

# Jahresbericht 2022

## Thurgau Tourismus





Mit der Teilnahme am schweizweit vom SECO geförderten Projekt «Swiss Wine Tours» sollen entsprechende Angebote erfasst, qualitativ verbessert, gebündelt und vermarktet werden.

Herausgeber  
Layout  
Druck

Thurgau Tourismus, Romanshorn  
Joss – Visuelle Kommunikation, Weinfelden  
Bodan AG, Kreuzlingen, 650 Ex.

Titelbild

Abendstimmung am PADL Festival 2022



Für detaillierte Berichte  
zum Jahresrückblick 2022

## Grosses Engagement für eine attraktive Ferienregion



Werner Fritschi

Die Lust auf Fern- und Städtereisen ist nach zwei Jahren Unterbruch bei den Schweizerinnen und Schweizern wieder deutlicher in den Fokus gerückt. Das hat sich leicht nachteilig auf den Tourismus im Thurgau ausgewirkt. Die guten Übernachtungszahlen aus dem Vor-Corona-Jahr 2019 wurden dennoch erreicht bzw. teilweise auch übertroffen. Gerade der Camping-Tourismus hat gegenüber 2019 deutlich zulegen können. In diesem Segment darf der Thurgau auf mehrere, sehr gute Betriebe setzen. Der zukunftsorientierte Ausbau der Touristenplätze unterstützt die Bemühungen für einen sanften Tourismus. Der Thurgau verfügt über sehr gute Hotelbetriebe, welche ein vielfältiges Spektrum anbieten. In diesem Segment mit einer hohen Wertschöpfung braucht es zusätzliche Betriebe, damit der Thurgau auch weiter eine attraktive Ferienregion bleibt. Aussergewöhnliche Unterkünfte sind ein Markenzeichen des Thurgaus und werden immer wieder in renommierten, internationalen Magazinen portraitiert. Sie sind ein guter Werbeträger für den Thurgau.

Der Weg zur Voll-DMO (Destination Management Organisation) für den gesamten Kanton Thurgau wurde konsequent und mit grossem Engagement aller Beteiligten weitergeführt. Mit der Region Frauenfeld-Thurtal-Hinterthurgau konnte das dritte Gebiet in Thurgau Tourismus integriert werden. In Zukunft werden somit touristische Angebote im ganzen Kanton Thurgau aus einer Hand zielgerichtet vermarktet. In allen drei Regionen existiert ein Produktmanagement, welches zusammen mit den Leistungsträgern neue Angebote realisiert. Das zentrale und dezentrale Produktmanagement sind miteinander verzahnt und ergänzen sich optimal.

Der Fachkräftemangel hat sich leider auch im Tourismus bemerkbar gemacht. Sowohl in der Hotel-, wie auch in der Gastro-Branche fehlen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dank dem engagierten Wirken aller Beteiligten konnte trotzdem weitgehendst eine hohe Qualität angeboten werden. Der Tourismus ist ein grosses, engagiertes Netzwerk von vielen Akteuren mit einer Wertschöpfung weit über den Kernbereich hinaus. Vielen Dank den Beteiligten! An den Kanton Thurgau und die Gemeinden für die guten Rahmenbedingungen und das finanzielle Engagement. An die diversen touristischen Leistungsträger für die aktive Zusammenarbeit. Und ganz besonders an das Team von Thurgau Tourismus für den grossen Einsatz. Typisch Thurgau.

A stylized, handwritten signature in black ink, appearing to read 'W. Fritschi'.

Werner Fritschi  
Präsident Thurgau Tourismus

# Zahlen und Fakten

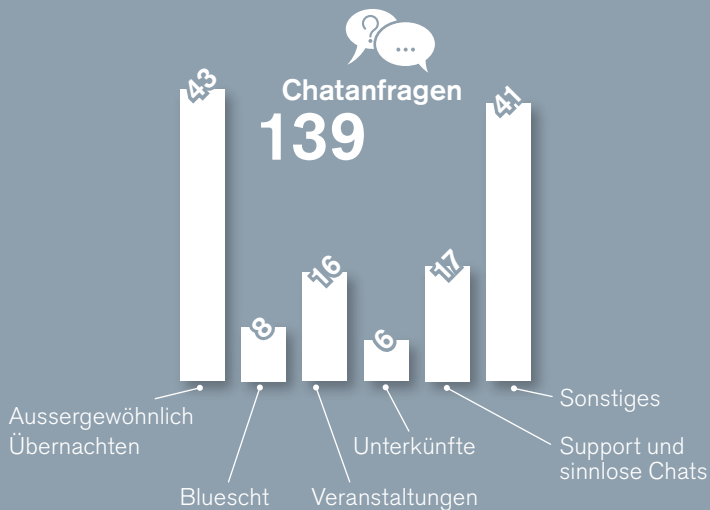


Logiernächte Hotel

392'508

159'896

Logiernächte Camping



23 Medienreisen



Anteil Schweizer Gäste

Hotellerie 72 %

Camping 80 %

Jugendherberge 83 %

9'528 

Tourenblätter-  
Downloads

Velotour

37,35 %

Wanderung

64,18 %

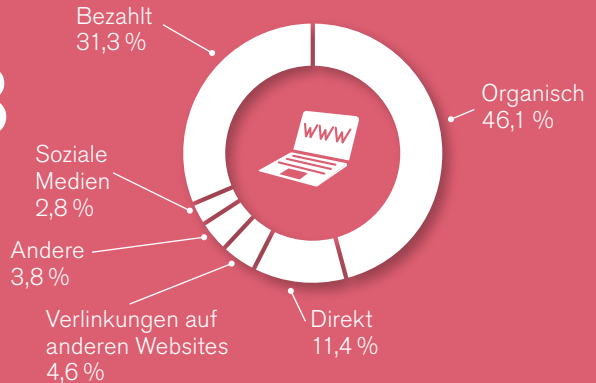


OSKAR-Tage

245'790

1'066'018

Sitzungen auf  
thurgau-bodensee.ch



Passagiere der Kursschiffahrt

500'201



98 %



Bubble-Auslastung



Conversion 50,6 %  
Seminarbuchungen

Conversion 68,4 %  
Gruppenbuchungen

# Das Jahr im Überblick

Einige ausgewählte Projekte von Thurgau Tourismus im Jahr 2022.

Januar

1.



2022 feiert die UNESCO das Jahr des Glases und der Thurgau feiert mit. Verschiedene Ausstellungen rund um Glas und Gloria sind in den Museen zu sehen.

Februar

7.

An zwei Tagen findet eine gemeinsame Schulung der Frontoffice-Mitarbeitenden von Thurgau sowie Schaffhauserland Tourismus statt.

17.



Die Macardo Swiss Distillery GmbH wird zum 21. Thurgauer Tourismuspreisträger gekürt.

23.

In der Kartause Ittingen findet zum ersten Mal ein Bubble-Fest für alle Mitarbeitenden aller Standorte statt. Es wurde auf fünf erfolgreiche Himmelbett-Jahre angestossen und die 6. Saison eingeläutet.

März

April

1.



In Müllheim lädt die erste Fussballgolf-Anlage in der Ostschweiz zum Fussballplausch ein. Fussballgolf ist ein Freizeitspass für Gross und Klein, für Familien, Vereine und Firmen.

6.

Der Medienevent findet wieder statt, diesmal unter dem Motto «Aloha Thurgau – unentdeckte Wasseroasen».

8.

Es kommt zur Einigung über die Umsetzung des neuen Arboner Modells. Das ist ein Durchbruch für die Umsetzung der DMO 2023 in Arbon.

Mai

7./14.



Das Naturkino in Egnach feiert Premiere. 150 Gäste geniessen einen wundervollen Kinoabend zwischen blühenden Apfelbäumen.

21.

Das Angebot «Kunst und Wein am Iselisberg» wird lanciert. Der Kunst- & Weinweg führt Interessierte rund um den Iselisberg an Skulpturen, Selbstkelterer, Weingütern, Restaurants und Hofläden vorbei.

Juni

Juli

August

September

Oktober

November

Dezember

1.

Thurgau Tourismus war Teil der Sommerkampagne von Schweiz Tourismus, welche über die verschiedenen Kanäle und in verschiedenen Märkten ausgespielt wurde. Über die gesamte Laufzeit wurde unser Shortclip zum Thema Velocamping über 82'000 mal angeschaut.

22. – 26.



Das fünftägige PADDL Festival feiert mit einem breiten Rahmenprogramm den Auftakt zum Paddel-Sommer am Bodensee.

29.

Der Soft-Launch der neuen E-Bike-Route «RheinWelten» ist erfolgt. Das Angebot verknüpft die bestehende Veloland Schweiz «Rhein-Route 2» mit ausgewählten regionalen Erlebnissen, Sehenswürdigkeiten und Attraktionen.

1.



Der neue E-Bike-Food-Trail rund um Romanshorn wird Anfang Juli eröffnet. Die genussvolle Schnitzeljagd führt an sechs verschiedenen Genuss-Stopps vorbei.

5.

Das erste Video auf unserem neuen Tiktok-Kanal wird veröffentlicht. Bis Ende Jahr 2022 sind es 42 veröffentlichte Videos auf Tiktok.

6.

Seit der Live-Schaltung der neuen Website am 11. Juni 2018 wird unsere 3-Millionste Sitzung auf thurgaubodensee.ch gezählt.

1.



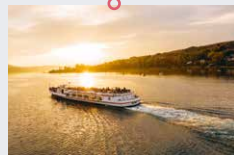
Auf dem Hof Hagschnurer in Hüttwilen gibt es ein neues Outdoor-Wellness-Angebot. Für einen gemütlichen Aufenthalt auf dem Hof steht vom Herbst bis Frühling ein Hot Pot zur Verfügung.

3.

An der 1. Thurgauer Bierzugfahrt fahren fast 300 Besucher mit einem kleinen Goodie-Rucksack inklusive Degustationsglas auf der Bahnlinie Frauenfeld-Wil von einem Stopp zum nächsten. Unterwegs warten Brauereien mit Bieren zum Probieren.

21.

Das erste Partner-Webinar von TGT findet statt.



Das grenzüberschreitende Herbstshopping am Untersee findet zum 5. Mal statt. An fünf Wochenenden kann man mit einem Hop-On-Hop-Off Ticket die Region mit einem Schiff der URH erkunden.

Die ersten Partnergespräche finden statt, um die Zusammenarbeit zu intensivieren.

5.



Es erfolgt der Kick-Off zum Thema Nachhaltigkeit bei TGT. Im Team werden die internen Massnahmen im Rahmen des Swisstainable-Programms vorgestellt.



# Erfolgsrechnung

	2022 in CHF	2021 in CHF
<b>Betrieblicher Ertrag</b>	<b>2 765 269.18</b>	<b>2 528 199.40</b>
Mitgliederbeiträge	1 946 169.81	1 787 866.20
Sponsoring	61 499.55	79 927.12
Marketing	166 930.00	135 896.75
Gästeinformation	227 988.00	226 231.23
Produktmanagement	266 990.85	246 022.10
<b>Ertrag aus Geschäftsstellen</b>	<b>59 564.09</b>	<b>32 247.65</b>
<b>Übrige Erlöse</b>	<b>39 988.75</b>	<b>20 667.83</b>
<b>Erlösminderung</b>	<b>-3 862.42</b>	<b>-659.48</b>
<b>Aufwendungen für den Leistungsauftrag</b>	<b>-1 088 085.15</b>	<b>-1 024 875.94</b>
Werbedrucksachen	-45 063.51	-104 263.68
E-Marketing	-223 076.77	-174 973.83
Medien und Kommunikation	-186 023.01	-138 054.11
Gästeinformation	-102 648.99	-123 158.96
Produktmanagement	-184 646.50	-215 798.68
Aufwand Geschäftsstellen	-131 837.00	-129 926.40
<b>Diverse Aufwendungen</b>	<b>-214 789.37</b>	<b>-138 700.28</b>
Bezogene Dienstleistungen	-5 479.37	-11 317.58
Projekte und Kooperationen	-209 310.00	-127 382.70
<b>Personalaufwand</b>	<b>-1 338 332.69</b>	<b>-1 246 077.08</b>
<b>Verwaltungsaufwand</b>	<b>-243 152.76</b>	<b>-198 425.50</b>
<b>Abschreibungen</b>	<b>-62 624.20</b>	<b>-46 668.44</b>
<b>Finanzaufwand und Finanzertrag</b>	<b>-1 268.70</b>	<b>-2 151.27</b>
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>31 805.68</b>	<b>10 001.17</b>
<b>Ausserordentlicher, einmaliger Ertrag / Aufwand</b>	<b>-24.22</b>	<b>38 790.94</b>
<b>Zuweisung (-) / Entnahme (+) von Rückstellungen</b>	<b>-</b>	<b>60 000.00</b>
<b>Jahresergebnis</b>	<b>31 781.46</b>	<b>108 792.11</b>

# Bilanz

	31.12.2022 in CHF	31.12.2021 in CHF
<b>Aktiven</b>		
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>1 357 433.59</b>	<b>1 345 568.30</b>
Flüssige Mittel	943 637.82	916 719.24
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	227 573.25	258 928.05
Aktive Rechnungsabgrenzung	186 222.52	169 921.01
<b>Anlagevermögen</b>	<b>108 855.27</b>	<b>124 155.27</b>
Finanzanlagen	24 255.27	19 655.27
Sachanlagen	84 600.00	104 500.00
<b>Total Aktiven</b>	<b>1 466 288.86</b>	<b>1 469 723.57</b>
<b>Passiven</b>		
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>1 078 385.87</b>	<b>1 106 490.04</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistungen	664 594.32	583 939.27
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	7 112.00	6 928.80
Passive Rechnungsabgrenzung	79 367.89	185 387.84
Rückstellungen kurzfristig	327 311.66	330 234.13
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>	<b>40 000.00</b>	<b>47 112.00</b>
Langfristige, verzinsliche Verbindlichkeiten	0.00	7 112.00
Langfristige Rückstellungen	40 000.00	40 000.00
<b>Eigenkapital</b>	<b>347 902.99</b>	<b>316 121.53</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>1 466 288.86</b>	<b>1 469 723.57</b>

# Anhang zur Jahresrechnung

## Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

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

Sachanlagen:

Die Sachanlagen werden direkt abgeschrieben. Die Abschreibungen erfolgen nach der degressiven Methode. Die Aktivierungsgrenze liegt bei CHF 1 000.

## Angaben und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung

Finanzanlagen:

	31.12.22 CHF	31.12.21 CHF
– Schweiz. Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein AG, Schaffhausen, 1 NA nom. 100	1	1
– Internationale Bodensee Tourismus GmbH, Konstanz; Geschäftsanteil € 5 151 (4.29 %)	–	–
– triplet.services Genossenschaft, Baar, 1 Anteilschein à nom. Fr. 1 500	1 500	1 500
– TKB, Mieterkaufkonto für Büroräumlichkeiten in Romanshorn	8 154	8 154
– Direkte und indirekte Beteiligungen; Seminarland Ostschweiz GmbH, R'horn (direkt), Buchwert	10 000	10 000
– Stimm-, Kapitalanteil in % und nominell in CHF 50% / 50%	10 000	10 000
<b>Total Buchwert Finanzanlagen</b>	<b>24 255</b>	<b>19 655</b>

Anzahl Mitarbeiter

Bandbreite der Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt

< 50

< 50

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

– Fahrzeug-Leasingverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von mehr als 12 Monaten nach Bilanzstichtag	40 923	57 185
– Mietvertrag für Büroräumlichkeiten mit einer festen Vertragsdauer bis am 31. 12.2023 mit Indexierung	27 787	55 573
– Mietvertrag für Gewerberäume mit einer festen Vertragsdauer bis am 28.2.2026 mit Indexierung	76 000	100 000
– Mietvertrag für Farb-Printsystem mit einer festen Vertragsdauer bis am 30. 4.2023	2 208	8 832
– Jährlicher, variabler Gesellschafterzuschuss an die Internationale Bodensee Tourismus GmbH (kündbar zum Schluss eines jeden Geschäftsjahres mit einer Frist von 6 Monaten)	variabel (EUR 23 635)	variabel (EUR 23 635)

## Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder perioden-, betriebsfremden Positionen der Erfolgsrechnung

Verschiedene unwesentliche Posten	11 547	11 547
Ausbuchung nicht eingelöste, verfallene Gutscheine	–	27 400
Rückstellungsentnahmen gemäss Bilanz/Erfolgsrechnung	–	60 000
<b>Total ausserordentlicher, einmaliger oder perioden-, betriebsfremder Ertrag</b>	<b>5 772</b>	<b>98 947</b>
Rückstellungszuweisungen gemäss Bilanz/Erfolgsrechnung	–	–
Verschiedene unwesentliche Posten	–5 796	–156
<b>Total ausserordentlicher, einmaliger oder perioden-, betriebsfremder Aufwand</b>	<b>–5 796</b>	<b>–156</b>
<b>Total ausserordentlicher, einmaliger oder perioden-, betriebsfremder Erfolg</b>	<b>–24</b>	<b>98 791</b>

Weitere vom Gesetz verlangte Angaben

Am 14.9.1994 erteilte die Steuerverwaltung des Kantons Thurgau dem Verein Thurgau Tourismus Steuerbefreiung für die kantonalen Gewinn- und Kapitalsteuern und die Gewinnsteuern des Bundes. Die Befreiung gilt nicht für kantonale Steuern von Grundeigentum.

Die Antares Treuhand AG wirkte bei der Buchführung 2021 und 2020 des Vereins mit, jedoch ohne Kompetenzen, welche die Geschäftsführung wahrgenommen hat.

# Thurgau Tourismus will nachhaltig

Interview mit Rolf Müller,  
Geschäftsführer Thurgau Tourismus



## Was unternimmt TGT, um dem Megatrend Ecotravel gerecht zu werden?

Seit Ende 2021 ist TGT Mitglied bei Swisstainable, dem Nachhaltigkeitsprogramm des Schweizer Tourismus. Diesem können übrigens alle touristischen Leistungsträger beitreten ohne Voraussetzung ausser dem Willen, etwas zu unternehmen. Wir finden es toll. Mit Level I wollten wir erst einmal unsere eigenen Hausaufgaben in der Nachhaltigkeitsthematik erledigen. Wir stellen unseren Mitarbeitenden neu Handlungsempfehlungen und Nachhaltigkeitskompass für die tägliche Arbeit zur Verfügung. Zudem führen wir diesen Frühling das Programm «cause we care» der Klimaschutzorganisation myclimate ein und engagieren uns bei OK:GO, der Initiative für Inklusion im Tourismus.

## Wie geht es weiter?

Wir hoffen, dass auch unsere Mitglieder Feuer gefangen haben. Nachhaltigkeit ist ein inspirierendes und nötiges Thema in all ihren drei Dimensionen – Ökologie, Soziales und Wirtschaft. Wir haben nur eine Welt, auch im Tourismus. So wollen wir also mit engagierten Partnern eine Stossrichtung für einen nachhaltigen Tourismus im Thurgau entwickeln. Für die anstehende Strategieperiode soll Nachhaltigkeit bei TGT einen festen Platz in der Marketingstrategie erhalten. Wir gehen Swisstainable II an. Es bleibt spannend. Wir freuen uns, das Thema mit unseren Mitgliedern anzupacken und den Tourismus im Thurgau nachhaltig zu gestalten.

**Nachhaltigkeit ist im Tourismus zu einem festen Begriff geworden. Grosse Buchungsplattformen nehmen Nachhaltigkeitskriterien in ihre Suchfilter auf. Trends und Zahlen sind eindeutig. Auch bei Thurgau Tourismus (TGT) ist die Wichtigkeit der Thematik angekommen. Die Tourismusorganisation hofft, auch bei den Mitgliedern.**

## Ist Nachhaltigkeit ein Gästebedürfnis?

Ja, das ist sie. Schon nach Corona ging ein Rutsch und spätestens mit der Energiekrise ist Nachhaltigkeit kaum mehr zu umgehen, auch im Tourismus nicht. Drei von acht Tourismustrends 2023, die Schweiz Tourismus jährlich kommuniziert, setzten auf diese Karte. Gäste wollen Natur, sinnhafte, authentische, lokale Erlebnisse, Slow Travel, weg vom Massenkonsum. Grosse Buchungsplattformen wie Booking.com nehmen Nachhaltigkeitskriterien in ihre Suchfilter auf. Nachhaltigkeit ist für Gäste zur Voraussetzung geworden. Sie erwarten sie, es handelt sich nicht mehr nur um ein «wäre schön, wenn ...».

Unsere Partner



# Thurgau

## BODENSEE

Thurgau Tourismus  
Friedrichshafnerstrasse 55a  
CH-8590 Romanshorn  
Telefon +41 71 531 01 31  
info@thurgau-bodensee.ch

