

LEISTUNGSVEREINBARUNG 2022 - 2025

betreffend

FÖRDERUNG DES TOURISMUS IM KANTON SCHAFFHAUSEN

(nachfolgend "**Leistungsvereinbarung**")

zwischen dem

Kanton Schaffhausen, Regierungsgebäude, 8200 Schaffhausen

vertreten durch:

den **Regierungsrat**,

dieser vertreten durch

den **Vorsteher des Volkswirtschaftsdepartements**

(nachfolgend "**Kanton**")

einerseits

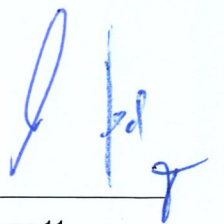
und

dem Verein **Schaffhauserland Tourismus**, Vordergasse 73, 8200 Schaffhausen

(nachfolgend "**SHLT**")

andererseits

(nachfolgend jede eine "**Partei**" und zusammen die "**Parteien**")



1. Allgemeines

1.1 Gesetzliche Voraussetzungen dieser Leistungsvereinbarung (Art. 4 Tourismusförderungsgesetz)

Gestützt auf das Tourismusförderungsgesetz vom 15. Mai 2017 (SHR 935.200) werden zur Förderung des Tourismus im Kanton Schaffhausen Förderbeiträge an die vom Regierungsrat bezeichnete kantonale Tourismusorganisation ausgerichtet.

Voraussetzungen für die Leistung von Förderbeiträgen sind:

- a) Ein auf mindestens vier Jahre ausgerichtetes Konzept zur Erreichung der Ziele gemäss Art. 2 Tourismusförderungsgesetz. Bei diesen handelt es sich um
 - a. die Verbesserung der Wahrnehmung des Kantons als attraktive Tourismusregion;
 - b. die Erhöhung der Anzahl sowie der Aufenthaltsdauer der Gäste im Kanton Schaffhausen und die Steigerung der Wertschöpfung;
 - c. die Information über touristische Angebote, namentlich mittels Betrieb von Internetplattformen und Tourist Offices, welche auch der einheimischen Bevölkerung dienen.
- b) Die erforderlichen professionellen Strukturen und fachlichen Fähigkeiten für die effiziente Umsetzung des Konzepts.
- c) Die angemessene Beteiligung an der Umsetzung des Konzepts mit eigenerwirtschafteten Mitteln.
- d) Die Vertretung eines wesentlichen Teils der touristischen Leistungsträger.

1.2 Zweck dieser Leistungsvereinbarung (Art. 5 Tourismusförderungsgesetz)

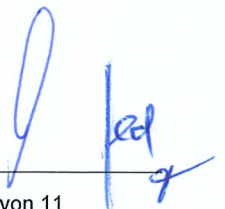
Die Leistungsvereinbarung stellt die effiziente Umsetzung des Konzepts zur Erreichung der Ziele gemäss Art. 2 Tourismusförderungsgesetz durch die Tourismusorganisation sowie die zweckbestimmte Mittelverwendung sicher und regelt die Modalitäten der Ausrichtung der Beiträge sowie das Berichtswesen und Controlling.

1.3 Natur dieser Leistungsvereinbarung

Diese Leistungsvereinbarung ist ein verwaltungsrechtlicher (öffentlich-rechtlicher) Vertrag zwischen dem Kanton Schaffhausen und dem eigenständigen, privatwirtschaftlichen Verein Schaffhauserland Tourismus (nachfolgend "SHLT").

1.4 Grundsätzliches Rollen- und Aufgabenverständnis

SHLT als kantonale Tourismusorganisation ist verantwortlich für die Vermarktung des touristischen Angebots im Kanton Schaffhausen sowie für die Beratung der Gäste gemäss gesetzlicher Zielsetzung. Die Bereitstellung der entsprechenden Angebote obliegt den touristischen Leistungsträgern und nicht SHLT als Destinationsvermarktungsorganisation. SHLT unterstützt und berät die touristischen Leistungsträger bei der Weiterentwicklung und Anpassung ihrer Angebote.



2. Konzept zur Erreichung der Ziele gemäss Art. 2 Tourismusförderungsgesetz

2.1 Ausgangslage

Der Kanton Schaffhausen verfügt über zahlreiche attraktive touristische Angebote. Die Stadt Schaffhausen, das Städtchen Stein am Rhein, die Rheinschiffahrt, der Rheinfall und die Landschaft mit der Weinregion des Blauburgunderlandes bieten eine hohe Aufenthalts- und Erlebnisqualität. Weitere Angebote im Umfeld dieser Leuchttürme sind ausbaufähig.

Aufgrund seiner Grösse und Lage ist der Kanton Schaffhausen als Kurzferiendestination oder Ausflugsziel zu betrachten. Selbst touristische Leuchttürme wie der Rheinfall und die Städte Schaffhausen und Stein am Rhein sind für sich alleine betrachtet klassische Kurzaufenthaltsziele. Die Gästezahl ist gerade bei Kurzaufenthalten noch kein Garant für Wertschöpfung. Um die Aufenthaltsdauer der Gäste und damit die Wertschöpfung im Kanton zu steigern, müssen die Gäste zum Besuch und zur Nutzung weiterer touristischer Angebote animiert werden. Die touristischen Leuchttürme sind dabei wertvolle Ausgangspunkte.

Auch Angebote ausserhalb der klassischen Besucherströme können in verschiedenen Kombinationen zu attraktiven Packages gebündelt werden. Die Aufgabe von SHLT als Systemmanager der Tourismusbranche besteht daher nicht nur darin, die vorhandenen Angebote wirksam zu bewerben, sondern bei den touristischen Leistungsträgern auch auf die Verknüpfung bestehender und die Schaffung neuer Angebote hinzuwirken, die zur besseren Wahrnehmung des Kantons Schaffhausen als attraktive Tourismusregion und zur Steigerung der Wertschöpfung beitragen.

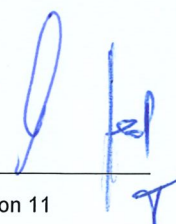
2.2 Grundsätze des Konzepts

Das Förderungskonzept ist ausgerichtet auf eine Steigerung der Wertschöpfung, welche vor allem von der Werthaltigkeit der Angebote, der Anzahl der Gäste und der Verweildauer der Gäste abhängt. Die Priorisierung von Massnahmen richtet sich nach der erzielbaren Steigerung der Wertschöpfung. Das Konzept fokussiert auf:

- Hervorhebung der touristischen Leuchttürme
- Massnahmen zur Erhöhung der Verweildauer
- Beratung der touristischen Leistungsträger
- Betreuung der Gäste und der einheimischen Bevölkerung

2.3 Touristische Leuchttürme

- Rheinfall
- Stadt Stein am Rhein
- Stadt Schaffhausen
- Rheinschiffahrt
- Landschaft, Genuss und Wein



2.4 Vermarktungsgrundsätze

2.4.1. Fokussierung auf folgende Profilt Themen

- Natur und aktive Erholung
- Wein und Genuss
- Kultur

Die Priorisierung liegt bei Angeboten mit hoher Wertschöpfung und Angeboten, welche eine längere Aufenthaltsdauer fördern.

2.4.2. Gästesegmente, inkl. einheimische Bevölkerung

- Naturverbundene
- Kulturbegeisterte
- Erlebnissuchende
- Geniesser
- Geschäftsreisende

2.4.3. Zielmärkte

- Schweiz
- Süddeutschland
- Deutschland, europäische Märkte, Fernmärkte

Die sorgfältige Überprüfung und Neubeurteilung der Zielmärkte erfolgen laufend.

2.5 Kommunikationsgrundsätze

Das Destinationsmarketing priorisiert folgende Kommunikationskanäle:

- Nutzung der digitalen Möglichkeiten
- Kampagnen in Kooperation mit Partnern und übergeordneten Organisationen
- Betreuung der Gäste vor Ort
- Medienarbeit mit Journalisten / Betreuung von Medienreisen

3. Massnahmen zur Umsetzung des Konzeptes

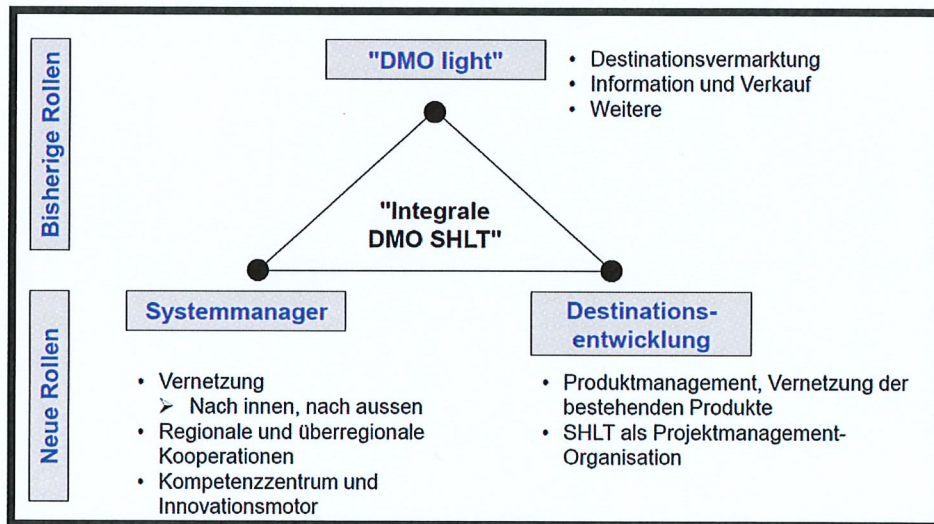
Die Massnahmen zur Verbesserung der Wahrnehmung des Kantons, die Massnahmen zur Erhöhung der Wertschöpfung und die Massnahmen zur Information der Gäste und der einheimischen Bevölkerung können nicht voneinander getrennt werden. Der Gesetzessystematik wird im Rahmen folgender Schwerpunkte Rechnung getragen:

Artikel gem. TFG SHR	Ziele der Tourismusförderung	Geschäftsfeld
935.200		
Art. 2 lit. a	Verbesserung der Wahrnehmung des Kantons Schaffhausen als attraktive Tourismusregion	- Destinationsvermarktung: - Destinationsentwicklung - Systemmanager

Art. 2 lit. b	Erhöhung der Anzahl sowie Aufenthaltsdauer der Gäste im Kanton Schaffhausen und die Steigerung der Wertschöpfung.	- Destinationsvermarktung - Destinationsentwicklung - Systemmanager
Art. 2 lit. c	Information über touristische Angebote, namentlich mittels Betrieb von Internetplattformen und Tourist Offices, welche auch der einheimischen Bevölkerung dienen.	- Destinationsvermarktung

SHLT strebt eine neue Positionierung an. Bis dato entspricht die Organisation einer «Destinations Management Organisation (DMO) light» mit Fokus auf «Destinationsvermarktung». Während der Laufzeit dieser Leistungsvereinbarung werden mit den zusätzlichen Geschäftsfeldern der „Destinationsentwicklung“ und des „Systemmanagers“ neue Elemente aufgebaut. Mit diesem Schritt entwickelt sich SHLT von einer «DMO light» in Richtung einer «DMO full» und stärkt so seine Position und die Rolle als kantonale Tourismusorganisation.

Abb. 1: Von der «DMO light» zur «DMO full»



3.2.1 Destinationsvermarktung

Marketingaktivitäten

- Gästeinformation
- Vermarktung
- Produktmanagement
- Erlebnisse und Veranstaltungen
- Service und Support

Tourist Offices

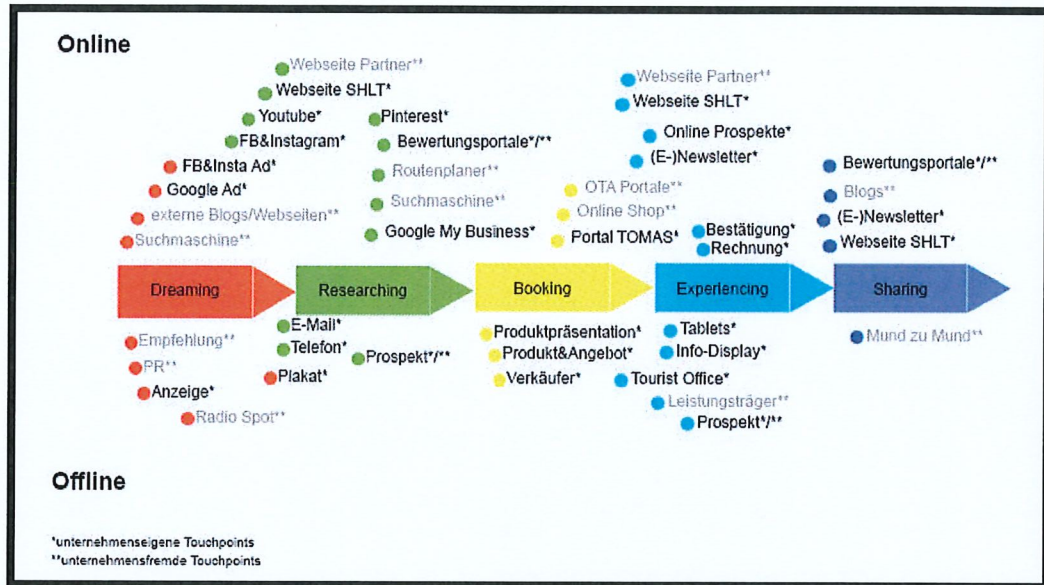
SHLT betreibt selber oder in Zusammenarbeit mit Dritten Tourist Offices

- am Rheinfluss
- in der Altstadt Schaffhausen
- in der Altstadt Stein am Rhein

- in Wilchingen (Fachstelle Landschaft & Wein zusammen mit der Geschäftsstelle des Vereins Regionaler Naturpark Schaffhausen RNPSH)

SHLT stellt mittels Customer Journey Modell sicher, dass dem Gast in den verschiedenen Phasen seiner Reise die benötigten unterschiedlichen Informationen (on- und/oder offline) zugänglich sind. Diese Informationen werden durch einen abgestimmten Kommunikationsmix an den jeweiligen verschiedenen Touchpoints wie beispielsweise Tourist Office, Website, Infoscreens, allg. Korrespondenz, Social Media angeboten.

Abb. 2: Customer Journey Modell SHLT



Die Rahmenbedingungen der Öffnungszeiten der Tourist Offices sind laufend zu überprüfen. Wichtige Kriterien, wie die Veränderung der Gästebedürfnisse sowie der einheimischen Bevölkerung, der Ausbau der digitalen Angebote/Erreichbarkeit (z.B. Info-Screens, buchbare Erlebnisse etc.), bilden dafür die Entscheidungsgrundlage für Veränderungen.

Führungen und Erlebnisse

SHLT

- bietet Führungen an und vermarktet diese zusammen mit weiteren thematischen Führungen verschiedener Leistungsträger und Partner. Die Führungen stehen den Gästen und der einheimischen Bevölkerung gleichermaßen zur Verfügung
- ist Anlaufstelle für Interessenten von Gruppenreisen (Schulen, Vereine, Firmen usw.)
- stellt Angebotsprogramme für Gruppen zur Verfügung
- verknüpft einzelne Angebote von Leistungsträgern zu attraktiven Packages
- unterstützt und berät Gäste bei der Zusammenstellung von Angeboten in der Region
- geht im Sinne des Service Public Kooperationen ein (z.B. Unterstützung kultureller Veranstaltungen durch Ticketverkauf)

3.2.2 Destinationsentwicklung

Produktmanagement

SHLT

- entwickelt und konzipiert zusammen mit touristischen Leistungsträgern neue touristische Angebote
- koordiniert und vernetzt touristischer Leistungsträger und etabliert diese am Markt
- unterstützt und berät die Leistungsträger bei der Bildung von touristischen Angeboten

Projektmanagement

SHLT

- setzt zusammen mit Leistungsträgern und Partnern touristische Projekte um
- bearbeitet touristische Projekte in Kooperation mit Leistungsträgern und Partnern
- unterstützt und berät Leistungsträger bei touristischen Projekten

3.2.3 Systemmanager

Anspruchsgruppenmanagement

SHLT

- pflegt einen engen Austausch mit den touristischen Leistungsträgern, um deren Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen
- sensibilisiert die touristischen Leistungsträger für das gemeinsame Destinationsmarketing
- orientiert die Leistungsträger regelmässig über Entwicklungen im Tourismus
- gibt Rückmeldungen und Bedürfnisse der Gäste adäquat an die touristischen Leistungsträger weiter und unterstützt diese auf diese Weise in ihrem Produktmanagement
- fördert die Zusammenarbeit und Netzwerkbildung unter den touristischen Leistungsträgern im Rahmen von geeigneten Veranstaltungen
- strebt die Neugewinnung touristischer Leistungsträger an zwecks besserer Koordination und Integration in die Angebote

Kooperationen

SHLT

- sucht die Kooperation mit regionalen Organisationen, wie z.B. dem Verein Regionaler Naturpark Schaffhausen (RNPSH) oder der IG Rheinfall
- verstärkt und entwickelt Kooperationen mit touristischen Leistungsträgern und Partnern

4. Finanzierung der Massnahmen zur Umsetzung des Konzepts

Die Massnahmen gemäss vorstehend Ziffer 3 werden wie folgt durch Förderbeiträge und eigenerwirtschaftete Mittel von SHLT finanziert:

4.1 Förderbeiträge

An die Finanzierung der Massnahmen gemäss vorstehend Ziffer 3 werden jährliche Förderbeiträge ausgerichtet: Diese setzen sich zusammen aus Beiträgen des Kantons und der Gemeinden sowie aus Kurtaxen (Art. 3 Tourismusförderungsgesetz).

Der Kantonsbeitrag beträgt jährlich 250'000 Franken (Art. 6 Tourismusförderungsgesetz).

Die Gemeinden Neuhausen am Rheinfl, Schaffhausen und Stein am Rhein entrichten jährliche Beiträge von 4 Franken pro Einwohner. Die übrigen Gemeinden entrichten jährliche Beiträge von 2 Franken pro Einwohner. Die Gemeindebeiträge bemessen sich anhand der vom Kanton Schaffhausen jährlich publizierten Einwohnerzahlen per 31. Dezember des Vorjahres (Art. 7 Tourismusförderungsgesetz).

Die Kurtaxen betragen 2.50 Franken pro Übernachtung in einem Beherbergungsbetrieb. Die Erhebung und Bemessung der Kurtaxe richtet sich nach Art. 8 und 9 Tourismusförderungsgesetz.

Die Auszahlung der Förderbeiträge an SHLT erfolgt wie folgt:

Kantonsbeitrag	Auszahlung jeweils bis Ende Januar
Gemeindebeiträge	Die Gemeindebeiträge werden vom Kanton jeweils im ersten Quartal bei den Gemeinden eingefordert und spätestens Ende Juni an SHLT weitergeleitet
Kurtaxen	Die Kurtaxen werden vom Kanton vierteljährlich eingezogen und innerhalb eines Monats nach Eingang an SHLT weitergeleitet. Die Weiterleitung der Kurtaxen an SHLT erfolgt ohne Abzug. Das Risiko der Uneinbringlichkeit von Kurtaxen trägt SHLT

4.2 Eigenerwirtschaftete Mittel

Die über diese Förderbeiträge hinausgehenden Kosten trägt SHLT mit eigenerwirtschafteten Mitteln. Diese bestehen aus Mitgliederbeiträgen, aus Erträgen von Führungen, aus Abgeltungen Dritter für spezifische Leistungen von SHLT und aus Erträgen von Warenverkäufen.

5. Reporting und Controlling

SHLT stellt dem Volkswirtschaftsdepartement jährlich folgende Dokumente zur Verfügung:

- Jahresbericht und –rechnung des Vorjahres jeweils bis Ende April
- Cockpit des Vorjahres bis Ende April
- Voranschlag für das Folgejahr jeweils bis Ende Dezember

Anlässlich von zweimal jährlich stattfindenden Gesprächen erläutert SHLT die erwähnten Dokumente und informiert das Volkswirtschaftsdepartement über die Umsetzung der Massnahmen gemäss Ziffer 3 und die aktuellen Entwicklungen.

SHLT bedient die vom Kanton bezeichneten Vertretung des Volkswirtschaftsdepartementes mit allen Unterlagen der Vorstandssitzungen.

6. Jährlicher Nachweis der Voraussetzungen gemäss Art. 4 Tourismusförderungsgesetz sowie der Leistungspflichten von SHLT

SHLT erbringt den Nachweis der professionellen Strukturen und fachlichen Fähigkeiten im Sinne von Art. 4 Abs. 1 lit. b Tourismusförderungsgesetz jeweils bis Ende April mittels aktuellem Organigramm.

SHLT erbringt den Nachweis der Finanzierung durch eigenerwirtschaftete Mittel im Rahmen von Jahresbericht und –rechnung. Mit dem Budget gibt SHLT jährlich einen Ausblick auf den für das Folgejahr geplanten Einsatz der finanziellen Mittel.

SHLT erbringt den Nachweis der Vertretung eines wesentlichen Teils der touristischen Leistungsträger gemäss Art. 4 Abs. 1 lit. d Tourismusförderungsgesetz jeweils bis Ende April mittels aktueller Mitgliederliste.

7. Rückforderung der Beiträge

Verwendet SHLT die Förderbeiträge nicht gemäss dieser Leistungsvereinbarung, so sind diese in vollem Umfang der Zweckentfremdung zurückzuerstatten. Der Nachweis der vereinbarungsgemässen Mittelverwendung obliegt SHLT.

8. Jährliche Überprüfung des Konzepts und der Massnahmen

Mit der Leistungsvereinbarung sind eine effiziente Umsetzung des Konzepts zur Erreichung der Ziele gemäss Art. 2 sowie eine zweckbestimmte Mittelverwendung sicher zu stellen (Art. 5 Abs. 2 Tourismusförderungsgesetz). In einem dynamischen Umfeld wie dem Tourismus bedeutet dies, dass neben dem Vollzug der vereinbarten Massnahmen auch das Konzept und die Zweckmässigkeit und Effizienz der Massnahmen zu dessen Umsetzung einer regelmässigen Überprüfung unterzogen werden müssen.

Die Überprüfung erfolgt im Rahmen der Besprechung zwischen Volkswirtschaftsdepartement und SHLT gemäss vorstehend Ziffer 5. Grundlage der Überprüfung bildet das Cockpit im Anhang.

Das Volkswirtschaftsdepartement und SHLT analysieren gestützt auf diese Kennzahlen das Kosten-/Nutzen-Verhältnis der vereinbarten Massnahmen. Sie berücksichtigen dabei die bisherige Entwicklung sowie eingetretene und sich abzeichnende Veränderungen der Rahmenbedingungen.

Bei Bedarf wird die Leistungsvereinbarung bezüglich der vereinbarten Massnahmen angepasst.

9. Gesamte Vereinbarung/Vertragsänderungen

Die vorliegende Leistungsvereinbarung gibt die gesamte Vereinbarung der Parteien in Bezug auf den Vertragsgegenstand wieder und ersetzt alle diesbezüglichen früheren schriftlichen oder mündlichen Abreden.

Änderungen der vorliegenden Leistungsvereinbarung einschliesslich solcher im Sinne von Ziff. 8 bedürfen der Schriftform und der Unterzeichnung durch beide Parteien.

10. Vertragsübertragung

Die Vertragsparteien dürfen ohne schriftliche Zustimmung der jeweils anderen Partei keine Rechte aus der vorliegenden Leistungsvereinbarung oder als unmittelbare oder mittelbare Folge aus der vorliegenden Leistungsvereinbarung hervorgehende Rechte übertragen.

11. Dauer der Vereinbarung

Diese Leistungsvereinbarung dauert unter Vorbehalt der Voraussetzungen von Art. 4 des Tourismusförderungsgesetzes vom 1. Januar 2022 bis längstens 31. Dezember 2025.

12. Publikation der Vereinbarung

SHLT nimmt zur Kenntnis und erklärt sich damit einverstanden, dass diese Vereinbarung im Sinne von Art. 5 Abs. 3 Tourismusförderungsgesetz publiziert wird.

13. Salvatorische Klausel

Sind oder werden Bestimmungen dieser Leistungsvereinbarung ganz oder teilweise ungültig oder verstossen sie gegen gesetzliche Vorschriften, so bleiben die übrigen Bestimmungen dieser Leistungsvereinbarung hiervon unberührt. Die Vertragsparteien sind verpflichtet, ungültige Bestimmungen durch gültige Bestimmungen zu ersetzen, welche die Absichten der Parteien wirtschaftlich so weit wie möglich widerspiegeln. Diese Bestimmung findet entsprechende Anwendung auf Vertragslücken.

14. Gerichtsstand

Diese Leistungsvereinbarung untersteht Schweizer Recht. Ausschliesslicher Gerichtsstand für sämtliche Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit dieser Leistungsvereinbarung ist Schaffhausen.

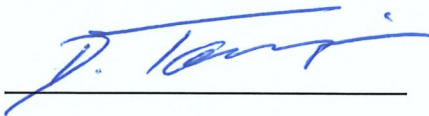
Schaffhausen, 10.12.2021

Schaffhausen, 8. Dezember 2021

Kanton Schaffhausen

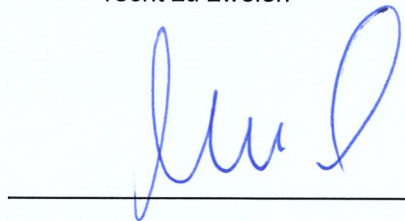
vertreten durch
den Regierungsrat,
dieser vertreten durch den Vorsteher
des Volkswirtschaftsdepartementes

Name: Dino Tamagni
Titel: Vorsteher des
Volkswirtschaftsdepartementes

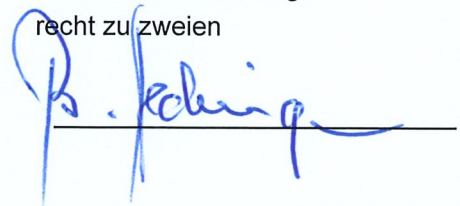


Schaffhauserland Tourismus

Name: Thomas Imobersteg
Titel: Präsident des Vorstandes
mit Kollektivzeichnungs-
recht zu zweien



Name: Beat Hedinger
Titel: Direktor
mit Kollektivzeichnungs-
recht zu zweien



Anhang:

- Cockpit Schaffhauserland Tourismus

Cockpit und Kennzahlen Schaffhauserland Tourismus

		KPI	2021 (Q3)	Bemerkungen	2022 Ziel	2022	2023 Ziel	2023	2024 Ziel	2024	2025 Ziel	2025	Bemerkungen
1 Destinationsvermarktung (Tourismförderungsgesetz Art. 2 lit. a), b), c)													
Visitor Centre und Tourist Offices													
Anzahl Besucher im Visitor Centre	Gäste während Öffnungszeiten		12'520		18'000								
Anzahl bearbeitete Mails E-CRM Visitor Centre (Kundenemail)	Versendete Mails über E-CRM		4'011		5'000								
Anzahl Besucher im Tourist Office Stein am Rhein	Gäste während Öffnungszeiten über E-CRM Software		6'691		9'000								
Anzahl bearbeitete Mails E-CRM (Kundenemail)			2'364		3'200								
Besucher Info Shop am Rheinflall	Gäste während Öffnungszeiten		126'737		180'000								
Anzahl bearbeitete Mails E-CRM Landschaft und Wein (Kundenemail)	über E-CRM Software		580		800								
Ertrag Warenverkauf	CHF, gemäss Erfolgsrechnung		476'352		620'000								
Führungen													
Anzahl öffentliche Führungen Schaffhausen	Anzahl Führungen		43		53								
Anzahl Gruppenführungen Schaffhausen und Rheinflall	Anzahl Führungen		209		350								
Anzahl öffentliche Führungen Stein am Rhein	Anzahl Führungen		47		55								
Anzahl Gruppenführungen Stein am Rhein	Anzahl Führungen		187		240								
Anzahl öffentliche Führungen Landschaft und Wein	Anzahl Führungen		4		7								
Anzahl Gruppenführungen Landschaft und Wein	Anzahl Führungen		107		150								
Ertrag Führungen	CHF, gemäss Erfolgsrechnung		112'388		112'000								
Marketing													
Seitenaufrufe www.schaffhauserland.ch	Klicks auf Seite		579'801		608'800								
Download Broschüren über die Webseite	Anzahl Downloads		1'153		1200								
Versand Printprodukte via Mailinghouse, Rheinflallflyer	Anzahl Broschüren				Auswertung erfolgt erst Ende Jahr								
Ereignisse auf der Webseite "Call to Action"	Action Button (Bso. Jetzt buchen bei LT,	5'379			Tracking seit Aug. 2020								
Durchschnittliche Öffnungsrate GästeneWSletter	durchschnittliche unique Öffnungsrate pro Jahr		1		30%								
Anzahl registrierte Newsletter Abonnenten	Newsletter Abonnenten		1'338		1'405								
Erlebnisse (intern und extern) und Veranstaltungen													
Anzahl buchbare Erlebnisse und Veranstaltungen im TOMAS (Verkaufs- und Vertriebsplattform)	Anzahl Erlebnisse		6		12								
Verkaufte Tickets TOMAS (Verkaufs- und Vertriebsplattform)	Verkaufte Tickets		2'591		2'900								
Anzahl betreute Grossveranstaltungen	Anzahl Grossveranstaltungen		4		4								
Ertrag Erlebnisse und Veranstaltungen	Ertrag gemäss Erfolgsrechnung		85'210		150'000								
2 Destinationsentwicklung (Tourismförderungsgesetz Art. 2 lit. a), b))													
Produkt- und Projektmanagement													
gemäss separatem Reporting (informativ)	separates Reporting				Destination.Data RheinGenussRoute Velovan elmoove								
3 Systemmanager (Tourismförderungsgesetz Art. 2 lit. a), b))													
Kooperationen													
Anzahl Leistungsvereinbarungen	Anzahl		9		10								
Ertrag Leistungsverträge / Kooperationen	CHF, gemäss Erfolgsrechnung		195'401		226'000								
Mitglieder													
Anzahl Mitglieder SHLT	Anzahl Mitglieder		426		431								
Anzahl interne Branchenanlässe	Durchgeführte Branchenanlässe		5		5								
Übernachtungen													
Logiernächte Hotellerie BFS	Loiernächte BFS		77'895		120'000								
Aufenthaltsdauer, BFS	Anzahl Tage BFS		2.3		2.1								