

WORLD HERITAGE
EXPERIENCE  SWITZERLAND

15. Geschäftsbericht | 2025

Imprint

Ausgabe Geschäftsbericht 2025
Herausgeber WHES
Bildnachweise Alle Icons stammen von Flaticon (www.flaticon.com). Weitere Bilder wurden aus unterschiedlichen Quellen verwendet, die keine verpflichtende Copyright-Angabe erfordern.

Dachverband für das UNESCO-Welterbe in der Schweiz - WHES

Eine der Aufgaben von World Heritage Experience Switzerland (WHES) ist die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Attraktivität und Bedeutung der UNESCO-Welterbestätten in der Schweiz. Neben dem Engagement für die Inwertsetzung unterstützt WHES die Welterbestätten auch in den Bereichen Management und Vermittlung. Um mehr zu erfahren, besuchen Sie unsererbe.ch, und folgen Sie uns auf unseren Social-Media-Kanälen: Wenn Sie eine der 13 Stätten besuchen, taggen Sie uns mit

[@worldheritageswitzerland](https://www.instagram.com/worldheritageswitzerland) [#worldheritageswitzerland](https://www.facebook.com/worldheritageswitzerland) [#ourheritage](https://www.pinterest.com/ourheritage)



Kontakt

Dachverband für das UNESCO-Welterbe in der Schweiz - WHES
Spitalgasse 4, CH-3011 Bern
whes.ch, unsererbe.ch, info@whes.ch

1. Vorwort

Liebe Partner
Liebe Leserinnen und Leser



World Heritage Experience Switzerland blickt auf ein Jahr zurück, das von wertvollen Kooperationen, engagierten Partnern und wichtigen Fortschritten in der Vermittlung und Inwertsetzung des UNESCO-Welterbes geprägt war. Unsere Aktivitäten haben einmal mehr gezeigt, wie gross das Potenzial gemeinsamer Projekte ist – sei es im Bildungsbereich, im Tourismus oder in der nationalen und internationalen Vernetzung.

Trotz der zahlreichen inhaltlichen Erfolge blieb das Jahr 2025 in finanzieller Hinsicht herausfordernd. Das Ausbleiben projektbezogener Einnahmen hat die Jahresrechnung entsprechend belastet. Dank der in den vergangenen Jahren aufgebauten Reserven kann der entstandene Verlust aufgefangen werden. Für die kommenden Jahre zeichnen sich durch neue Projekte zum Glück etwas bessere Aussichten ab. Langfristig bleibt es dennoch notwendig, Lösungen zu entwickeln, um das strukturelle Defizit abzubauen und die Abhängigkeit von Projektfinanzierungen zu verringern.

Wir danken allen, die uns begleiten und unterstützen, und freuen uns darauf, das Welterbe in der Schweiz auch künftig gemeinsam zu stärken.

Nadia Fontana-Lupi
Präsidentin WHES

Kaspar Schürch
Geschäftsleiter WHES

2. Inhalt

3. Über WHES

- 3.1 Vorstand
- 3.2 Geschäftsstelle, Personelles

4. Mitglieder und Partner 2025

5. Meilensteine Inwertsetzung

- 5.1 10. Auflage des Gutschein-Hefts
- 5.2 Strategische Partnerschaft mit Schweiz Tourismus
- 5.3 Förderung des Welterbes zusammen mit dem öV
- 5.4 Aktivferien im Welterbe mit Eurotrek
- 5.5 50 Jahre UNESCO-Welterbe in der Schweiz
- 5.6 Pufferzonen auf der Plattform unsererbe.ch
- 5.7 Optimierung der Online-Präsenz
- 5.8 Präsenz auf Fachmessen
- 5.9 Crossmarketing und Netzwerk

6. Meilensteine Vermittlung

- 6.1 Plattform edu.unsererbe.ch
- 6.2 Lernarrangement «UNESCO-Welterbe»
- 6.3 Lernarrangement «Wimmelbuch»
- 6.4 Weiterentwicklung Welterbekorb
- 6.5 Movetia
- 6.6 Arbeitskreis World Heritage Education
- 6.7 Swissdidac
- 6.8 Kommunikation
- 6.9 Netzwerke

7. Welterbetage

- 7.1 - In Kürze
- 7.2 - Kommunikationsmassnahmen WHES

8. Netzwerke

- 8.1 Bundesstellen
- 8.2 UNESCO-Welterbe Deutschland
- 8.3 Europäische Welterbe-Verbände

9. Finanzen

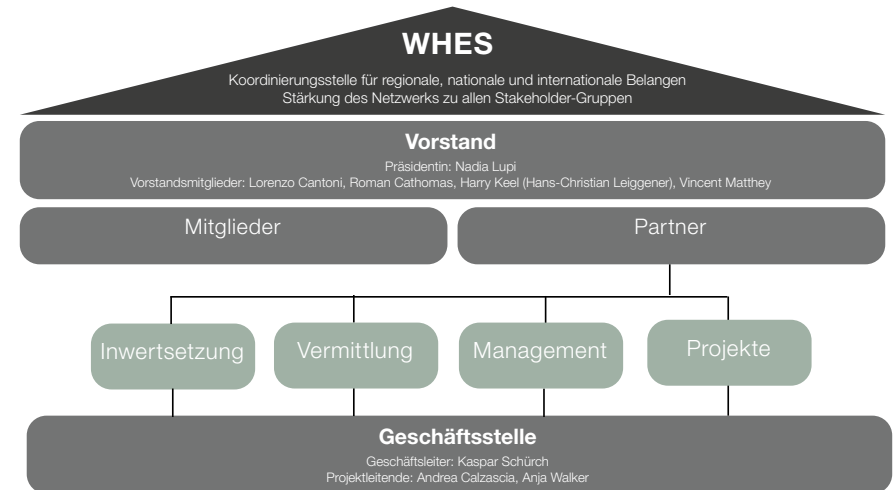
- 9.1 Rechnung und Bilanz

10. Aktuelles und Ausblick

- 10.1 Loterie Romande
- 10.2 Innotour

3. Über WHES

Seit mehr als 15 Jahren setzt sich World Heritage Experience Switzerland (WHES) dafür ein, die Interessen seiner Mitglieder rund um das UNESCO-Welterbe in der Schweiz zu fördern. Das Netzwerk organisiert ein jährliches Aktivitätenprogramm, an dem alle Partner teilnehmen, und entwickelt gezielt Projekte in den Bereichen Inwertsetzung, Vermittlung und Management. So entstehen Synergien und gemeinsame Initiativen, die allen Partnern zugutekommen.



Ziele

- Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für das Welterbe, das immaterielles Kulturerbe und die Biosphärenreservate
- Steigerung der Reiselust in der Bevölkerung
- Kräfte auf nationaler Ebene bündeln
- Schaffung eines Rahmens für den Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer
- Schaffung von Plattformen für gemeinsame Aktivitäten
- Durchführung von grenzüberschreitenden Massnahmen mit verwandten Organisationen
- Stärkung der gemeinsamen Identität
- Stärkung des Bewusstseins und der Kommunikation in den Schulen

3.1 Vorstand

Nach 7.5 Jahren engagierter Tätigkeit hat sich Harry Keel entschieden, aus dem Vorstand auszutreten. Der Vorstand dankt ihm für den Einsatz. Als neues Vorstandsmitglied wurde Hans-Christian Leiggener vom Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch durch die Mitgliederversammlung in den Vorstand gewählt.

Der Vorstand setzte sich am 31. Dezember 2025 aus folgenden Vertreter/-innen der Welterbestätten zusammen:

- Nadia Lupi*, Direktorin Ente Turistico del Mendrisiotto e Basso Ceresio (Präsidentin)
- Roman Cathomas*, Projektleiter UNESCO-Welterbe RhB (Vize-Präsident)
- Vincent Matthey*, Koordinator Berggebiet, Tourisme neuchâtelois (Beisitzer)
- Lorenzo Cantoni, Professor, UNESCO Chair für ICT an der USI Lugano (Beisitzer)
- Hans-Christian Leiggener, Geschäftsleiter Stiftung UNESCO-Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch

*Gründungsmitglieder

3.2 Geschäftsstelle, Personelles

Die Geschäftsstelle beschäftigt drei Personen zu insgesamt 220% Stellenprozent: Geschäftsleiter Kaspar Schürch (100%), Projektleiter Andrea Calzascia (80%), Projektleiterin Anja Walker (40%).

4. Mitglieder und Partner 2025

Partner	Mitglied	Partner	Inwertsetzung	Vermittlung	Management
Bern Welcome		●			
Gruppo strategico «Faggete Lodano, Busai, Soladino»	●				
Helvetica Itinerantur	●				
Kurverein Kehrsiten	●				
Laténium, parc et musée d'archéologie de Neuchâtel		●	●		
Lavaux Patrimoine mondial	●				
Managementzentrum UNESCO Welterbe Jungfrau-Aletsch		●	●	●	●
Musée cantonal d'archéologie et d'histoire (MCAH)	●				
Museo dei fossili del Monte San Giorgio	●				
OTR Bellinzona e Valli		●			
OTR Mendrisiotto e Basso Ceresio		●			
OTR Mendrisiotto e Basso Ceresio für die Prozessionen der Karwoche		●			
Rhätische Bahn AG		●	●	●	●
St.Gallen-Bodensee Tourismus			●		
Stiftung Pro Kloster St. Johann Müstair		◐	◐		
Schweiz Tourismus	●				
Schweizer Bergführerverband	●				
Swiss Coordination Group UNESCO Palafittes	●				
TektonikArena Sardona		●	●	●	●
Ticino Turismo für die Festung von Bellinzona			●		
Ticino Turismo für Monte San Giorgio			●		
Tourisme neuchâtelois		●	●		
Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair		◐	◐		
UNESCO-Biosphäre Engiadina Val Müstair	●				
UNESCO-Biosphäre Entlebuch	●				
Verein Weltkulturerbe Stiftsbezirk St.Gallen		●		●	

Privatpersonen als Mitglied von WHES:

- Emmanuel Estoppey



5. Meilensteine Inwertsetzung

5.1 10. Auflage des Gutschein-Hefts



Die **10. Auflage** des 28-seitigen Büchleins (DE/FR/IT/EN) hat Besucher*innen über die UNESCO-Welterbestätten informiert und hat Rabatte für gezielte Aktivitäten angeboten. Inwertsetzung-Partner waren mit zwei Seiten vertreten, alle anderen Welterbestätten wurden auf der Schweizerkarte erwähnt. Die 31'290 Exemplare sind **CO2-neutral** produziert und wurden vor allem in Museen sowie über Sondereditionen (z. B. Bahnmuseum Albula, Stiftsbezirk St. Gallen) verteilt. Tour-Operator haben hauptsächlich die Print@Home-Version genutzt.

5.2 Strategische Partnerschaft mit Schweiz Tourismus



Im Jahr 2025 hat die Partnerschaft mit Schweiz Tourismus eine hohe Sichtbarkeit für die UNESCO-Welterbestätten durch Print- und Onlineberichte, Newsletter, **3 internationale Medienreisen** sowie Integrationen auf MySwitzerland.com erzielt. Die **Grand Tour** hat eine starke App-Nutzung, über 57'000 Wettbewerbsteilnehmende und eine breite Distribution von Karten und Guides verzeichnet. Die **Culinary Grand Tour YouTube Serie** hat über 1,1 Mio. Views erreicht und substantielle Medien-Präsenz generiert.

5.3 Förderung des Welterbes zusammen mit dem öV



Seit 2020 wird die Zusammenarbeit mit der Swiss Travel System AG jährlich mit zusätzlichen Gegenleistungen ausgebaut, um **die UNESCO-Welterbestätten in Verbindung mit dem öffentlichen Verkehr** zu bewerben und nachhaltige Anreisen zu fördern. Der im Swiss Travel Pass enthaltene Museumspass ermöglicht kostenlosen Zugang zu Besucherzentren und Museen der Welterbestätten – 2025 wurden 11'727 Eintritte im Wert von CHF 218.174 genutzt. Die STS-Karte, das meistgenutzte Kommunikationsmittel, hebt das Welterbe als touristische Highlights hervor und erreichte 2025 mit 583'075 Exemplaren in 11 Sprachen Kunden in 26 Märkten.

5.4 Aktivferien im Welterbe mit Eurotrek



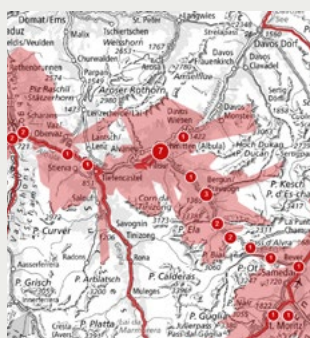
Die Zusammenarbeit zwischen Eurotrek AG und WHES konzentriert sich auf die **Einbindung von Welterbe-Erlebnissen in die Touren**. Auch in 2025 sind diese Leistungen fest in den Packages enthalten und in einer eigenen „Welterbe-Kategorie“ auf der Eurotrek-Website präsent. 2025 generierten 879 Touren mit Welterbe-Bezug 418 Eintritte (Umsatz: CHF 6'078), zusätzlich zu Übernachtungen in den Regionen. Für 2026 ist die Fortführung der Kooperation mit weiterem Ausbau der Welterbe-Integration geplant.

5.5 50 Jahre UNESCO-Welterbe in der Schweiz



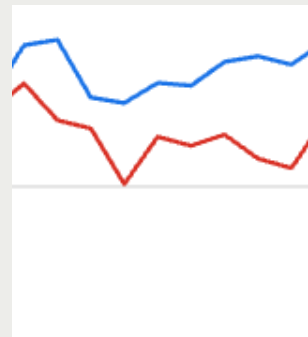
Anlässlich des 50-jährigen Jubiläums der Welterbekonvention erhielt WHES eine **kostenlose, zweiseitige redaktionelle Berichterstattung** in der finisSchweiz-Beilage des GEO Magazins (Auflage: 28'000 Exemplare, Reichweite: 329'000 Leserschaft). Das Interview mit unserer Präsidentin, Nadia Fontana-Lupi, thematisierte die 13 Schweizer Welterbestätten, die Balance zwischen Schutz, nachhaltiger Nutzung und Vermittlung sowie die Bedeutung von Synergien.

5.6 Pufferzonen auf der Plattform unsererbe.ch



Die Plattform wurde während 2025 mit neuen Funktionen und zahlreiche Inhalte erweitert: die **Pufferzone von 6 Welterbestätten** ist neu sichtbar. Diese gewährleisten die langfristige Erhaltung des aussergewöhnlichen universellen Wertes (OUV) der Stätte, indem sie externe Bedrohungen mindern, die Entwicklung regulieren und wichtige, funktionale oder visuelle Landschaften erhalten, die die Stätte unterstützen.

5.7 Optimierung der Online-Präsenz



2025 setzten wir gezielt auf die **Steigerung unserer Sichtbarkeit** durch Google AdWords, um das Budget effizienter zu nutzen. Dank der kostenlosen Nutzung als NGO konnten wir die Reichweite unserer Kampagnen erstmals auf die **Grenzregionen Österreichs, Frankreichs, Deutschlands, Italiens und Liechtensteins** ausweiten und so neue Zielgruppen erschliessen.

5.8 Präsenz auf Fachmessen

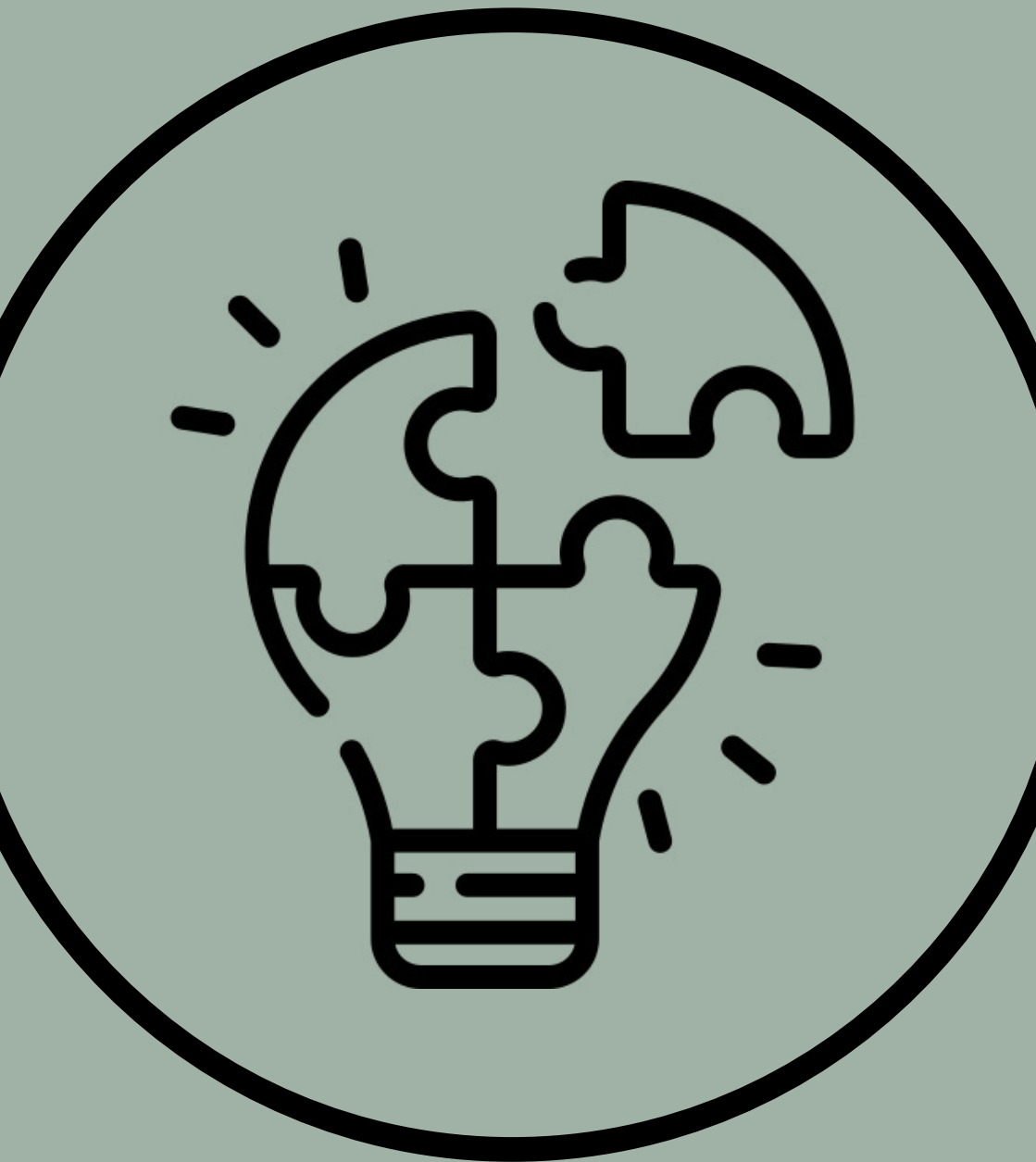


Auf der **CMT Stuttgart**, der weltweit grössten B2C-Reisemesse mit über 260'000 Besuchern, präsentierte WHES mit dem Deutschen Welterbe-Verein zum zweiten Mal die UNESCO-Welterbestätten. Die Zielgruppe (50+, reiseerfahrene Besucher) zeigte grosses Interesse, wobei Schweizer Preise durch Mehrwerte wie Voucher und Gästekarten relativiert wurden. Zusätzlich erfolgte eine indirekte Präsenz an der **ITB Berlin (Culture Lounge)** und der **Tourismusbörse Rom** durch Broschüren und ENWHA-Mitglieder.

5.9 Crossmarketing und Netzwerk

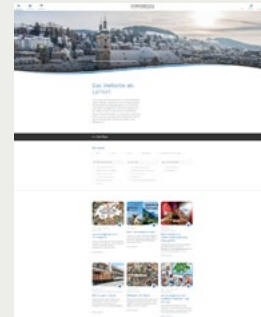


Die **Wanderausstellung** von WHES (mit drei Modulen zu Hintergrundinfos, aussergewöhnlichem Wert und Bildern der Welterbestätten, Biosphärenreservate und des immateriellen Erbes) ist drei Monate lang in La Chaux-de-Fonds eingesetzt worden. Sie hat die institutionelle Eröffnung sowie die öffentliche Feier des Besucherzentrums und die Welterbetage begleitet. Ergänzt wurden die Aktivitäten von WHES durch **digitale Kaffeepausen**, die dem Austausch über Projekte, Ideen und Impulse gedient haben.



6. Meilensteine Vermittlung

6.1 Plattform edu.unsererbe.ch



3281 Besucher (+5.2%)

669 wiederkehrende Besucher

126 Einträge

77% Besucher aus der Schweiz

6.2 Lernarrangement „UNESCO-Welterbe“



Anfang 2025 wurde das **neue digitale Lernarrangement** zum UNESCO-Welterbe mit einer Vernissage in Naters lanciert. Das **kostenlose** für den **Zyklus 2 und 3** konzipierte Lernarrangement, ermöglicht Schülerinnen und Schülern einen spannenden Zugang zu den Welterbestätten in der Schweiz. Es entstand in Zusammenarbeit mit dem Schulverlag plus, der Schweizerischen UNESCO-Kommission und den Vermittlungspartnern. [Mehr erfahren](#)

6.3 Lernarrangement „Wimmelbuch“



In Glarus konnte Ende 2025 ein Lernarrangement für den **Zyklus 1 und 2** eingeweiht werden. Ausgehend vom Wimmelbuch «UNESCO-Welterbe» entdecken die Schülerinnen und Schüler in diesem **kostenlos** zugänglichen Lernarrangement auf kreative Weise die Welterbestätten in der Schweiz. Die Konzeption und Umsetzung entstand in Zusammenarbeit mit dem Schulverlag plus. [Mehr erfahren](#)

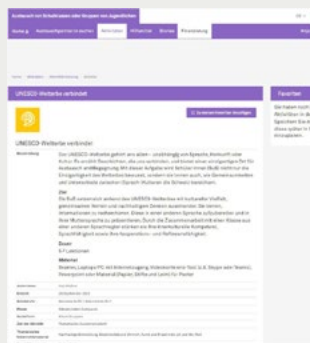
6.4 Weiterentwicklung Welterbekorb



Mit dem Lernarrangement «Raum erleben – Perspektiven wechseln» wurde ein neues **Unterrichtsmodul für den Zyklus 2 und 3** veröffentlicht. Entwickelt von Masterstudierenden der PH Luzern und der PH Bern, wurden die Aufgaben des bereits bestehenden Welterbe-Korb «Echoing Jungfrau-Aletsch» lehrplangerecht aufbereitet, um Perspektiven zu Raumwahrnehmung, Nutzungskonflikten und Nachhaltigkeit anzuregen.

[Mehr erfahren](#)

6.5 Movetia



Im Berichtsjahr wurden insgesamt **drei Beiträge** im Rahmen von Movetia erfasst. Zwei Beiträge fördern den **Sprachaustausch** direkt im UNESCO-Welterbe, ein weiterer nutzt das Welterbe als thematische Grundlage für Austauschprojekte. Die Beiträge erzielten insgesamt **über 3'500 Views** und unterstreichen das Potenzial des Welterbes als Lern- und Begegnungsraum.

[Mehr erfahren](#)

6.6 Arbeitskreis World Heritage Education



Die 16. Ausführung des Arbeitskreises World Heritage Education fand in Maulbronn statt und vereinigte Fachpersonen der **Welterbe-Vermittlung** aus ganz Deutschland. Im Fokus stand das Welterbe im Spannungsfeld zwischen analoger und digitaler Vermittlung. WHES durfte bei diesem Anlass einen Beitrag zu **innovativen Wegen der Welterbevermittlung in der Schweiz** einbringen.

[Mehr erfahren](#)

6.7 Swissdidac



Vom 19. bis 21. November 2025 war WHES gemeinsam mit den Schweizer Pärken mit einem Stand an der Swissdidac (11'000 Besucher*innen) vertreten. Unterrichtsmaterialien, ausserschulische Programme und weitere **Bildungsressourcen** im Welterbe-Umfeld standen im Zentrum, während der **Austausch mit Fachpersonen** aus Bildung gepflegt und die Rolle des Welterbes als lebendiger Lern- und Erfahrungsort hervorgehoben wurde.

[Mehr erfahren](#)

6.8 Kommunikation



Im Berichtsjahr wurden die gängigen Kommunikationsmassnahmen von WHES fortgeführt. Dazu gehörten der Versand von rund vier **Newslettern**, die Pflege der Website inklusive gezielter Bewerbungsmassnahmen (**Google Ads**), das Einpflegen von Inhalten auf **bildungsrelevanten Plattformen** wie zebis.ch sowie die gezielte Bewerbung der neuen Unterrichtseinheiten in Zusammenarbeit mit dem **Schulverlag**.

6.9 Netzwerke



WHES pflegt ein breites Netzwerk zu **Bildungs- und Vermittlungsinstitutionen**:

- (Pädagogische) Hochschulen
- Education21 (Netzwerk BNE ausserschulischer Lernorte)
- Arbeitskreis World Heritage Education
- Netzwerk Schweizer Pärke
- Schweizer Netzwerk Public History

Dies ermöglicht den **Austausch** von Fachwissen, die **Zusammenarbeit** bei Projekten und die **Weiterentwicklung** der Welterbe-Vermittlung.



7. Welterbetage

7.1 In Kürze



2 Tage
14. & 15.06.2025

9. Austragung

Wertschätzung
für unser aller Erbe

10 Welterbestätten

Lokale
Bevölkerung

14 Orte

7.2 Kommunikationsmassnahmen WHES



- Website in vier Sprachen (DE/FR/IT/EN)
- Programmheft (DE/FR/IT)
- Drei Medienmitteilungen (DE/FR/IT)
- Newsletter (DE/FR/IT/EN)
- Postkartenversand an 37'447 Haushalte
- Plakate und Fyler
- Social Media (Instagram und Facebook)
- WelterbeWoche #WorldHeritageDays #WHDays25
- Integration in Partnerkommunikation
 - Schweiz Tourismus
 - Schweizerische Südostbahn
 - Ringier Medien

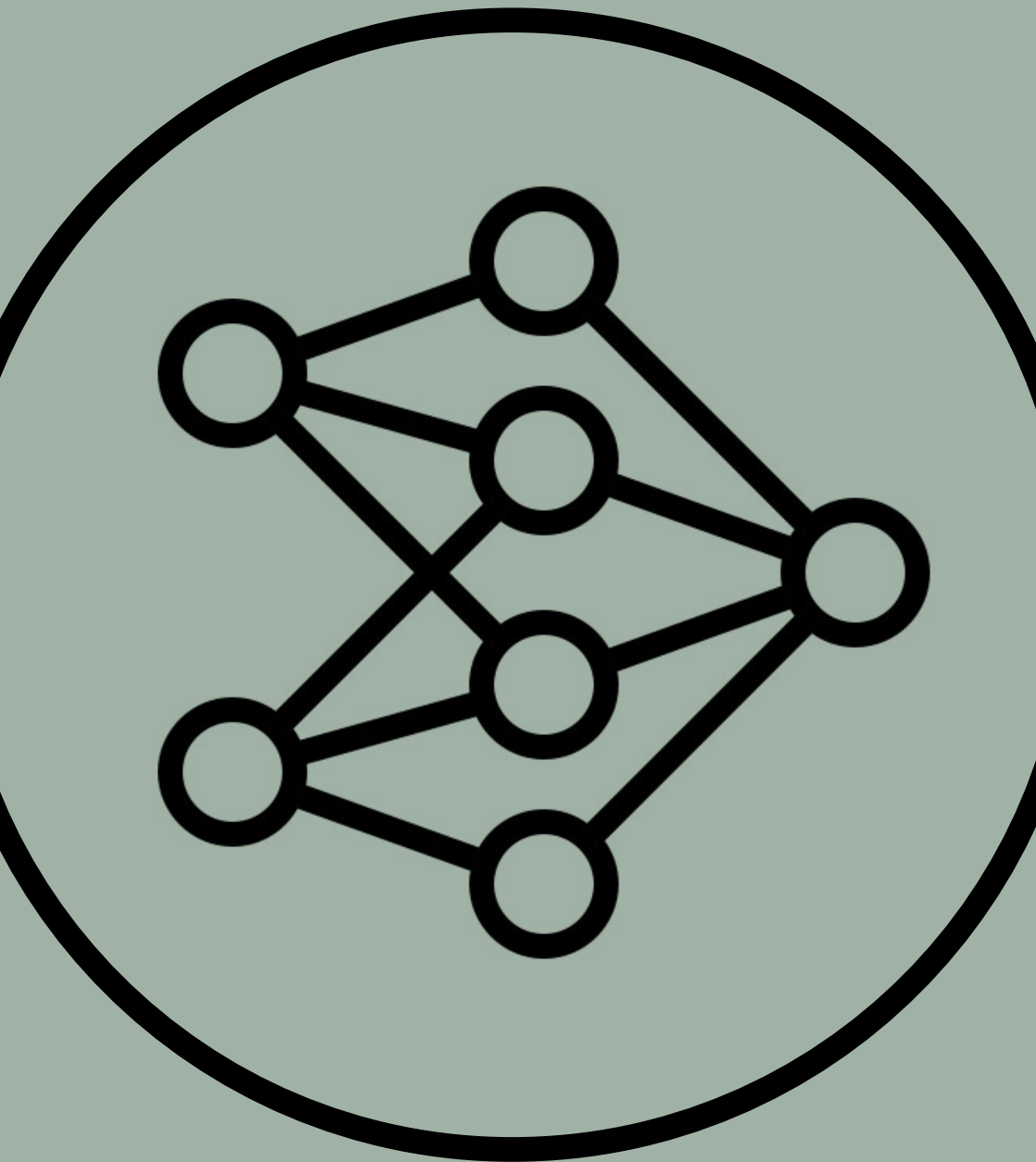
Mehr zu den Welterbetagen:
www.welterbetage.ch



Welterbetage | 14. und 15. Juni 2025
Journées du Patrimoine mondial 2025 | 14 et 15 juin 2025
Giornate del Patrimonio mondiale 2025 | 14 e 15 giugno 2025
World Heritage Days 2025 | June 14th & 15th 2025

Weitere Informationen
Plus d'informations
Ulteriori informazioni
More information





8. Netzwerk

8.1 Bundesstellen



WHES pflegt auch 2025 den kontinuierlichen Austausch mit den Bundesstellen EDA, BAFU und BAK, um die Anliegen der Welterbestätten eng abzustimmen. Besonders intensiv war der Dialog mit dem SECO, da ein neues Innotour Projekt vorbereitet wird, das ab 2026 umgesetzt werden soll. Es vermittelt die Werte der Welterbestätten auf moderne und spielerische Weise und stärkt die Zusammenarbeit auf Bundesebene.

8.2 UNESCO-Welterbe Deutschland



2025 konnte WHES erneut an der Jahrestagung der deutschen Welterbeakteure teilnehmen, die dieses Jahr in Darmstadt auf der Mathildenhöhe und an der Grube Messel stattfand. Im Mittelpunkt standen innovative Bildungsansätze, digitale Vermittlungsformate und Fragen kultureller Nachhaltigkeit. Die enge Zusammenarbeit mit den deutschen Partnern soll weiter vertieft werden, um gemeinsame Entwicklungen künftig noch wirkungsvoller voranzubringen.

8.3 Europäische Welterbe-Verbände



Anfang 2025 traf sich das Europäische Netzwerk der Welterbe-Verbände zum jährlichen Austausch in Ljubljana. Nach ersten Kooperationen in Inwertsetzung und Vermittlung fand 2025 zudem das erste Site Manager Forum in Spanien statt, an dem auch der Sitemanager von La Chaux de Fonds/Le Locle teilnahm. Nun soll die grenzüberschreitende Zusammenarbeit vertieft werden; eine von WHES mitgestaltete Arbeitsgruppe wird diesen Prozess künftig aktiv vorantreiben.



9. Finanzen

9.1 Rechnung und Bilanz

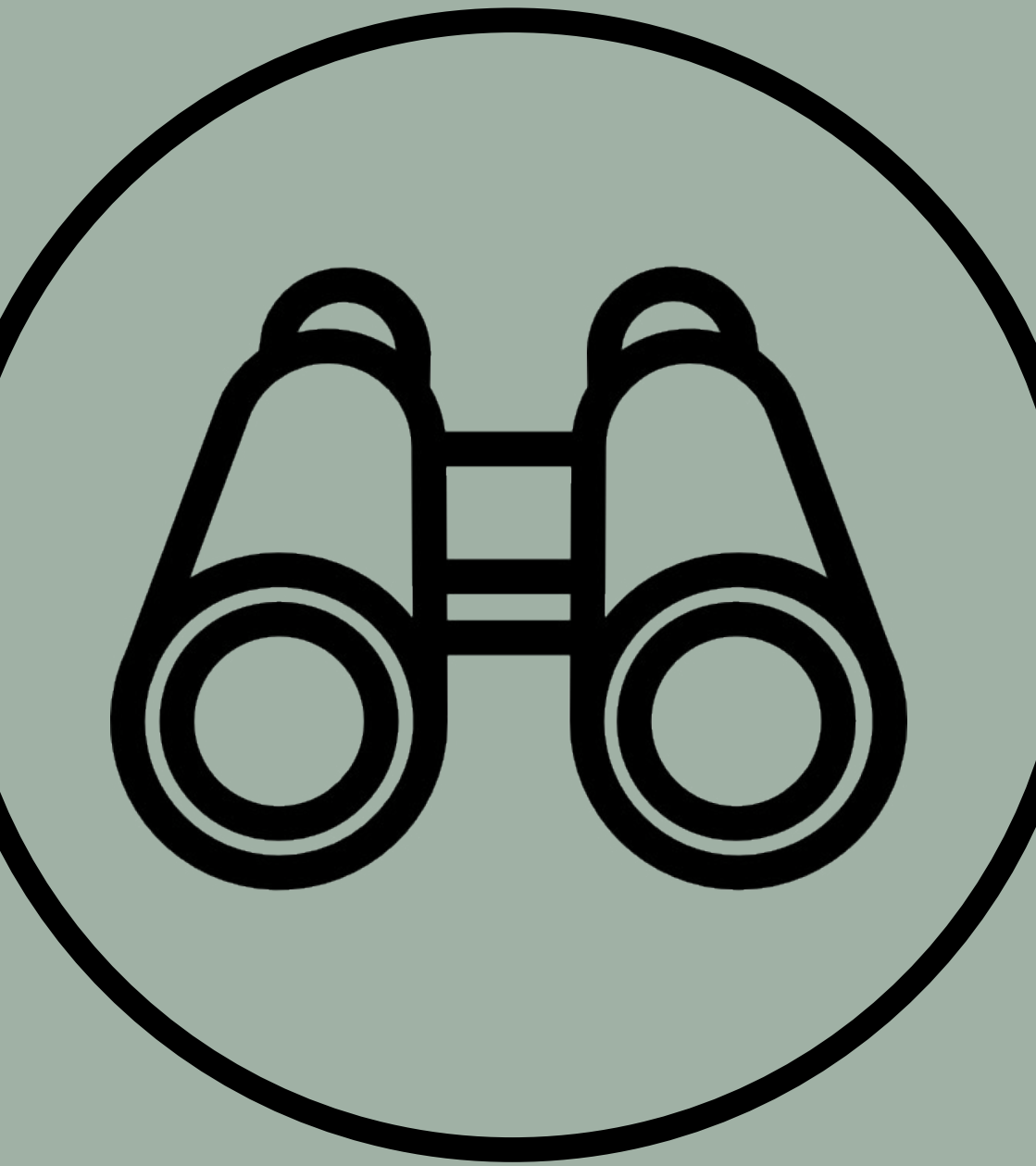
World Heritage Experience Switzerland schliesst das Geschäftsjahr 2025 mit einem deutlichen Verlust ab. Dieses Ergebnis ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass neben den regulären Mitglieder- und Partnerbeiträgen keine Projekte umgesetzt wurden und somit wichtige Einnahmequellen fehlten. Dank der in den Vorjahren erzielten Überschüsse kann der aktuelle Verlust vollständig aufgefangen werden. Das Vereinsvermögen bleibt damit stabil und liegt weiterhin knapp über dem ursprünglich eingezahlten Grundstock von CHF 100'000.

Trotz dieser positiven Perspektiven bleibt die finanzielle Ausgangslage herausfordernd. Die beiden geplanten Projekte werden voraussichtlich zu einer kurzfristigen Entlastung beitragen, jedoch ist das strukturelle Defizit damit nicht nachhaltig behoben. Für die langfristige Stabilität des Vereins ist es deshalb notwendig, ein Finanzierungsmodell zu entwickeln, das die Grundkosten unabhängig von projektbezogenen Einnahmen dauerhaft deckt und den kontinuierlichen Betrieb sicherstellt.

ERTRAG	Budget 2025	Abschluss	Differenz
1. Behörden			
Beiträge SECO		0	0
Beiträge NRP (Kanton)		0	0
Total Behörden	0	0	0
2. Marketingbeiträge / Pakete			
Erträge A-Partnerschaften	0	0	0
Tourismus	135'000	135'000	0
Vermittlung	32'000	32'000	0
Management	12'000	12'000	0
Diverse Erträge		7'990	7'990
Total Marketingbeiträge / Pakete	179'000	186'990	7'990
3. Vereinsmitgliedschaften			
Einzelmitglieder	100	100	0
Institutionelle Mitglieder	3'500	5'995	2'495
Partner	100'000	105'000	5'000
Total Vereinsmitgliedschaften	103'600	111'095	7'495
4. Diverse Erträge			
Mitgliederbeiträge	0	0	0
Finanzerträge	0	0	0
Diverse Erträge	50'000	30	-49'970
Total Diverse Erträge	50'000	30	-49'970
a.O. Ertrag (Auflösung Stille Reserven)	75'000	79'000	4'000
Auflösung Rückstellungen	0	0	0
TOTAL ERTRAG	332'600	377'115	-30'485

AUFWAND	Budget 2025	Abschluss	Differenz
1. Geschäftsstelle			
Infrastruktur	15'000	28'311	13'311
Personal, Löhne, Sozialversicherungen	220'000	247'561	27'561
Weiterbildung	1'000	1'637	637
Reise- und Repräsentationsspesen	15'000	10'034	-4'966
Sitzungen / Versammlungen	2'000	4'914	2'914
Buchführung / Revision	11'000	8'975	-2'025
Finanzaufwand	500	213	-287
Sonstiger Aufwand Geschäftsstelle	3'000	1'073	-1'927
Rail Away / Mandate	0	0	0
Total Aufwand Geschäftsstelle	267'500	302'718	35'218
2. Pakete	Budget 2025		
Schweiz Tourismus		0	0
Diverses		13'624	13'624
Tourismus	70'000	78'724	8'724
Diverse Marketingaufwände		0	0
Vermittlung	10'000	15'605	5'605
Management	5'000		
Total Aufwand Pakete	85'000	107'952	27'952
3. Projekte			
Innotour		0	0
Analyse, Planung und Strategie		0	0
Workshops, Austausche und Implementierung		0	0
Umsetzung und Kommunikation		0	0
Projekt Koordination und Organisation		0	0
TOTAL Projekte	0	0	0
3. NRP			
Networking Technologie und Betrieb		0	0
Wissensmanagement Content		0	0
Produkt- und Angebotsentw. Auswertung		0	0
Qualitätssicherung Sichtbarmachen		0	0
Sichtbar machen. Projektleitung		0	0
TOTAL NRP	0	0	0
4. Sonstiger Aufwand			
Reserve	0	0	0
Diverser Aufwand	0	0	0
nicht rückforderbare Vorsteuern	15'000	7'114	-7'886
TOTAL Sonstiger Aufwand	15'000	7'114	-7'886
5. Ausserordentlicher Aufwand			
a.o. Aufwand (MwSt Vorjahre 2011 - 2013)	0	0	0
Total Ausserordentlicher Aufwand	0	0	0
	Budget 2025		
TOTAL AUFWAND	367'500	417'785	55'285
Erfolg	-34'900	-40'670	-85'770
Bildung Rückstellungen	0	0	0
Gewinn (+) / Verlust (-)	-34'900	-40'670	-85'770

Bilanz	31.12.2025	
		CHF
Aktiven		
Berner Kantonalbank, KK	153'241.39	
Berner Kantonalbank, Mietkaution	3'536.09	
BEKB Welterbetag	64'682.30	
Flüssige Mittel		221'459.78
Forderungen aus L+L		
Forderungen aus L+L		0.00
Debitor Verrechnungssteuer	5.46	
Forderungen ggü. MwSt		5.46
Forderungen ggü. Staat		5.46
Transitorische Aktiven		12'356.90
Aktive Rechnungsabgrenzung		12'356.90
Total Aktiven		233'822.14
Passiven		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	942.10	
Verbindlichkeiten ggü. MwSt	251.10	
Transitorische Passiven	132'500.00	133'693.20
Kurzfristige Verbindlichkeiten		133'693.20
Rückstellungen NRP		0.00
Rückstellungen kurzfristig		0.00
TOTAL FREMDKAPITAL		133'693.20
Vereinskapital am 1.1.	140'799.18	
Jahreserfolg	-40'670.24	100'128.94
Vereinskapital am 31.12.		100'128.94
TOTAL EIGENKAPITAL		100'128.94
Total Passiven		233'822.14



10. Aktuelles und Ausblick

10.1 Loterie Romande



Für die kommenden Jahre bereitet WHES gemeinsam mit den Welterbestätten der Romandie einen Förderantrag bei der Loterie Romande vor. Ziel ist der Aufbau einer regionalen Vermittlungspartnerschaft, die ab 2026 starten soll. Das zweijährige Projekt bringt bestehende Bildungs- und Vermittlungsangebote aus der Deutschschweiz in die Romandie, stärkt die überregionale Zusammenarbeit und setzt zugleich neue Impulse für eine zeitgemässe, vernetzte Vermittlung der Welterbewerte.

10.2 Innotour



WHES bereitet gemeinsam mit der USI Lugano und den Welterbestätten die Umsetzung des neuen Innotour Projekts vor, das ab 2026 starten soll. Ziel ist es, Besucher*innen über innovative, spielerische Formate stärker für die universellen Werte der Welterbestätten zu sensibilisieren und die Besucherlenkung nachhaltig zu verbessern. Das Projekt setzt neue Impulse für eine moderne Vermittlung, stärkt die lokale Wertschöpfung und soll in den kommenden zwei Jahren als Modell auch auf weitere Regionen übertragbar werden.

Das Erbe ist das Vermächtnis der Vergangenheit, mit dem wir heute Leben und welches wir an künftige Generationen weitergeben.

© UNESCO World Heritage Centre

Dachverband für das UNESCO-Welterbe in der Schweiz | WHES

Spitalgasse 4, CH-3011 Bern

Tel. +41 (0)31 544 31 15

www.whes.ch, info@whes.ch