 | 10'000 |
| Periodenfremder Aufwand | 10'518 | 30'000 | 0 |
| Gewinn | 1'079 | 4'739 | 4'145 |
| TOTAL AUFWAND | 1'203'696 | 1'229'029 | 721'150 |



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 2019 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 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Zug, 31. März 2020

FINANZKONTROLLE DES KANTONS ZUG

Walter Hunziker
zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Reto Ruprecht
zugelassener Revisor

Beilage: Jahresrechnung 2019 (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

VORSTAND

HEINI SCHMID

Präsident

ANDREAS CONNE

Vertreter Kanton Zug

REGULA KAISER

Vertreterin Stadt Zug

MARIANNE SIDLER

Vertreterin Cham
Marketing

GABRIELA INGOLD

Finanzen

MATTHIAS HEGGLIN

Vertreter Hotellerie

PHILIPP HOFMANN

Vertreter öffentlicher Verkehr
Marketing

GABRIEL GALLIKER

Vertreter Gewerbe
Marketing

BARBARA SCHNEIDER

Vertreterin Ägerital-Sattel
Gastronomie

TEAM

PATRIZIA HOFSTETTER

Geschäftsführerin 100%

MICHÈLE STALDER

Marketing Managerin 100%

MICHÈLE HESS

Marketing Managerin 50%

CORINA AMMANN

Front Office, Anlassmanagement 60%

SIMONE VON ROTZ

Front Office, Anlassmanagement 80%

MELANIE WALKER

Front Office 40%

JULIA LUSSI

Praktikantin Front Office 100%

ALEX HÖLTSCHI

Praktikant Front Office und Marketing 60%

PARTNER

PREMIUM PARTNER



STRATEGISCHE UND SUPPORTING PARTNER



chronométrie · joaillerie



Sektion Zug



PROMOTIONS PARTNER



MINERALBAD & SPA

Museum Burg Zug



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
IG Tourismus Raten-
Gottschalkenberg
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
Anstathotel
APARTHOTEL Rotkreuz
a'propos Catering GmbH
Arval (Schweiz) AG
Autovermietung paninc AG

B

B&B Sports Bar
Bäckerei gsund AG
Bäckerei Nussbaumer AG
Bad Seedamm AG, Alpamare
Ballon Team Benny Elsener Zug
Bank Julius Bär & Co. Ltd.
Beat Zürcher Restaurations AG
BERGE PUR Outdoor
Bewegung nach Mass GmbH
BiEAG Biomasse Energie AG

Bildungszentrum Schluechthof
Bistro 1910
Bed and Breakfast one2b
BOJACK Art & Design
Bootsvermietung Pier 1 Zug
Brauerei Baar
Braunvieh Schweiz
Burney's Inside Breakout
Busslinger Fotografie

C

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

D

Datomar Spörri-Treuhand AG
Dokumentationszentrum doku-zug.ch
dolce far niente Event-Catering

E

Einkaufscenter Zugerland
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
Frühform AG

G

Galerie Urs Reichlin AG
GAMMACATERING
Gastrag AG
Gastro Zug

GAUR

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

H

HAN Mongolian Barbecue AG
HB-Adventure Switzerland AG
Herold Fahrzeugvermietung Hertz
HiTrental AG
Hof-Märcht
Höllgrotten Baar
Hotel Arcade AG
Hotel Bauernhof Rotkreuz
Hotel Holiday Inn Express
Hotel Krone AG
Hotel Löwen am See
Hotel Löwen Hausen am Albis
Hotel Restaurant Ebel
Hotel Restaurant Eierhals
Hotel Restaurant Guggital
Hotel Schiff
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

Kulturzentrum Galvanik
Kunsthaus Zug

L

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

M

McDonald's Restaurant's
Messe Zug AG
Milchmanufaktur Einsiedeln
Militärhistorische Stiftung
Mineralbad & Spa Rigi Kaltbad
Montanara Bergerlebnisse AG
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
Park Seleger Moor
Partychuchi GmbH
Perfetta Carreisen
Pferd als Partner GmbH
Pier 41
Pilatus Bahnen AG

Q

Quittenbaum GmbH

R

Ref. Kirche Zürich Industriequartier
Restaurant Aesch Walchwil
Restaurant Brauerei Baar
Restaurant Five Moods
Restaurant Schiff

Restaurant Sihlmatt
Rigi Bahnen AG
Rösselet Schmuck & Uhren

S

Sales Inspiration
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
Seminarhotel am Ägerisee AG
SHI Homöopathie Schule
Signarture GmbH
Skilift Neusell AG
Skippy Dancers GmbH
Smart Apartments AG
S'Näscht
Soft Landing
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
Sushi Miu
Swiss Highland Pipers
Swiss X Bikes Motorradcenter
SwissEver Hotel Zug
Swisshotel Zug***
Swissrelax-Apartments Zug

T

Tasoni
Taxi Keiser AG
TCS Camping Zugersee
TCS Sektion Zug
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

Verein Business am See Zug
Verein Industriepfad Lorze
Verein Jazz Night Zug
Verein Kindertanzforum Zug
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

Y

Ying's Thai Kitchen GmbH
Yooji's AG
YunSong Akademie GmbH

MITGLIEDER

Z

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

PARTNER

Verein Zuger Stadtführungen
Wunderbox

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

Stand Dezember 2019

IMPRESSUM

Texte: Patrizia Hofstetter
Gestaltung: Christen Visuelle Gestaltung
Korrektur: Mirjam Weiss
Fotografie: Daniel Hegglin, Andreas Busslinger



Zug Tourismus
Bahnhofplatz
6300 Zug

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





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/explore/tags/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/explore/tags/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](http://gt-image.com). 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 Medienschaftende 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



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
Anstathotel
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 Sonnalde
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

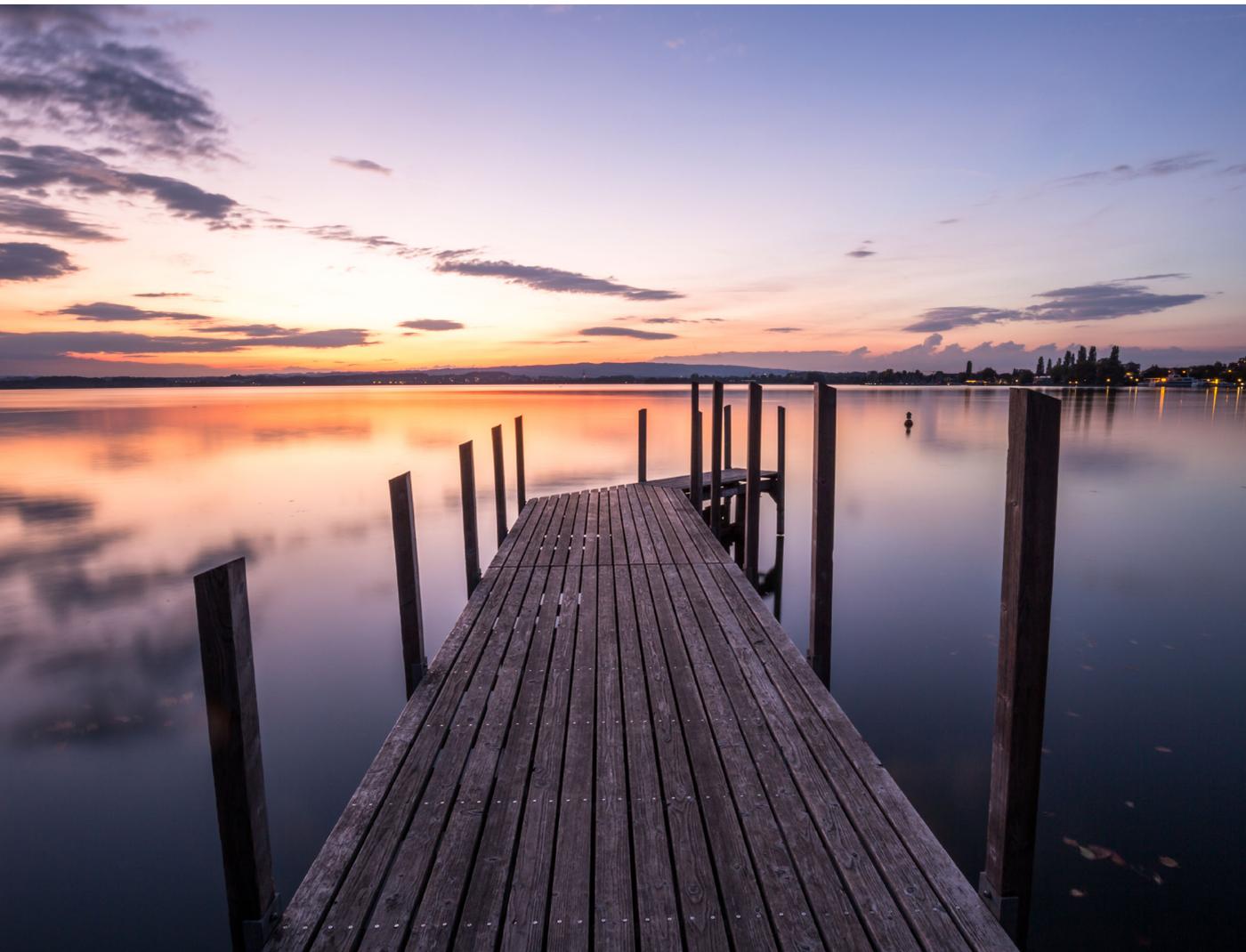
GÖNNER

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





JAHRESBERICHT 2017



ZUG TOURISMUS

INHALT

- 3 JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2017
- 5 STATISTIKEN
- 9 BILANZ 2017
- 10 ERFOLGSRECHNUNG 2017
- 12 REVISIONSBERICHT
- 13 VORSTAND
- 13 TEAM
- 14 MITGLIEDER

JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2017

UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Anfang Jahr wurde die Unternehmensstrategie für die Jahre 2017 - 2025 eingeführt. Zug Tourismus fokussierte sich 2017 im Speziellen auf drei Bereiche zur Erreichung der gesetzten Vision. Zum einen war dies die Konzentration auf den Kundendienst, die Weiterentwicklung des MICE Kompetenzzentrums und schlussendlich die langfristige Sicherung der finanziellen Mittel. Durch die getroffenen Massnahmen, diverse Projektumsetzungen und die Neugestaltung von Angeboten konnten die gesetzten Ziele erreicht werden.

VEREINBARUNG AIRBNB

Per 1. Juli 2017 schloss Zug Tourismus als erste Organisation schweizweit sowie erstmals im deutschsprachigen Raum eine Vereinbarung bezüglich der automatisierten Einnahme der Beherbergungsabgabe durch Airbnb ab. Über diesen Meilenstein haben mehr als 80 Medien ausführlich berichtet. Zwischen dem 1. Juli und dem 31. Dezember 2017 wurden 7'631 Logiernächte via Airbnb verzeichnet. Die bisherige Zusammenarbeit verlief äusserst kooperativ und zur vollsten Zufriedenheit der beiden Vertragspartner.

PARTNERSCHAFTSMODELLE

Zug Tourismus hat 2017 ein fünfstufiges Partnerschaftsmodell ausgearbeitet. Am 1. August wurde neben der bereits bestehenden klassischen Mitgliedschaft ein Angebot für Privatpersonen namens #ichbinzug (Zug Fan) lanciert. Ab einem Beitrag von CHF 20.00 kann man sich als Fan registrieren und erhält Spezialangebote und Freikarten von Zug Tourismus. Per 1.1.2018 werden zudem drei weitere Partnerschaftsformen für Unternehmen eingeführt. Eine Promotions-, eine Strategische und eine Premiumpartnerschaft. Weitere Informationen dazu gibt es online: www.zug-tourismus.ch.

TOURISTENINFORMATION

Im Frühjahr 2017 organisierte Zug Tourismus eine Sommerschulung für tourismusnahe Betriebe. Diverse Mitglieder und Partner haben daran teilgenommen und wurden über das breite Freizeitangebot für Gäste informiert. Ein A3-Stadtplan mit drei Stadtrundgängen wurde auf die Sommersaison produ-

ziert. Rund 11'435 Besucher wurden im Tourist Office verzeichnet. 6'618 Telefone gingen ein und 16'329 E-Mails wurden versendet. Im Herbst lancierte Zug Tourismus mit dem Detektiv-Trail ein neues Familienangebot. Die kostengünstige Rätseljagd bringt Kindern und Erwachsenen auf unterhaltsame Art die Sehenswürdigkeiten der Stadt Zug näher.

ZUG-SHOP

Zug Tourismus lancierte Anfang Mai 2017 den Online-Shop "Zug Shop" zur Erhöhung der regionalen Wertschöpfung. Das Angebot des Shops reicht von regionalen Spezialitäten, über klassische Souvenirs bis hin zu Gutscheinen und Geschenkkörben. Ausserdem können Geschenkkörbe ganz individuell nach persönlichen Bedürfnissen zusammengestellt werden. Das gesamte Sortiment ist auch in der Tourist Information am Bahnhof Zug erhältlich.

FÜHRUNGEN UND GRUPPENEVENTS

Zum Jahresauftakt lud Zug Tourismus die Eventpartner zu einem Informationsanlass ein. Dabei wurden die Aktivitäten von Zug Tourismus im Anlassmanagement vorgestellt. Drei Kundenmailings wurden im Verlauf des Jahres für verschiedene Zielgruppen getätigt. Lehrpersonen wurden auf Angebote für Schulreisen aufmerksam gemacht, Vereine über die Vorteile von Zug als Generalversammlungs- oder Delegiertenversammlungsort informiert und Unternehmen über mögliche Tagungs-, Seminar- und Kongressmöglichkeiten, Teambildungs- sowie Incentiveangebote in der Region Zug sensibilisiert. Um den Bereich Führungen und Gruppenevents noch effizienter zu gestalten, führte Zug Tourismus eine neue Buchungssoftware ein. Bis Ende 2017 liefen die öffentlichen Führungen und das Kongresswesen über diese Software. 2018 werden die Gruppenführungen und Anlässe ebenfalls über das System verwaltet. Die Buchungssoftware wird ausserdem mit dem bestehenden CRM-System verknüpft. Um das Angebot an öffentlichen Führungen an den Wochenenden zu erweitern, organisiert Zug Tourismus jeweils einmal im Monat am Samstag eine öffentliche Kirsch- und Brauereiführung. Die Angebote finden regen Anklang und werden 2018 noch ergänzt, so dass zwischen April und Oktober an jedem Wochenende öffentliche Themenführungen stattfinden.

PRINTMEDIEN

Für den B2B-Bereich wurde im März 2017 eine kompakte Informationsbroschüre erstellt: der "Sales Guide Zug". Der Sales Guide beinhaltet die wichtigsten Informationen zur Reiseplanung. In Zusammenarbeit mit dem Verein Zuger Wanderwege entstand im Sommer eine Wanderkarte mit zehn ausgewählten Wanderungen im Kanton. Zug Tourismus veröffentlichte zudem diverse Medienmitteilungen, Publi-Reportagen, Berichte usw.

ONLINEMARKETING

Auf www.zug-tourismus.ch kann man seit Herbst 2017 per Live-Chat mit den Mitarbeiterinnen von Zug Tourismus in Kontakt treten. Ausserhalb der Öffnungszeiten besteht die Möglichkeit direkt über den Chat eine E-Mail an info@zug.ch zu senden. In den Sozialen Medien tritt Zug Tourismus als Zug auf und präsentiert die touristische Vielfalt des Kantons Zug auf Facebook und Instagram. Im Februar 2017 wurde die 10'000 Likes-Grenze auf Facebook überschritten. Via Twitter werden wichtige Neuigkeiten rund um Zug veröffentlicht und auf LinkedIn wird Zug Tourismus als Organisation vorgestellt. Monatlich erscheint ein Geschäfts- oder ein Freizeittourismus-Newsletter (alternierend). Diese informieren eine breite Leserschaft über aktuelle Event-Angebote, Neuheiten und Ausflugsmöglichkeiten in der Region.

MESSEN UND AUFTRITTE

Die Messesaison 2017 begann für Zug Tourismus im März an der ITB Berlin. Zusammen mit Zürich Tourismus wurden Tour Operator, PR-Fachleute und weitere Akteure der Reiseindustrie über die Infrastruktur und die touristischen Highlights des Kantons Zug informiert. Im Juni nahm Zug Tourismus an der City Fair London teil. Über 25 persönliche Kontakte mit Tour Operator kamen an dieser B2B-Messe während eines zwanzig Minuten Slots zustande. Dabei erfuhren diese Wissenswertes rund um die Reisemöglichkeiten in und um Zug. Nach der Eröffnung der NEAT nahm Zug Tourismus, ebenfalls mit Zürich Tourismus, an einem eintägigen Workshop für Reiseveranstalter aus Norditalien in Mailand teil. 2017 ging Zug Tourismus eine engere Zusammenarbeit mit der Zuger Messe ein. Auf der

Webseite der Messe wurde ein Hotelbuchungslink für Aussteller aufgeschaltet. Ebenso erhielt Zug Tourismus die Möglichkeit einen Prospektständer neben der Information der Messe einzurichten und drei Ruhezeiten für Messebesucher zu gestalten. Somit war Zug Tourismus an vier Orten innerhalb der Messe mit Prospekten und Informationen präsent. Des Weiteren war Zug Tourismus an den Neuzuzügeranlässen der Stadt Zug, am Neuunternehmerapéro des Kantons, am Chriesitag und an diversen anderen lokalen Veranstaltungen mit einem Informationsstand vertreten.

MARKETINGKOOPERATIONEN

Mit Schweiz Tourismus wurde 2017 die Städtepartnerschaft im Segment City Breaker intensiviert. Zuger Hotels hatten dadurch die Möglichkeit attraktive Hotelangebote kostenlos und prominent auf den Kanälen von Schweiz Tourismus zu platzieren. Neben den bereits beschriebenen Messeaktivitäten mit Zürich Tourismus war die Regionenmarke auch in den anderen Fernmärkten mit Zuger Themen unterwegs. Im Herbst 2017 wurde eine neue Plattform für Familien unter der Leitung von Seraina Koller lanciert. Auf www.kinderregion.ch werden vielfältige Familien-Angebote für die Regionen Zug, Zürich, Baden und Winterthur publiziert.

EVENTS

Der Soulsänger Marc Sway war das Highlight der städtischen 1. August-Feier 2017, welche jeweils von Zug Tourismus organisiert wird. Diverse Platzkonzerte auf dem Landsgemeindeplatz mit lokalen Bands wurden im Sommer von Zug Tourismus durchgeführt. Die Eventsaison wurde mit dem 34. Zuger Märli-sunntig, für welchen Zug Tourismus die Märli-Erzählerinnen und Märli-Stuben organisierte, abgeschlossen.

HERZLICHEN DANK

Mit dem Bericht über das Jahr 2017 geht auch meine Zeit als Geschäftsführerin von Zug Tourismus dem Ende entgegen. Ich möchte mich von Herzen bei meinem wunderbaren Team für die wertvolle Unterstützung in den vergangenen drei Jahren bedanken. Ein grosser Dank für die wertvolle Zusammenarbeit im Namen von Zug Tourismus geht zudem an alle unsere Mitglieder und Partner.

STATISTIKEN

Insgesamt haben sich die Logiernächte schweizweit gegenüber 2016 positiv entwickelt. Von dieser Entwicklung profitierte auch der Kanton Zug.

Im Jahr 2017 verzeichnete der Kanton Zug 305'013 Logiernächte. Dies entspricht einer Zunahme von 4,9% gegenüber 2016.

Gründe für das Wachstum sind einerseits die Zunahme bei Schweizer Gästen sowie die verstärkte Nachfrage von Gästen aus dem asiatischen Raum (Indien / China). Die Durchführung von nationalen und internationalen Kongressen hat die Logiernachtentwicklung im Jahr 2017 ebenfalls positiv beeinflusst.

LOGIERNÄCHTEVERGLEICH 2014 - 2017

SCHWEIZ - ZÜRICH - ZUG

| | 2014 | % | 2015 | % | 2016 | % | 2017 | % |
|---------------|------------|----|------------|----|------------|-------|------------|-----|
| Schweiz | 35'933'512 | 1 | 35'628'476 | -1 | 35'532'576 | -0.3 | 37'392'740 | 5.2 |
| Kanton Zürich | 4'812'869 | 2 | 5'011'715 | 4 | 5'067'168 | 1.1 | 5'385'778 | 6.3 |
| Kanton Zug | 336'742 | 10 | 327'445 | -3 | 290'642 | -11.2 | 305'013 | 4.9 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge und Campingplätze

Quelle: Bundesamt für Statistik

Verfasser: Zug Tourismus

Datum: Februar 2018

LOGIERNÄCHTE

KANTON ZUG 2014-2017

Erwartungsgemäss sind die Sommermonate von Mai bis Juli am besten ausgelastet. Mit 32'247 Logiernächten war der Mai der stärkste Monat im 2017 gefolgt vom Juni mit 31'001 Logiernächten.

Die Monate September und Oktober waren gegenüber dem Vorjahr ebenfalls gut ausgelastet. Dies ist auf zwei internationale Kongresse in der Region während dieser Periode zurückzuführen.

| MONAT / JAHR | 2014 | +/- in % | 2015 | +/- in % | 2016 | +/- in % | 2017 | +/- in % |
|--------------|----------------|-----------|----------------|-----------|----------------|------------|----------------|------------|
| Januar | 21'408 | 2 | 21'560 | 1 | 18'879 | -12 | 19'280 | 2.1 |
| Februar | 21'416 | 3 | 20'398 | -5 | 19'015 | -7 | 17'347 | -8.8 |
| März | 24'269 | 8 | 24'202 | 0 | 22'043 | -9 | 25'179 | 14.2 |
| April | 24'883 | 1 | 25'489 | 2 | 22'511 | -12 | 22'788 | 1.2 |
| Mai | 30'600 | 13 | 29'837 | -2 | 28'201 | -5 | 32'247 | 14.3 |
| Juni | 31'514 | 2 | 35'377 | 12 | 29'613 | -16 | 31'001 | 4.7 |
| Juli | 33'063 | 9 | 32'864 | -1 | 30'076 | -8 | 30'207 | 0.4 |
| August | 36'994 | 14 | 34'278 | -7 | 29'436 | -14 | 29'401 | -0.1 |
| September | 31'450 | 7 | 31'287 | -1 | 26'981 | -14 | 30'066 | 11.4 |
| Oktober | 33'607 | 27 | 27'926 | -17 | 24'474 | -12 | 27'771 | 13.5 |
| November | 24'574 | 18 | 23'477 | -4 | 21'585 | -8 | 22'215 | 2.9 |
| Dezember | 22'964 | 8 | 20'750 | -10 | 17'828 | -14 | 17'511 | -1.8 |
| TOTAL | 336'742 | 10 | 327'445 | -3 | 290'642 | -11 | 305'013 | 4.9 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge und Campingplätze

Quelle: Bundesamt für Statistik

Verfasser: Zug Tourismus

Datum: Februar 2018

LOGIERNÄCHTE

GEMEINDEN IM KANTON ZUG 2014 - 2017

Ein erfolgreiches Jahr darf in fast allen Gemeinden geschrieben werden. Der grösste Zuwachs mit 26.4% verzeichnet die Gemeinde Menzingen. Die Stadt Zug verzeichnete aufgrund der Schliessung des Hotels

Station einen Logiernachrückgang von -2.9% gegenüber dem Vorjahr. Die Gemeinden Walchwil (-14.2%) und Neuheim (-97.1%) verzeichnen ebenfalls einen Rückgang.

| GEMEINDE/JAHR | 2014 | 2015 | +/- in % | 2016 | +/- in % | 2017 | +/- in % |
|------------------|----------------|----------------|-----------|----------------|------------|----------------|------------|
| Zug | 124'529 | 136'156 | 9 | 126'110 | -7 | 122'478 | -2.9 |
| Menzingen | 13'999 | 6'913 | -51 | 11'090 | 60 | 14'014 | 26.4 |
| Walchwil | 12'509 | 12'029 | -4 | 9'989 | -17 | 8'568 | -14.2 |
| Risch / Rotkreuz | 18'001 | 17'518 | -3 | 17'876 | 2 | 18'706 | 4.6 |
| Steinhausen | 4'314 | 5'067 | 17 | 2'343 | -54 | 2'485 | 6.1 |
| Unterägeri | 36'744 | 26'171 | -29 | 21'826 | -17 | 26'527 | 21.5 |
| Oberägeri | 48'242 | 43'269 | -10 | 32'600 | -25 | 34'767 | 6.6 |
| Baar | 28'739 | 30'213 | 5 | 25'680 | -15 | 26'070 | 1.5 |
| Neuheim | 446 | 386 | -13 | 416 | 8 | 12 | -97.1 |
| Cham | 49'219 | 49'723 | 1 | 42'712 | -14 | 51'386 | 20.3 |
| Hünenberg | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 336'742 | 327'445 | -3 | 290'642 | -11 | 305'013 | 4.9 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge und Campingplätze

Quelle: Bundesamt für Statistik

Verfasser: Zug Tourismus

Datum: Februar 2018

LOGIERNÄCHTE

KANTON ZUG 2016/2017 NACH HERKUNFTSLÄNDER

Mit einem Anteil von 41,6% aller Logiernächte bleiben Schweizer Gäste die bedeutendste Gästegruppe, gefolgt von Gästen aus Deutschland, den Vereinigten Staaten und dem Vereinigten Königreich. Die signifikanteste Zunahme gegenüber Vorjahr ist bei den Indern (+87,1%) und bei den Chinesen (+ 47,3%) zu verzeichnen. Mögliche Gründe für das Wachstum sind

die Erholung der Weltkonjunktur bzw. das Wirtschaftswachstum in Indien als auch in China. Boomt die Wirtschaft, steigt die Anzahl Business-Reisender, was sich positiv auf die Logiernächte auswirkt. Ein Nachfragerückgang zeigt sich bei Gästen aus dem Euroraum und den Vereinigten Staaten.

| HERKUNFTSLÄNDER / JAHR | 2016 | 2017 | % Entwicklung |
|--------------------------|---------|---------|---------------|
| Schweiz (CH) | 123'669 | 126'662 | 2.4 |
| Deutschland (D) | 39'094 | 38'939 | -0.4 |
| China (CHN) | 11'934 | 17'583 | 47.3 |
| Vereinigte Staaten (USA) | 15'304 | 15'111 | -1.3 |
| Vereinigtes Königreich | 15'545 | 14'640 | -5.8 |
| Indien (IND) | 7'358 | 13'768 | 87.1 |
| Italien (I) | 7'181 | 7'229 | 0.7 |
| Frankreich (F) | 7'075 | 6'324 | -10.6 |
| Niederlande (NL) | 6'093 | 6'086 | -0.1 |
| Russland (RU) | 4'634 | 5'529 | 19.3 |
| Österreich (A) | 6'248 | 5'455 | -12.7 |
| Spanien | 3'537 | 3'943 | 12 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge und Campingplätze

Quelle: Bundesamt für Statistik

Verfasser: Zug Tourismus

Datum: Februar 2018

BILANZ 2017

| BILANZ | 31.12.16 | 31.12.17 |
|--|-----------------|-----------------|
| Aktiven | | |
| Kasse | 2'116 | 585 |
| Bankkonten | 215'310 | 151'690 |
| Forderungen | 67'054 | 60'569 |
| Warenvorräte | 4'800 | 15'060 |
| Transitorische Aktiven | 66'129 | 79'924 |
| Einrichtungen | 18'601 | 15'001 |
| TOTAL AKTIVEN | 374'011 | 322'829 |
| Passiven | | |
| Kreditoren | 146'558 | 49'585 |
| Rückstellungen | 65'100 | 76'300 |
| Transitorische Passiven | 80'591 | 123'074 |
| Reserven aus Leistungsvereinbarung Kt. Zug | 18'997 | 20'429 |
| Total Fremdkaptial | 311'246 | 269'388 |
| Vereinskapital | 62'765 | 53'441 |
| TOTAL PASSIVEN | 374'011 | 322'829 |
| Vermögens-Rechnung | | |
| Vereinskapital am 1. Januar | 56'868 | 61'333 |
| Gewinn (-Verlust) | 5'897 | -7'892 |
| Zuweisung Reseve aus Leistungsvereinbarung | -1'432 | 1'890 |
| Gewinn (-Verlust) nach Zuweisung | 4'465 | -6'002 |
| TOTAL VEREINSKAPITAL | 61'333 | 55'331 |

ERFOLGSRECHNUNG 2017

| ERTRAG | 2016 | 2017 | Budget 2018 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Beitrag Kanton | 294'000 | 286'000 | 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 | 384'000 | 376'000 | 368'000 |
| Kanton / Stadt: Marketingkooperation | 92'593 | 92'593 | 93'000 |
| Stadt: 1. August | 27'910 | 29'167 | 29'000 |
| Total Projekte öffentliche Hand | 120'502 | 121'759 | 122'000 |
| Ertrag Beherbergungsabgabe | 223'350 | 241'171 | 225'000 |
| Serviceleistungen / Anlässe | 250'508 | 210'685 | 245'500 |
| Kommissionen | 4'255 | 17'515 | 12'000 |
| Ertrag Verkaufsmaterial | 34'953 | 49'369 | 51'000 |
| Partnerbeiträge / Zug Fan | 0 | 0 | 117'000 |
| Mitgliederbeiträge / Gönner | 52'950 | 53'219 | 51'000 |
| Marketingbeiträge | 138'965 | 123'739 | 100'000 |
| Delkredere Veränderungen / Debitorenverluste | 1'500 | 400 | 0 |
| Total Dienstleistungen und Marketing Dritte | 483'131 | 454'926 | 576'500 |
| TOTAL ERTRAG | 1'210'984 | 1'193'857 | 1'291'500 |

| AUFWAND | 2016 | 2017 | Budget 2018 |
|---|------------------|------------------|--------------------|
| Personalaufwand | 555'575 | 525'597 | 627'000 |
| Allgemeine Verwaltung | 146'069 | 132'179 | 144'000 |
| Total Personal- und Verwaltungsaufwand | 701'644 | 657'776 | 771'000 |
| Materialaufwand | 25'522 | 31'937 | 22'400 |
| Marketingaufwand | 361'475 | 354'969 | 411'200 |
| Aufwand Projekte Dritte | 95'162 | 71'711 | 79'000 |
| Aufwand Kommissionen | 9'369 | 232 | 2'300 |
| Total Aktivitäten | 104'531 | 71'943 | 81'300 |
| Steuern / MWST-Kürzung | 11'914 | 18'793 | 12'000 |
| Periodenfremder Aufwand | 0 | 66'331 | 0 |
| Gewinn (-Verlust) | 5'897 | -7'892 | -6'400 |
| TOTAL AUFWAND | 1'210'984 | 1'193'857 | 1'291'500 |



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 2017 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 2017 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Zug, 29. März 2018

FINANZKONTROLLE DES KANTONS ZUG

Walter Hunziker
zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Reto Ruprecht
zugelassener Revisor

Beilage: Unterzeichnete Jahresrechnung 2017 (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

STEFAN GAREIS

Vertreter Hotellerie

BRUNO MEYER

Vertreter öffentlicher Verkehr
Marketing

GABRIEL GALLIKER

Vertreter Gewerbe
Marketing

BARBARA SCHNEIDER

Vertreterin Ägerital-Sattel
Gastronomie

TEAM

SERAINA KOLLER

Geschäftsführerin 100%

MICHÈLE HUBER

Marketing Managerin 100%

MICHÈLE HESS

Marketing 50%

CORINA ISENRING

Leiterin Front Office 90%

SARAH ONGOM

Front Office, Anlassmanagement 100%

CORINA AMMANN

Front Office, Anlassmanagement 60%

MELANIE WALKER

Front Office 40%

SIMONE VON ROTZ

Praktikantin Front Office 100%

MITGLIEDER

ÖFFENTLICHE HAND UND VERKEHRSVEREINE

Cham Tourismus
Einwohnergemeinde Stadt Zug
Gemeinde Hünenberg
Gemeinde Menzingen
Gemeinde Neuheim
Gemeinde Steinhausen
Kur- und Verkehrsverein Unterägeri
Verkehrsverein Baar
Verkehrsverein Oberägeri
Verkehrsverein Risch
Verkehrsverein Walchwil
Volkswirtschaftsdirektion
des Kanton Zug

AKTIVMITGLIEDER

A

a living home
Aegerihalle
Aeschbach Chocolatier AG
Ägerisee Schifffahrt AG
Alfred Müller AG
Alpwirtschaft Brunegg
Andi's BnB GmbH
Andy's Stand Up Paddles
APARTHOTEL Rotkreuz
Apartment Conrad
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
Bnb-12b
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 Albert Meier
Confiserie Speck
Credit Suisse (Schweiz) AG
Curling Club Zug (CCZ)

D

DDLX Informatics GmbH
Dokumentationszentrum doku-zug.ch

E

Einkaufscenter Zugerland
Einsiedeln Tourismus
energy of events
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 Heimeli
Ferienwohnung Langheiden
Ferienwohnung Soland
Food Blog Zug
Fromyprint

G

Galerie Urs Reichlin AG
GAMMACATERING
Gastrag AG
Gastro Zug
GAUR
Gemeinnützige Gesellschaft Zug

Genuss Film AG
Gesellschaft der Freunde von Kirchenmusik Zug
Gourmet Metzgerei Limacher
Green Fields B&B
gt-image GmbH
Guidle AG

H

HB-Adventure Switzerland AG
Heiner's Destillate GmbH
Herold Fahrzeugvermietung Hertz
HiTrental AG
Hofmärcht
Höllgrotten Baar
Hotel Arcade AG
Hotel Bauernhof Rotkreuz
Hotel Holiday Inn Express
Hotel Krone AG
Hotel Lorze
Hotel Löwen am See
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
International School of Central Switzerland

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
Kunsthause Zug

L

La Principessa GmbH
Lakeside Business Center AG
Landgasthof Breitfeld
Landgasthof Löwen
Lassalle-Haus
Liegenschaften Kaiser
Lohri
Lord's Catering
Lorzensaal Cham
Lounge & Gallery Zug

M

McDonald's Restaurant's
Messe Zug AG
Milchmanufaktur
Militärhistorische Stiftung
Motel Sihlbrugg
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
Partychuchi GmbH
Pferd als Partner GmbH
Pier 41
Pilatus Bahnen AG
Pure Foods AG (Gärtnerei)

Q

Quittenbaum GmbH

R

Ref. Kirche Zürich Industriequartier
Restaurant Five Moods
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 Vierwald-
stättersee
Schiffs-Agentur / MS Schwan
Schlemmen Daheim
Seehotel Adler Arth am See
segelyachtmietenzugersee.ch
Seleger Moor
Seminarhotel am Ägerisee AG
SHI Homöopathie Schule
Skilift Neusell AG
Skippy Dancers GmbH
Smart Apartments AG
S'Näscht
Soft Landing
Spinni Event & Lounge
Stadlin Ambiente
Stall Luci
Stanserhorn-Bahn
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

Taxi Keiser AG
TCS Camping Zugersee
Teehaus UMAMI AG
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

W

Wanderhütte Grümel
Wasserwerke Zug AG
Weber Vonesch AG
Wildpeak Outdoor Experiences &
Coffeshop

Y

Yooji's AG
YunSong Akademie GmbH

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
Zuger-Trophy
ZugSPORTS GmbH
Zurich Generalagentur

IMPRESSUM

Texte: Seraina Koller, Nicolas Ludin
Gestaltung: Christen Visuelle Gestaltung
Druck: Multicolor Print AG, Baar
Fotografie: Daniela Kienzler, Dino Reichmuth



Zug Tourismus
Bahnhofplatz
6300 Zug

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





JAHRES BERICHT 2016



ZUG TOURISMUS

INHALT

| | |
|----|----------------------------------|
| 3 | JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2016 |
| 5 | STATISTIKEN |
| 9 | BILANZ 2016 |
| 10 | ERFOLGSRECHNUNG 2016 |
| 12 | REVISIONSBERICHT |
| 13 | VORSTAND |
| 13 | TEAM |
| 14 | MITGLIEDER |

JAHRESBERICHT ZUG TOURISMUS 2016

UNTERNEHMENSSTRATEGIE 2017-2025

Die Aufgabe von Zug Tourismus bis Ende 2016 war es, einen aktiven Beitrag zur Aufwertung des Lebens- und Wirtschaftsraums Zug für Einheimische und Touristen zu leisten. Im Verlauf von 2016 hat Zug Tourismus eine Unternehmensstrategie für die Jahre 2017-2025 entwickelt. Diese sieht folgende Vision vor: «Zug Tourismus ist im Jahr 2025 eine klassische Tourismusorganisation im Voralpengebiet, die gezielt Marketing im In- und Ausland betreibt, um die touristische Wertschöpfung im Kanton zu steigern, den Lebens-, Wirtschafts- und Kulturraum Zug zu vermarkten und die Aussensicht zu stärken.». Somit hat Zug Tourismus den Auftrag ab 2017 vermehrt das Angebot im In- und Ausland zu promoten.

TOURISTENINFORMATION

Die Touristeninformation hatte 2016 rund 36'931 Kontakte. 14'055 Personen besuchten den Schalter, 6'625 Telefonate wurden geführt, 2'919 Briefe inklusive Pakete und 13'332 E-Mails wurden versendet. Die Kontakte der Geschäftsleitung und des Marketings sind nicht Bestandteil dieser Statistik.

ZUGER BLÜTENTELEFON

Nicht überall im Kanton blühen die Kirschbäume zur gleichen Zeit. Je nach Lage und Art des Baumes kann die Zeit ein wenig variieren. Da sich die Natur an keinen Terminplan hält, bietet Zug Tourismus seit 2016 das Blütentelefon an.

UMBAU TOURISTENINFORMATION

2016 erhielt die bestehende Infrastruktur im Reisezentrum einen neuen Anstrich. Mit den vorherrschenden Farben blau und weiss konnte die Kundenlenkung wesentlich optimiert werden. Eine neue Prospektwand sowie Prospektständer weisen auf das vielseitige Angebot der Region hin. Bereits in der Bahnhofshalle wird man auf Zug Tourismus aufmerksam, da ein Leuchtkasten mit auswechselbaren Motivfolien für lokale Angebote wirbt.

VERKAUFSARTIKEL

Pünktlich auf die 1. August-Feier lancierte Zug Tourismus zwei Tassen mit verschiedenen Zug Motiven und ein I Love Zug T-Shirt. Im Herbst 2016 investierte Zug Tourismus dann weiter in die Entwicklung

eines Designs der Zuger Sehenswürdigkeiten. Dieses Design wurde danach als Motiv für neue Verkaufsartikel verwendet. SIGG-Getränkeflaschen und Victorinox Taschenmesser können seit Ende 2016 im Reisezentrum erworben werden. Der Umsatz der Verkaufsartikel konnte um 33% gesteigert werden.

ANLASSMANAGEMENT

Das Anlassmanagement von Zug Tourismus wurde 2016 reorganisiert. Durch die Anpassungen konnte der relative Bruttogewinn um 8% gesteigert werden.

Ende Jahr führte Zug Tourismus zwei öffentliche Führungen ein. An jedem ersten Samstag im Monat kann die Distillerie Etter auch von Individualgästen besichtigt werden. An jedem dritten Samstag im Monat findet in der Brauerei Baar eine Führung für Einzelpersonen statt. Die öffentlichen Führungen ergänzen das Freizeitangebot von Zug für Touristen und interessierte Einheimische.

MARKETING

An der Generalversammlung von Zug Tourismus im Mai wurde der Geschäftstourismusprospekt «Meet in Zug» lanciert. Er beinhaltet Wissenswertes für die Geschäftskunden in den Bereichen Unterkunft, Restaurant & Catering, Führungen & Guppen-events und Meetings & Eventlocations.

Zwischen April und September wurden Filmaufnahmen für den neuen Imagefilm über Zug gedreht. Die lange Produktionszeit ist darauf zurückzuführen, dass das Thema Chriesi, von der Bluescht bis hin zur Verarbeitung als Kirsch in den Film aufgenommen wurde. Der Film ist in den vier Schweizer Landessprachen und in Englisch verfügbar.

WERBUNG

Zug Tourismus pflegt enge Partnerschaften mit lokalen touristischen Unternehmen und Eventveranstaltern. Dadurch konnten an diversen Orten Inserate, Newsletterbeiträge, Logopräsenz usw. publiziert werden. In ausgewählten 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 in der Region. Ebenso publi-

zierten die lokalen Zeitungen und Radiosender diverse Berichte über Angebote von Zug Tourismus. Eine breite Berichterstattung kam durch zwei Radiosender zustande. Einerseits führte das Format Querfeldeins des Radio SRF 1 unter anderen durch Zug. Während mehreren Tagen berichtete der Sender über Highlights in Zug. Ebenso sendete das Radio Energy einen Nachmittag lang vom Landsgemeindeplatz in Zug. Zug Tourismus war an beiden Produktionen massgeblich beteiligt.

MARKETINGKOOPERATIONEN

Schweiz Tourismus promotete die Schweiz 2016 im In- und Ausland mit dem Thema Kunst. Für die Vermarktung von Zug wurde daher die begehbare Skulptur von Roman Signer des Kunsthause Zug fokussiert. In Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus bewarb Zug Tourismus die Themen Zuger Chriesi, Ägerisee inkl. Morgarten, Design aus Zug und die Höllgrotten. Des Weiteren wurden Familienangebote in der Region Zürich zusammengetragen und auf www.zuerich.com beworben.

ONLINEMARKETING

Die Webseiten von Zug Tourismus werden kontinuierlich ausgebaut. So wurde beispielsweise ein offenes Fotoarchiv für Pressemitarbeitende erstellt, Wochenendangebote entwickelt und zielgruppenspezifische neue Inhalte aufbereitet (z.B. Zug für Familien).

Die Social Media Kanäle von Zug Tourismus wurden Mitte 2016 um einen Instagram Account erweitert. Auf dem seit längerem bestehenden Facebook-Kanal werden Neuigkeiten und Bilder gepostet, lokale Events beworben und Verlosungen getätigt. Ebenso wurde in Zusammenarbeit mit der Stadtentwicklung eine Portraitreihe über Persönlichkeiten von Geschäften der Zuger Altstadt veröffentlicht.

Des Weiteren pflegte Zug Tourismus Kooperationen zu der Plattform RonOrp und mit dem EV Zug.

MESSEN & AUFTRITTE

Als Austragungsort des Eidgenössischen Schwing- und Älperfest 2019 präsentierte Zug Tourismus die Region Zug vom 26.– 28. August in Estavayer. Wäh-

rend diesen drei Tagen demonstrierte Zug Tourismus in Zusammenarbeit mit der Confiserie Speck bei brütender Hitze, wie eine Kirschtorte hergestellt wird und welche touristischen Highlights schon vor dem Grossevent in Zug besucht werden sollten.

Gemeinsam mit den Zugerland Verkehrsbetrieben AG war Zug Tourismus an der Zuger Messe vertreten. Zug Tourismus trat am Neuunternehmerapéro des Kantons und den beiden Neuzuzügeranlässen der Stadt Zug auf. An diversen Veranstaltungen in und um Zug war Zug Tourismus mit einem Informationsstand vertreten.

EVENTS

Der Mundartsänger Baschi trug wesentlich zu einer erfolgreichen Durchführung der städtischen 1. August-Feier bei. Bei strahlendem Wetter konnte diese von Zug Tourismus durchgeführt werden. Über den Sommer hindurch veranstaltete Zug Tourismus die traditionellen Platzkonzerte auf dem Landsgemeindeplatz in Zug. Und auch der 33. Zuger Märli-sunntig wurde von zwei Mitarbeitenden von Zug Tourismus mitorganisiert und war erneut ein grosser Erfolg. Der einzigartige Kinderevent verzaubert die Zuger Altstadt mit märchenhaftem Charme und lässt Kinderaugen alljährlich strahlen.

DANK

Ein herzliches Dankeschön gebührt unseren Mitgliedern, Partnern, der Hotellerie und der öffentlichen Hand für die wertvolle und erfreuliche Zusammenarbeit. Das gesamte Team von Zug Tourismus freut sich auf eine Vielzahl von spannenden Projekten im nächsten Jahr.

Seraina Koller
Geschäftsführerin

STATISTIKEN

Im Jahr 2016 verzeichnete der Kanton Zug 290'642 Logiernächte. Dies ist eine Abnahme von 11,2% gegenüber 2015. Gründe dafür sind einerseits der Rückgang der Gästefachfrage aus dem asiatischen

Raum, der Verlust von Übernachtungsmöglichkeiten sowie das Ausbleiben von nationalen und internationalen Grossanlässen in der Region.

LOGIERNÄCHTEVERGLEICH 2013 – 2016 SCHWEIZ – ZÜRICH – ZUG

| | 2013 | % | 2014 | % | 2015 | % | 2016 | % |
|---------------|------------|---|------------|----|------------|----|------------|-------|
| Schweiz | 35'623'883 | 2 | 35'933'512 | 1 | 35'628'476 | -1 | 35'532'576 | -0.3 |
| Kanton Zürich | 4'313'319 | 3 | 4'812'869 | 2 | 5'011'715 | 4 | 5'067'168 | 1.1 |
| Kanton Zug | 307'454 | 7 | 336'742 | 10 | 327'445 | -3 | 290'642 | -11.2 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge und Campingplätze
Quelle: Bundesamt für Statistik
Verfasser: Zug Tourismus
Datum: Februar 2017

LOGIERNÄCHTE

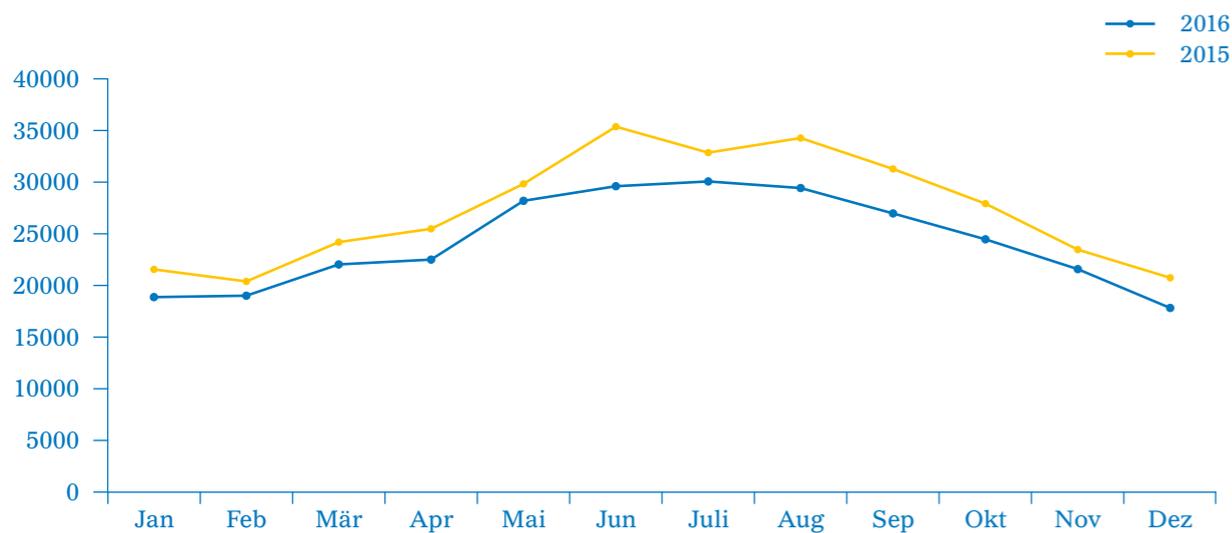
KANTON ZUG 2013-2016

Erwartungsgemäss sind die Sommermonate von Juni bis August am besten ausgelastet. Mit 30'076 Logiernächten war der Juli der stärkste Monat, gefolgt vom Juni mit 29'613 Logiernächten. Der grösste Rückgang im Vergleich zum Vorjahr

ist jedoch auch im Juni 2016 zu verzeichnen (-16%), da kein Grossevent in der Region stattfand im vergangenen Sommer (Juni 2015: Streethockey WM in der Stadt Zug).

| MONAT / JAHR | 2013 | +/- in % | 2014 | +/- in % | 2015 | +/- in % | 2016 | +/- in % |
|--------------|----------------|----------|----------------|-----------|----------------|-----------|----------------|------------|
| Januar | 20'922 | -5 | 21'408 | 2 | 21'560 | 1 | 18'879 | -12 |
| Februar | 20'860 | 0 | 21'416 | 3 | 20'398 | -5 | 19'015 | -7 |
| März | 22'498 | -7 | 24'269 | 8 | 24'202 | 0 | 22'043 | -9 |
| April | 24'639 | 22 | 24'883 | 1 | 25'489 | 2 | 22'511 | -12 |
| Mai | 27'096 | 3 | 30'600 | 13 | 29'837 | -2 | 28'201 | -5 |
| Juni | 30'854 | 16 | 31'514 | 2 | 35'377 | 12 | 29'613 | -16 |
| Juli | 30'242 | 13 | 33'063 | 9 | 32'864 | -1 | 30'076 | -8 |
| August | 32'352 | 19 | 36'994 | 14 | 34'278 | -7 | 29'436 | -14 |
| September | 29'512 | 8 | 31'450 | 7 | 31'287 | -1 | 26'981 | -14 |
| Oktober | 26'467 | 4 | 33'607 | 27 | 27'926 | -17 | 24'474 | -12 |
| November | 20'786 | -1 | 24'574 | 18 | 23'477 | -4 | 21'585 | -8 |
| Dezember | 21'226 | 11 | 22'964 | 8 | 20'750 | -10 | 17'828 | -14 |
| TOTAL | 307'454 | 7 | 336'742 | 10 | 327'445 | -3 | 290'642 | -11 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge und Campingplätze
Quelle: Bundesamt für Statistik
Verfasser: Zug Tourismus
Datum: Februar 2017



LOGIERNÄCHTE

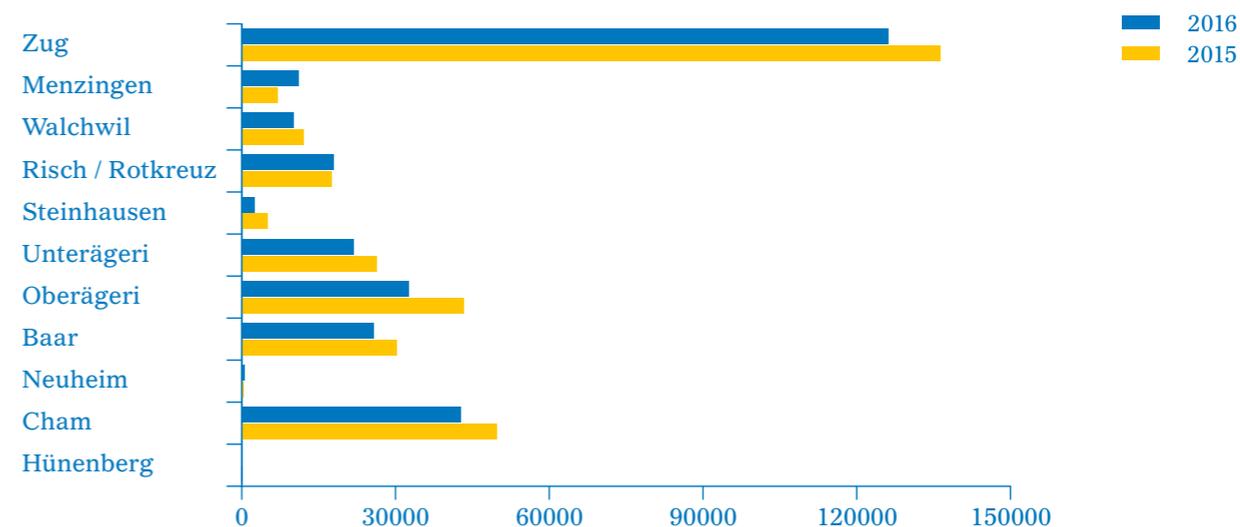
GEMEINDEN IM KANTON ZUG 2013-2016

Der Rückgang an Logiernächten trifft 2016 auf die meisten Gemeinden zu. Ein erfolgreiches Jahr darf aber in Neuheim +8%, Menzingen +60% und Risch +2% verbucht werden. Alle anderen Gemeinden verzeichneten, teils aufgrund des Weg-

falls von Übernachtungsmöglichkeiten einen Rückgang bei den Logiernächten (Stadt Zug -7%, Baar -15%, Cham -14%, Oberägeri -25%, Steinhausen -54%, Unterägeri -17%, Walchwil -17%).

| GEMEINDE/JAHR | 2013 | 2014 | +/- in % | 2015 | +/- in % | 2016 | +/- in % |
|------------------|----------------|----------------|-----------|----------------|-----------|----------------|------------|
| Zug | 120'555 | 124'529 | 3 | 136'156 | 9 | 126'110 | -7 |
| Menzingen | 15'374 | 13'999 | -9 | 6'913 | -51 | 11'090 | 60 |
| Walchwil | 11'827 | 12'509 | 6 | 12'029 | -4 | 9'989 | -17 |
| Risch / Rotkreuz | 17'681 | 18'001 | 2 | 17'518 | -3 | 17'876 | 2 |
| Steinhausen | 6'743 | 4'314 | -36 | 5'067 | 17 | 2'343 | -54 |
| Unterägeri | 35'020 | 36'744 | 5 | 26'171 | -29 | 21'826 | -17 |
| Oberägeri | 42'222 | 48'242 | 14 | 43'269 | -10 | 32'600 | -25 |
| Baar | 30'075 | 28'739 | -4 | 30'213 | 5 | 25'680 | -15 |
| Neuheim | 989 | 446 | -55 | 386 | -13 | 416 | 8 |
| Cham | 26'968 | 49'219 | 83 | 49'723 | 1 | 42'712 | -14 |
| Hünenberg | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 307'454 | 336'742 | 10 | 327'445 | -3 | 290'642 | -11 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge und Campingplätze
Quelle: Bundesamt für Statistik
Verfasser: Zug Tourismus
Datum: Februar 2017



LOGIERNÄCHTE

KANTON ZUG 2015/2016 NACH HERKUNFTSLÄNDER TOP 10

Mit einem Anteil von 42,6% aller Logiernächte bleiben Schweizer Gäste die bedeutendste Gästegruppe, gefolgt von Gästen aus Deutschland, England und den USA. Der signifikanteste Rückgang ist bei asiatischen Gästen zu verzeichnen (China ohne Hongkong: -57%). Mögliche Gründe für den Rück-

gang sind die sich abkühlende chinesische Wirtschaft, neue Passvorschriften für Visa-Erteilungen und die Angst vor Terroranschlägen. Eine Steigerung der Nachfrage zeigt sich 2016 bei Gästen aus den USA, Österreich und Russland.

| HERKUNFTSLÄNDER / JAHR | 2015 | 2016 | % Entwicklung |
|--------------------------|---------|---------|---------------|
| Schweiz (CH) | 137'752 | 123'669 | -10 |
| Deutschland (D) | 39'680 | 39'094 | -1 |
| Grossbritannien (GB) | 17'024 | 15'545 | -9 |
| Vereinigte Staaten (USA) | 14'235 | 15'304 | 8 |
| China (CHN) | 27'756 | 11'934 | -57 |
| Indien (IND) | 10'010 | 7'358 | -26 |
| Italien (I) | 9'549 | 7'181 | -25 |
| Frankreich (F) | 7'215 | 7'075 | -2 |
| Österreich (A) | 5'259 | 6'248 | 19 |
| Niederlande (NL) | 6'156 | 6'093 | -1 |
| Rest | 52'809 | 51'141 | -3 |

→ Zahlen ohne Jugendherberge und Campingplätze

Quelle: Bundesamt für Statistik

Verfasser: Zug Tourismus

Datum: Februar 2017

BILANZ 2016

| BILANZ | 31.12.15 | 31.12.16 |
|--|----------------|----------------|
| Aktiven | | |
| Kasse | 613 | 2'116 |
| Bankkonten | 150'396 | 215'310 |
| Forderungen | 48'116 | 67'054 |
| Warenvorräte | 2'700 | 4'800 |
| Transitorische Aktiven | 102'737 | 66'129 |
| Einrichtungen | 7'802 | 18'601 |
| TOTAL AKTIVEN | 312'365 | 374'011 |
| Passiven | | |
| Kreditoren | 69'580 | 146'558 |
| Rückstellungen | 61'200 | 65'100 |
| Transitorische Passiven | 105'720 | 80'591 |
| Reserven aus Leistungsvereinbarung Kt. Zug | 19'660 | 18'997 |
| Total Fremdkapital | 256'160 | 311'246 |
| Vereinskapital | 56'205 | 62'765 |
| TOTAL PASSIVEN | 312'365 | 374'011 |
| Vermögens-Rechnung | | |
| Vereinskapital am 1. Januar | 58'991 | 56'868 |
| Gewinn (-Verlust) | -2'786 | 5'897 |
| Zuweisung Reseve aus Leistungsvereinbarung | 663 | -1'432 |
| Gewinn (-Verlust) nach Zuweisung | -2'123 | 4'465 |
| TOTAL VEREINSKAPITAL | 56'868 | 61'333 |

ERFOLGSRECHNUNG 2016

| ERTRAG | 2015 | 2016 | Budget 2017 |
|--|------------------|------------------|------------------|
| Beitrag Kanton | 302'000 | 294'000 | 286'000 |
| Beitrag Stadt Zug | 75'000 | 75'000 | 75'000 |
| Beitrag Stadt Zug Sonntag | 15'000 | 15'000 | 15'000 |
| Total Ertrag öffentliche Hand | 392'000 | 384'000 | 376'000 |
| Kanton / Stadt: Marketingkooperation | 92'593 | 92'593 | 100'000 |
| Stadt: 1. August | 26'648 | 27'910 | 32'000 |
| Total Projekte öffentliche Hand | 119'241 | 120'502 | 132'000 |
| Ertrag Beherbergungsabgabe | 235'110 | 223'350 | 216'000 |
| Serviceleistungen / Anlässe | 328'067 | 250'508 | 216'000 |
| Kommissionen | 23'134 | 4'255 | 6'000 |
| Ertrag Verkaufsmaterial | 26'226 | 34'953 | 29'000 |
| Mitgliederbeiträge / Gönner | 51'810 | 52'950 | 51'000 |
| Marketingbeiträge | 96'529 | 138'965 | 126'500 |
| Delkredere Veränderungen / Debitorenverluste | -2'400 | 1'500 | -2'000 |
| Total Dienstleistungen und Marketing Dritte | 523'366 | 483'131 | 426'500 |
| TOTAL ERTRAG | 1'269'716 | 1'210'984 | 1'150'500 |

| AUFWAND | 2015 | 2016 | Budget 2017 |
|---|------------------|------------------|------------------|
| Personalaufwand | 563'676 | 555'575 | 558'900 |
| Allgemeine Verwaltung | 138'795 | 146'069 | 139'900 |
| Total Personal- und Verwaltungsaufwand | 702'472 | 701'644 | 698'800 |
| Materialaufwand | 12'471 | 25'522 | 25'200 |
| Marketingaufwand | 383'667 | 361'475 | 338'000 |
| Aufwand Projekte Dritte | 158'676 | 95'162 | 79'000 |
| Aufwand Kommissionen | 5'859 | 9'369 | 6'000 |
| Total Aktivitäten | 164'535 | 104'531 | 85'000 |
| Steuern / MWST-Kürzung | 9'357 | 11'914 | 12'000 |
| Verlust | -2'786 | 5'897 | -8'500 |
| TOTAL AUFWAND | 1'269'716 | 1'210'984 | 1'150'500 |



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 2016 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 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Zug, 24. März 2017

FINANZKONTROLLE DES KANTONS ZUG

Walter Hunziker
zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor

Reto Ruprecht
zugelassener Revisor

Beilage: Unterzeichnete Jahresrechnung 2016 (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

Postfach 1547, 6301 Zug
T 041 728 36 06, F 041 728 37 50
www.zg.ch/finanzkontrolle

HEINI SCHMID

Präsident

GIANNI BOMIO

Vertreter Kanton Zug

REGULA KAISER

Vertreterin Stadt Zug

MARIANNE SIDLER

Vertreterin Cham
Marketing

GABRIELA INGOLD

Finanzen

STEFAN GAREIS

Vertreter Hotellerie

BRUNO MEYER

Vertreter öffentlicher Verkehr
Marketing

GABRIEL GALLIKER

Vertreter Gewerbe
Marketing

BARBARA SCHNEIDER

Vertreterin Ägerital-Sattel
Gastronomie

SERAINA KOLLER

Geschäftsführerin 100%

PETER NIEDERBERGER

Leiter Marketing 90%

MICHÈLE HESS

Marketing 50%

CORINA ISENRING

Leiterin Front Office 90%

SARAH ONGOM

Front Office, Anlassmanagement 100%

CORINA AMMANN

Front Office, Anlassmanagement 60%

MELANIE WALKER

Front Office 40%

ALAIN STYGER

Praktikant Front Office 100%

MITGLIEDER

ÖFFENTLICHE HAND UND VERKEHRSVEREINE

Cham Tourismus
Einwohnergemeinde Stadt Zug
Gemeinde Hünenberg
Gemeinde Menzingen
Gemeinde Neuheim
Gemeinde Steinhausen
Kur- und Verkehrsverein Unterägeri
Verkehrsverein Baar
Verkehrsverein Oberägeri
Verkehrsverein Risch
Verkehrsverein Walchwil
Volkswirtschaftsdirektion des Kanton Zug

AKTIVMITGLIEDER

A

a living home
Aegerihalle
Aeschbach Chocolatier AG
Ägerisee Schifffahrt AG
Alfred Müller AG
Alpwirtschaft Brunegg
Alter und neuer Schmuck
Andi's BnB GmbH
Andy's Stand Up Paddles
APARTHOTEL Rotkreuz
Apartment Conrad
a'propos Catering GmbH
Autovermietung paninc AG

B

B&B Ardüser
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
Bewegung nach Mass GmbH
BiEAG Biomasse Energie AG
Bildungszentrum Schluethof
Bistro 1910
Bnb-12b
Boardstock GmbH
BOJACK Art & Design

Bootsvermietung Zug
Brauerei Baar
Braunvieh Schweiz
Busslinger Fotografie

C

Chäs-Hütte Rust
Cherry Bowl
Chicago Musik Bar & Lounge
Chollerhalle
Christen Visuelle Gestaltung
Christian Plaschy Music GmbH
City-Hotel Ochsen Zug
Cocktailtruck
Confiserie Speck
Credit Suisse
Curling Club Zug (CCZ)

D

DDLX Informatics GmbH
Dokumentationszentrum doku-zug.ch

E

Einkaufscenter Zugerland
Einsiedeln Tourismus
energy of events
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
Ferienwohnung Heimeli
Ferienwohnung Langheiden
Ferienwohnung Soland
Food Blog Zug
Fromyprint

G

Galerie Urs Reichlin AG
GAMMACATERING
Gastrag AG
Gastro Zug
GAUR
Genuss Film AG
Gesellschaft der Freunde von Kirchenmusik Zug

Green Fields B&B
gt-image GmbH
Guidle AG

H

HB-Adventure Switzerland AG
Heiner's Destillate GmbH
Herold Fahrzeugvermietung Hertz
HiTrental AG
Hofmärcht
Höllgrotten Baar
Hotel Arcade AG
Hotel Bauernhof Rotkreuz
Hotel Holiday Inn Express
Hotel Krone AG
Hotel Lorze
Hotel Löwen am See
Hotel Restaurant Eierhals
Hotel Restaurant Guggital
Hotel Schiff
Hotel Station
Hotel Waldheim Risch AG
Hotel Zugertor
Hotelbusiness Zug AG
Hotel-Restaurant Ochsen

I

Imkerei Arbach
International Men's Club of Zug
International School of Central Switzerland

J

JAHO Gastro AG
Jugendherberge Zug

K

Kern Collection
Kirschstrasse Schweiz GmbH
Kloster Kappel
Kneipp-Verein Zug
Kollegium St. Michael
Kollers Hoftreff
Kraftsy GmbH
Kunsthaut Zug

L

Lakeside Business Center AG
Landgasthof Löwen
Lassalle-Haus
Lauener Uhren und Schmuck

Liegenschaften Kaiser
Lohri
Lord's Catering
Lorzensaal Cham
Lounge & Gallery Zug

M

macor GmbH
Masquevino GmbH
Matthias Döll GmbH
Meier&Witz AG
Messe Zug AG
Militärhistorische Stiftung
Motel Sihlbrugg
Multicolor Print AG
Museum Burg Zug
Museum für Urgeschichte(n)
Mutthorn GmbH
MW Seefahrten AG
Mythenregion AG

O

Office Zug AG
Oldtimertreffen Zug (OSMT)
Olive & Oregano GmbH
Oswald Nahrungsmittel GmbH

P

Pferd als Partner GmbH
Pier 41
Pilatus Bahnen
Pinwheel Events GmbH
Pure Foods AG (Gärtnerei)

Q

Quittenbaum GmbH

R

Ref. Kirche Zürich Industriequartier
REGUS Business Center AG
Restaurant Albishaus GmbH
Restaurant Five Moods
Rigi Bahnen AG
Rösselet Schmuck & Uhren

S

S. Fassbind AG
Sattel-Hochstuckli AG
Satz und Pfeffer
SBB
Schäfli Gastro GmbH
Schifffahrtsgesellschaft für den Zugersee AG

Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee
Schiffs-Agentur / MS Schwan
Schlemmen Daheim
Seehotel Adler Arth am See
Seehotel Rigi Royal
segelyachtmietenzugersee.ch
Seleger Moor
Seminarhotel am Ägerisee AG
Service Station AG
SHI Homöopathie Schule
Skilift Neusell AG
Skippy Dancers GmbH
Smart Apartments AG
S'Näscht
Soft Landing
Spinni Event & Lounge
Stadlin Ambiente
Stall Luci
Stanserhorn-Bahn
Stiftung Jugendhaus Walchwilerberg
Stiftung Ziegelei-Museum
Stoosbahnen AG
Strickler Reisen AG
swiss sport & real estate AG
Swiss X Bikes Motorradcenter
Swiss-Boardinghouse AG
SwissEver Hotel Zug
Swisshotel Zug***

T

Taxi Keiser AG
TCS Camping Zugersee
Teehaus UMAMI AG
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
Verband Schweizer Volksmusik Zug
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

W

Wanderhütte Grümel
Wasserwerke Zug AG
Weber Vonesch AG
Wildpeak Outdoor Experiences & Coffeshop

Y

YunSong Akademie GmbH

Z

Zeltklub-Zentralschweiz
Zentrum Elisabeth
Zentrum Sonnhalde
Zug Sailing
Zuger Depot Technikgeschichte (ZDT)
Zuger Fischereiverein
Zuger Kantonalbank
Zuger Weihnachtsmarkt
Zuger Wirtschaftskammer
Zugerbergbahn AG
Zugerland Mobil AG
Zugerland Verkehrsbetriebe AG
Zuger-Trophy
Zurich Generalagentur

PARTNER

Verein Zuger Stadtführungen
Wunderbox

GÖNNER

Wasserwerke Zug

IMPRESSUM

Texte: Seraina Koller, Michèle Hess
Gestaltung: Christen Visuelle Gestaltung
Druck: Multicolor Print AG, Baar
Fotografie: Andreas Busslinger



Bahnhofplatz
6300 Zug

T +41 41 723 68 00
F +41 41 723 68 10

info@zug.ch
www.zug-tourismus.ch

