



Ancien Manège, La Chaux-de-Fonds © WHP66

13. Geschäftsbericht 2023

WORLD HERITAGE
EXPERIENCE  SWITZERLAND

Inhalt

Inhalt.....	2
1 Vorwort.....	4
2 Übersicht Partnerschaften	5
2.1 Mitglieder & Partner 2023.....	5
2.2 Vorstand.....	5
2.3 Geschäftsstelle, Personelles	5
3 Inwertsetzung	6
3.1 Angebote	6
3.1.1 Gutschein-Büchlein.....	6
3.2 Kooperationen.....	7
3.2.1 Tour Operator	7
3.2.1.1 Eurotrek AG.....	7
3.2.1.2 OTP-Holidays & Swisspasses.....	8
3.2.2 Weitere Partner	9
3.2.2.1 Swiss Travel System AG.....	9
3.2.2.2 Schweizerische Südostbahn AG.....	11
3.3 Schweiz Tourismus	12
3.3.1 Basisintegrationen.....	12
3.3.2 Promotion	13
3.3.2.1 Online.....	13
3.3.2.2 Print.....	15
3.3.3 Key Media Management (KMM)	15
3.3.4 Aktivitäten Touring - GToS und GTToS	16
3.3.4.1 Grand Tour of Switzerland	16
3.3.4.2 Grand Train Tour of Switzerland	17
3.4 Kommunikation	18
3.4.1 Online/Social Media	18
3.4.1.1 Web-Auftritt ourheritage.ch	18
3.4.1.1.1 Google AdWords / Google AdGrants	20
3.4.1.1.2 Trade- und Mediacorner	20
3.4.1.2 Social Media.....	21
3.4.2 Print	23
3.4.2.1 Beobachter Verlag.....	23
3.4.2.2 Verkehrs-Club der Schweiz (VCS) Magazin	23
3.4.2.3 Baden-Württemberg Magazin.....	24
3.4.3 Medienarbeit	24
3.5 Wanderausstellung	25
3.6 Workshops.....	25

3.7	Internationale Tourismus-Börse Berlin (ITB)	25
3.8	Monitoring Besucherströme 2023	25
4	Vermittlung	26
4.1	Welterbetage	26
4.2	Website	27
4.3	Google Ads / Google Grants	27
4.4	Newsletter	27
4.5	Schulreisen und Projektwochen	28
4.5.1	Bildung Schweiz	28
4.5.2	Weitere Plattformen mit Schulreisen	28
4.6	Swissdidac – Worlddidac	28
4.7	Lehrmittel	28
4.8	Wimmelbuch	29
4.9	World Heritage Education	29
4.10	Vermittlungsworkshop	29
5	Management	30
5.1	Analyse Management-/Monitoring System	30
5.2	Repräsentative Umfrage	30
6	Netzwerk	31
6.1	Bundesstellen	31
6.2	Verantwortlichkeiten zum Welterbeumfeld auf kantonaler Ebene	31
6.3	Europäische Welterbe-Verbände	31
7	NRP	32
8	Finanzen	33
8.1	Erfolgsrechnung	33
8.2	Bilanz	35
8.3	Bericht Finanzen	36
8.4	Bericht der Revisionsstelle	36
9	Aktuelles und Ausblick	37
9.1	Unterrichtsmaterial	37
9.2	Langfristige Finanzierung	37
9.3	Beobachter und Alphil Verlag	37
9.4	Wimmelbuch	37

1 Vorwort

Liebe Partner

Liebe Leserinnen und Leser

2023 ist es gelungen, dass alle Welterbestätten in der Schweiz im Verein von WHES über eine lokale Organisation vertreten sind. So konnten die „Gruppo strategico Faggete“ für die Buchenwälder und die „Association des sites Le Corbusier“ für das Architektonische Werk von Le Corbusier (ab 2024) als Mitglieder gewonnen werden. Die Rolle als Dachverband des Welterbes wird somit gestärkt.

Ein weiterer Meilenstein war die Umfrage zur Bekanntheit des Welterbes aus 2018, die im Jahr 2023 wiederholt wurde. Die Resultate waren leider ernüchternd und zeigen auf, dass das Welterbe in der Schweiz weiterhin der breiten Bevölkerung als solches unbekannt ist. Gerade deshalb ist die Arbeit von WHES weiterhin wichtig, damit das Welterbe bekannter wird und die Schweizer Bevölkerung diese einzigartigen Schätze vor der eigenen Haustüre kennen lernen kann.

Damit das Welterbe bereits in der Schule besser eingebunden wird, wurde ein neuer Zugang zur Plattform, angepasst auf die Bedürfnisse von Lehrpersonen, erstellt. Mittels gezielter Ansprache und Filterfunktionen können die Partner aus dem Bereich Vermittlung hier künftig ihre Unterrichtsmaterialien, Schulangebote- und Ausflüge bewerben. Der neue Zugang wurde gut aufgenommen in der relevanten Zielgruppe und wurde auch von den spezifischen Medien als positive Erneuerung mitgetragen.

Der Vorstand befasste sich 2023 intensiv mit der künftigen Ausrichtung und Finanzierung von WHES. Es wurden verschiedene Aktivitäten verabschiedet, um den Verein in eine sichere Zukunft zu führen. Es wird nicht eine einzelne Massnahme geben, welche die langfristige Finanzierung sichert. Vielmehr werden dies verschiedene unterschiedliche Massnahmen und Projekte sein. Eine beschlossene Massnahme sind die höheren Partnerbeiträge ab 2024, welche an der ausserordentlichen Mitgliederversammlung im November beschlossen worden waren und das Vertrauen der Mitglieder und Partner in die Arbeit von WHES verdeutlichen.



Nadia Lupi
Präsidentin



Kaspar Schürch
Geschäftsleiter

2 Übersicht Partnerschaften

2.1 Mitglieder & Partner 2023

Partner	Mitglied	Partner	Inwertsetzung	Vermittlung	Management
Bern Welcome					
Gruppo strategico «Faggete Lodano, Busai, Soladino»					
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 (Vaud)					
Museo dei fossili del Monte San Giorgio					
OTR Bellinzona e Valli Turismo					
OTR Mendrisiotto e Basso Ceresio Turismo					
Rhätische Bahn					
St.Gallen-Bodensee Tourismus					
Stiftung pro Kloster St. Johann Müstair					
Schweiz Tourismus					
Swiss Coordination Group UNESCO Palafittes					
Tektonikarena Sardona					
Ticino Turismo für Drei Burgen 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

2.2 Vorstand

Der Vorstand setzte sich am 31. Dezember 2023 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)
- Harry Keel, Site Manager Schweizer Tektonikarena Sardona (Beisitzer)
- Lorenzo Cantoni, Professor, UNESCO Chair für ICT an der USI Lugano (Beisitzer)

**Gründungsmitglieder*

2.3 Geschäftsstelle, Personelles

Die Geschäftsstelle beschäftigt vier Personen zu insgesamt 320% Stellenprozent: Geschäftsleiter Kaspar Schürch (100%), Projektleiter Andrea Calzascia (80%), Projektleiterin Anja Walker (40%) und Praktikantin Jeannine Lehmann (100%). Während des Mutterschaftsurlaubs von Anja Walker hat Fabian Engi ihre Stellvertretung übernommen.

3 Inwertsetzung

Das nachfolgende Kapitel gibt eine Übersicht über die Aktivitäten im Bereich Inwertsetzung. Die Welterbestätten, welche sich für eine Kooperation in Inwertsetzungsbereich entschieden haben, sind in folgenden bezahlten Aktivitäten präsent. In der allgemeinen Kommunikation, sowie bei Auflistungen und auf Übersichtskarten, werden weiterhin alle Welterbestätten aufgeführt.

3.1 Angebote

3.1.1 Gutscheine-Büchlein



Das Gutscheine-Büchlein ist in der 8. Edition mit kleineren Anpassungen gedruckt worden. Ziel ist auch im Jahr 2023, die Besucher über das Welterbe und seine OUVs (Outstanding Universal Value) zu informieren. Gleichzeitig werden den Besuchern die Besucherzentren und andere Aktivitäten im Welterbe in Form eines Rabattes vorgeschlagen. Diese Aktivitäten sind gemeinsam mit den lokalen Partnern definiert worden und helfen, die Besucherströme zu beeinflussen und messen.



Die 24-seitige Büchlein ist wieder in den drei Landessprachen Deutsch, Französisch, Italienisch und zusätzlich in Englisch erhältlich und erlaubt das Crossmarketing zwischen den Welterbestätten in der Schweiz zu fördern. Die Welterbestätten, welche eine Kooperation im Inwertsetzungsbereich gebucht haben, sind mit 2 Seiten vertreten, alle andere sind mit Namen auf der Schweizerkarte erwähnt. Die Produktion und der Versand des Büchleins ist erneut CO2-neutral aufgrund des Kompensationsprogramms von Druckerei (mehr Informationen [hier](#)) und Post (mehr Informationen [hier](#)).



Am häufigsten wurde das Gutscheine-Büchlein in den Museen und Besucherzentren der Welterbestätten verteilt. Dank einer speziellen Kooperation mit dem Bahnmuseum Albula und der Rhätischen Bahn wurden 2/3 der Voucher anlässlich einer Sonderedition an die Unterstützer des Museums und RhB-Clubs verteilt. Zwei weitere Sondereditionen wurden für den «Stiftsbezirk St. Gallen» und «Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch» auf Wunsch produziert. Die Mehrheit der Tour Operator hat auch dieses Jahr keine Voucher-Büchlein bestellt, jedoch die Print@home Version verteilt. Diese Aktion wird 2024 weiter durchgeführt.

Das Gutscheine-Büchlein in Zahlen

2023 wurden insgesamt **34'649** Exemplare des Gutscheine-Büchleins für den Schweizer Markt gedruckt und verteilt. Die Einlösungen sind gestiegen: die Welterbestätten konnten 430 (+120 im Vergleich zu 2022) Voucher-Einlösungen verzeichnen und einen Umsatz von CHF 6'429 (+ CHF 1'641 im Vergleich zu 2022) generieren.

KPIs	2023	2022	% Differenz zu 2022
Auflage	34'649	34'480	+ 0.5%
Einlösungen	430	310	+ 38.7%
Umsatz	6'429	4'788	+ 34.3%

3.2 Kooperationen

3.2.1 *Tour Operator*

3.2.1.1 *Eurotrek AG*

Eurotrek AG ist ein Reiseveranstalter, der sich auf Aktivurlaub in der Natur konzentriert. Bei fast allen Touren mit Eurotrek ist der Gepäcktransport von einer Unterkunft zur anderen im Paketpreis enthalten. Mit Routenplänen und Wegbeschreibungen sind die Reisenden bestens gerüstet, um die Schätze der Schweiz auf eigene Faust zu entdecken. Eurotrek AG ist mit dem Level 1 des Swisstainable-Programms vom Schweizer Tourismus-Verband (STV) ausgezeichnet und engagiert sich für nachhaltiges Reisen (mehr Informationen [hier](#)). Die Kooperation zwischen Eurotrek AG und WHES ist auf die Einbindung der Welterbe-Aktivitäten in den Touren fokussiert.



Die Zusammenarbeit mit Eurotrek entwickelte sich positiv: die Kosten der Partnerschaft konnten massiv reduziert werden dank des Verzichts auf die WHES-Seiten im Katalog. Eurotrek hat 2023 die Leistungen der Welterbestätten weiter in die Packages inkludiert. Die Touren sind auf der Webseite von Eurotrek auch in einer eigenen «Welterbe-Kategorie» zu finden.

Für 2024 ist Fortführung der Kooperation mit der Inkludierung der Leistungen im Welterbe und die Präsenz auf der Webseite geplant.

Die Zusammenarbeit in Zahlen

Die gesamten Buchungen, welche ein Erlebnis (Eintritt, Führung, etc.) im Welterbe inkludiert haben, belaufen sich auf 655. Diese Buchungen generierten einen gesamten Umsatz von mindestens CHF 3'029. Zusätzlich zu den Touren, welche entlang der Welterbe-Gebiete laufen, konnten 3'666 Übernachtungen generiert werden. Generell sind die Buchungen bis und mit Ostern sehr gut angelaufen. Schlechte Wetterbedingungen und das Ende der Reiseeinschränkungen weltweit haben aber das Geschäft von Eurotrek in der Schweiz stark beeinflusst.

Der Vorstand von Eurotrek hat entschieden, die Analyse der Eurotrek-Website den Partnern nicht mehr zuzustellen.

KPIs	2023	2022	% Differenz zu 2022
Buchungen	655	904	- 38%
Umsatz Erlebnisse	3'029	3'303	- 9%
Übernachtungen	3'666	4'581	- 25%

3.2.1.2 OTP-Holidays & Swisspasses

OTP Holidays & Swisspasses ist ein Reiseveranstalter, der sich auf Bahnreisen und Aktivferien für die Britische und Expat-Community spezialisiert hat. Dank der Unterstützung von Reiseleitern und Reiseführern werden die Kunden bestens in die Natur und Kultur der Schweiz begleitet. OTP Holidays ist mit dem Level 1 des Swisstainable-Programms vom Schweizer Tourismus-Verband (STV) ausgezeichnet und engagiert sich für nachhaltiges Reisen (mehr Informationen [hier](#)).



Die Zusammenarbeit mit OTP Holidays und Swisspasses basiert einerseits auf der Abgabe der print@home Gutscheine beim Kauf eines Bahntickets für die Schweiz über die Website. Andererseits existieren vier eigene Touren in den Welterbestätten: diese Reisepakete sind besonders für die britische Kundschaft sowie auch die Expats-Community in der Schweiz eingerichtet.

Seit sechs Jahren betreibt OTP Holidays den WHES-Webshop gegen eine geringe jährliche Betriebsgebühr. Im Jahr 2018 ermöglichte der Webshop zum ersten Mal die Online-Buchung ausgewählter Welterbe-Erlebnisse über ein Welterbe-Ticket. Seit der Pandemie bieten fast alle Welterbe-Organisationen und DMOs einen eigenen Webshop an, in dem Welterbe-Aktivitäten gefunden werden können. Um weitere Kosten für WHES zu vermeiden und Web-Traffic zu den Webshops der Partner zu generieren, wurde mit den Partnern beschlossen, das Welterbe-Ticket und den Webshop nicht mehr zu kommunizieren und den Webshop sowie das Ticket per Ende des Jahres abzuschalten. OTP betrieb den Shop bis Dezember im Hintergrund weiter, kümmerte sich um die Abwicklung und den Einzug der Zahlungen der Gäste und den Versand der Gutscheine für die Leistungen. Ausserdem verlinkt der Anbieter über seine eigenen Kanäle auf den Shop, was zusätzliche Aufmerksamkeit erregt hat.

3.2.2 Weitere Partner

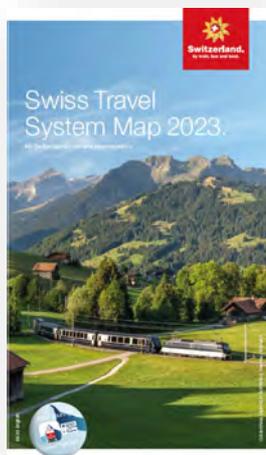
3.2.2.1 Swiss Travel System AG

Swiss Travel System (STS) ist eine Marketing-Gesellschaft, die von den SBB, Schweiz Tourismus und fünf Schweizer Transportunternehmen des öffentlichen Verkehrs im Jahr 2011 gegründet wurde. Der Auftrag ist die Auslandvermarktung des öffentlichen Verkehrs der Schweiz zu bündeln und gezielt zu steuern. STS AG ist mit dem Level 1 des Swisstainable-Programms vom Schweizer Tourismus-Verband (STV) ausgezeichnet und engagiert sich für nachhaltiges Reisen (mehr Informationen [hier](#)). Die Kooperation zwischen STS und WHES fokussiert auf die STS-Map und weitere Massnahmen.



Die Zusammenarbeit mit der Swiss Travel System AG läuft seit 2020 und wird jährlich mit zusätzlichen Gegenleistungen erweitert. Die Aktivitäten konzentrieren sich auf die Kommunikation der Welterbestätten in Verbindung mit dem nationalen öffentlichen Verkehrssystem. Ziel ist es, die Anreise zu den Welterbestätten mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu fördern. Gleichzeitig macht die Kommunikation des Museumspasses, der im Swiss Travel Pass enthalten ist, die Besucherzentren, Museen und Ausstellungen der Welterbestätten bekannt.

Die Zusammenarbeit konzentriert sich auf die STS-Karte, aber WHES konnte sich dank Gegenleistungen auch an anderen Aktivitäten beteiligen. Das Welterbe wird auf der Website des STS und in der "Swiss Travel Guide App" durch einen "UNESCO-Filter" prominent präsentiert. Zudem konnte dank dem Partnertreffen mit allen STS-Vertretern das Welterbe-Video in die Standard-STS-Präsentation aufgenommen werden. Weiter ist das Welterbe unter „Nachhaltiges Reisen“ laufend verlinkt.



Die Zusammenarbeit in Zahlen

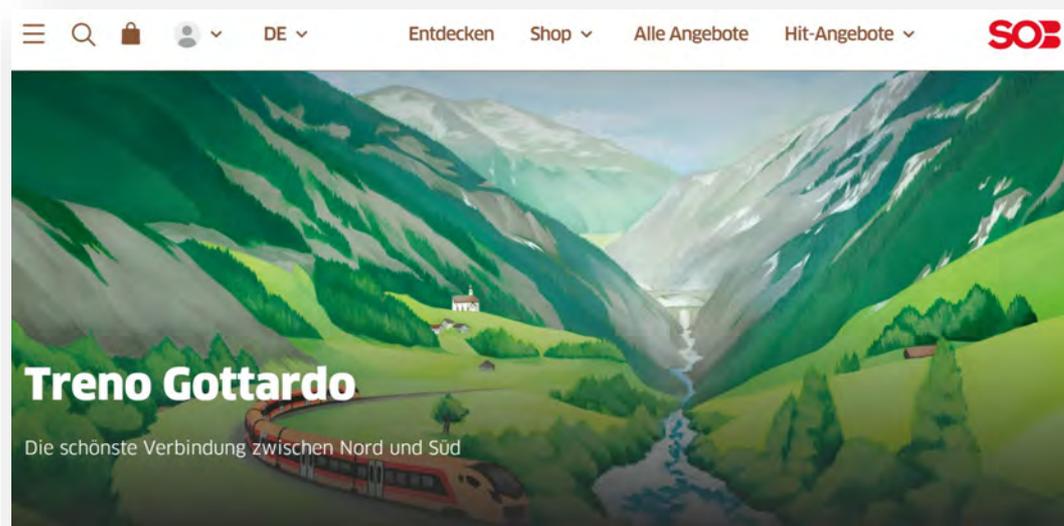
Die STS-Map zeigt die Schweiz mit ihren touristisch relevanten Highlights in Form einer gezeichneten Karte. Die Weiterbestätten zählen zu diesen Highlights, und ein Teil davon ist auch hervorgehoben in Form einer Zeichnung. Auf der Rückseite gibt es eine Rubrik über das UNESCO-Welterbe in der Schweiz und die Plattform von WHES. Die STS-Karte bleibt zurzeit das meistbenutzte Kommunikations-Tool von STS und Schweiz Tourismus (ST) und konnte mit 411'370 Exemplaren, Kunden in 21 ST-Vertretungen in 12 Sprache erreichen.

Ein weiterer Schwerpunkt der STS-Karte und der Kommunikationsaktivitäten mit STS sind die Welterbe-Erlebnisse, Besucherzentren und Ausstellungen, die im Swiss Travel Pass (über den Museumspass) enthalten sind. Im Jahr 2023 waren es 10'549 Eintritte (+ 102%) im Wert von CHF 193'333.00 (+ 106%).

Massnahme	Reach 2023	Reach 2022
STS-Map	411'370 Stück	177'000 Stück (aufgrund Pandemie bescheidene Berechnung)
UNESCO-Highlights auf mystsnet.com	186'422 Seitenaufrufe	171'664 Seitenaufrufe
UNESCO-Highlights auf MyS.com	106'842'875 = 1.7 Millionen Seitenaufrufe	2.3 Millionen Seitenaufrufe
UNESCO-Highlights in die STG App mittels "UNESCO-Filter"	Die App wurde eingestellt, daher gibt es keine verlässlichen Tracking-Daten.	Nutzer (Total): 50'986 (App) Nutzer (Ø): 140 Nutzungsdauer (Ø): 9 Min. 53 Sek.
Museumspass Eintritte durch den Swiss Travel Pass	10'549	5'198
Wert der Eintritte durch den Swiss Travel Pass	CHF 193'333.00	CHF 93'730

3.2.2.2 Schweizerische Südostbahn AG

Die Schweizerische Südostbahn ist eine Eisenbahngesellschaft mit Sitz in St. Gallen. Auf ihrem eigenen, normalspurigen Streckennetz betreibt sie den Voralpen-Express, dazu in Kooperation mit den SBB den Treno Gottardo und die Aare Linth. Mit diesen Zugverbindungen werden mehrere Welterbestätten mit der SOB zugänglich. Die SOB AG ist mit dem Level 2 des Swisstainable-Programms vom Schweizer Tourismus-Verband (STV) ausgezeichnet und engagiert sich für nachhaltiges Reisen. Die Kooperation zwischen SOB und WHES fokussiert auf verschiedenen Gegenleistungen.



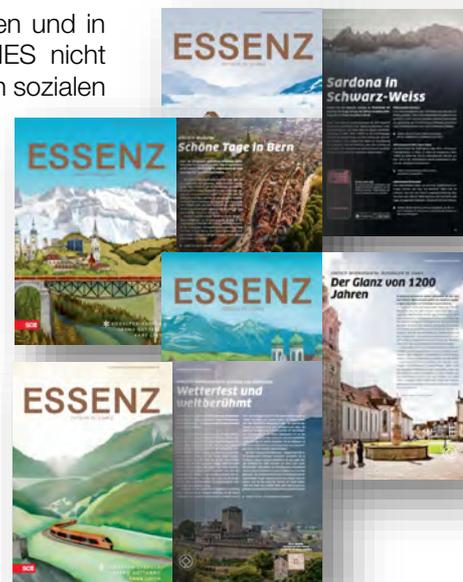
Die Zusammenarbeit mit der SOB AG läuft seit Ende 2023 und wird durch Gegenleistungen erweitert. Die Aktivitäten konzentrieren sich auf die Kommunikation der Welterbestätten in Verbindung mit den Panoramazüge „Treno Gottardo“, „Voralpen-Express“ und „Aare-Linth“. Ziel ist es, das Welterbe der Kundschaft der SOB näher zu bringen, und die Anreise zu den Welterbestätten mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu fördern.

Die Zusammenarbeit ist auf folgende Gegenleistungen konzentriert: Erwähnung der Welterbestätten auf der interaktiven Karte der SOB und Präsenz der Welterbestätten im Kundenmagazin Essenz. Das Kundenmagazin erscheint 4x jährlich und ist sowohl digital und auch in Papier erhältlich. Vier Welterbestätten entlang der Panorarouten wurden in einer Serie vorgestellt. Weitere drei Welterbestätten sind in den nächsten Ausgaben geplant.

Die Zusammenarbeit in Zahlen

Das Kundenmagazin Essenz ist in Deutsch und Italienisch für Abonnenten und in den Zügen erhältlich. Die Inhalte dieser ersten Serie konnten von WHES nicht beeinflusst werden. Für 2024 sind Massnahmen im Kundenmagazin, in den sozialen Medien und auf der interaktiven Karte geplant.

KPIs*	DE	IT
Auflage Frühling (Festung von Bellinzona)	25'800	900
Auflage Sommer (Altstadt von Bern)	18'200	800
Auflage Herbst (Stiftsbezirk St. Gallen)	15'700	750
Auflage Winter (Tektonikarena Sardona)	16'200	800
TOT	79'150	



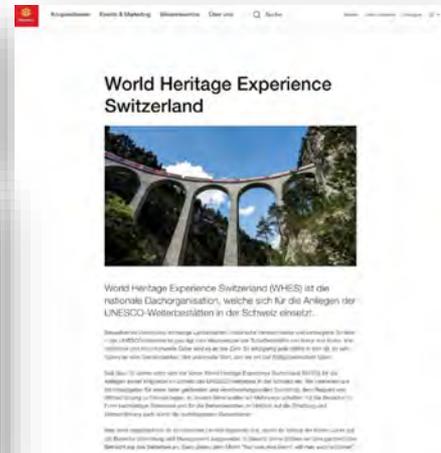
3.3 Schweiz Tourismus

Schweiz Tourismus (ST) ist eine öffentlich-rechtliche Körperschaft des Bundes und ist mit der Förderung der touristischen Nachfrage für das Ferien-, Reise- und Kongressland Schweiz im In- und Ausland beauftragt. Die nationale Tourismusorganisation hat ihren Sitz in Zürich und vertritt die Schweiz mit 21 Vertretungen in strategischen Märkten weltweit bei lokalen Medien und Reiseveranstaltern.



3.3.1 Basisintegrationen.

Als strategischer Partner von Schweiz Tourismus (ST) profitiert WHES von diversen Leistungen im Basis- und Marketingbereich. Nebst den allgemeinen Partnerleistungen wie Logo-, Bild- und Videonutzungen kann WHES auch auf die bestehenden Marktforschungsdaten zugreifen. Weiter ist WHES als offizieller Partner in verschiedenen Publikationen aufgeführt. Auch eine Partnerseite über WHES auf MySwitzerland.com und der B2B-Plattform STnet.ch ist Teil dieser Partnerschaft. Weiter erhält WHES Einladungen zu verschiedenen Netzwerktreffen wie dem Schweizer Ferientag, dem Partnership Summit oder dem Stammtisch. Auf die vielfältigen Marketingleistungen, die auch 2023 individuell mit dem Key Account Manager definiert wurden, wird im Folgenden detailliert eingegangen.



3.3.2 Promotion

3.3.2.1 Online

Auch 2023 fand ein Grossteil der Kommunikationsmassnahmen digital statt. Nachfolgend werden die Wichtigsten aufgelistet.

MySwitzerland.com: Rubrik UNESCO-Welterbestätten

Die prominente Integration der Welterbestätten auf der Website MySwitzerland.com hat 276'060 Page Views in allen Sprachversionen generiert. Die Aufrufe der einzelnen Welterbe-Seiten belaufen sich zwischen 1'379 (Alte Buchenwälder Europas) und 61'012 (Subseite) Page Views.

Welterbe-Seite	Page views
UNESCO Welterbestätten / Biosphären	61'012
Lavaux, Weinberg-Terrassen	44'617
Rhätische Bahn in der Landschaft Albula/Bernina	33'379
Biosphäre Entlebuch	20'583
Die Festung von Bellinzona	20'430
Altstadt von Bern	18'828
Stiftsbezirk St. Gallen	16'480
Jungfrau-Aletsch	12'177
Tektonikarena Sardona	11'462
Monte San Giorgio	10'234
Benediktinerinnen-Kloster St. Johann	7'230
Das architektonische Werk von Le Corbusier	6'731
Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen	4'243
La Chaux-de-Fonds / Le Locle	4'134
Biosfera Engiadina Val Müstair	3'141
Alte Buchenwälder Europas	1'379
TOT	276'060

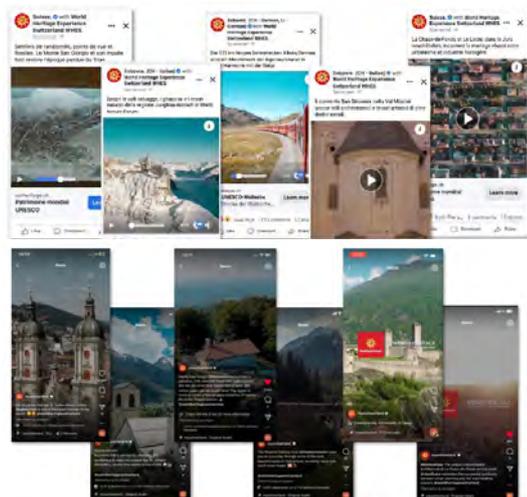


Basisintegration auf STnet.ch

Als strategischer Partner hat WHES auch eine Integration auf der B2B-Website von ST, die Informationen über die Dachorganisation, Links zu den Welterbestätten und die Kanäle von WHES enthält.

Newsletter

Im Newsletter wurde auch auf WHES bzw. die Welterbestätten eingegangen. Ein redaktioneller Beitrag zu den Welterbetagen im B2C Newsletter hat 693'077 Empfänger weltweit erreicht (Clicks: 22'287).



Social Media - Awareness Kampagne

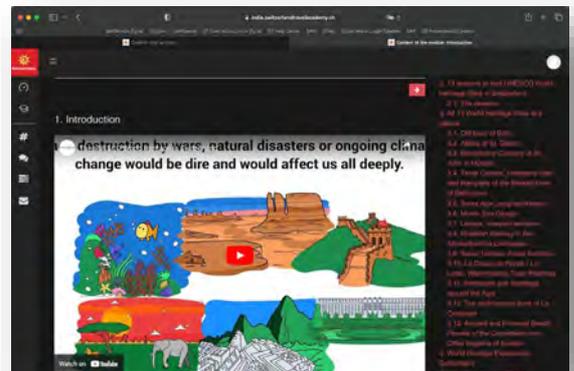
Zur Bewerbung der neuen Welterbe-Videos hat WHES gemeinsam mit ST eine Paid Meta Awareness Kampagne (Facebook und Instagram) lanciert. Von März bis Oktober wurden die 9 Short-Clips der Welterbestätten gespielt.

Die Social Media Kampagne in Zahlen

Plattform	Facebook	Instagram
Zeitraum	März – Oktober	n/a
Impressions	1'874'607	26'897
Engagement	n/a	13'425
Reach	681'450	14'742
Clicks	2'699	n/a
Target Region	Schweiz	Schweiz

e-learning Switzerland Travel Academy

Die Switzerland Travel Academy bietet ein Programm an, das aus Kern- und Spezialisierungsmodulen (MICE, Familie usw.) besteht, die Agenten und Reisespezialisten Informationen über Schweizer Reiseziele und Reiseprodukte vermitteln. Das Zertifikat ist bis Dezember des darauffolgenden Jahres gültig, danach werden die Teilnehmer eingeladen, jährliche Auffrischungsmodule zu absolvieren, um ihren Expertenstatus für ein weiteres Jahr zu erhalten. Die Reisebüros können mit der Absolvierung des Programmes das Travel-Expert-Logo auf Marketingmaterial, Websites, E-Mail-Signaturen usw. verwenden.



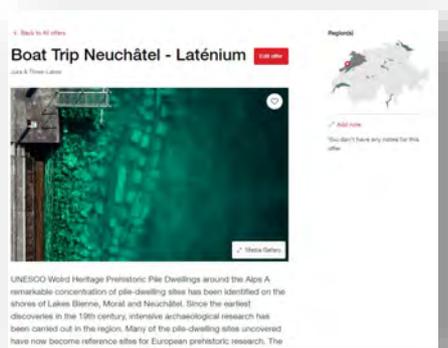
Seit dem Frühjahr gibt es ein ganzes Modul zum UNESCO-Welterbe welche in den folgende Themen aufgeteilt ist:

- 13 Gründe, das UNESCO-Welterbe zu besuchen
- Alle 13 Welterbestätten im Überblick
- World Heritage Experience Switzerland
- Key Take-Home Messages
- Quiz

Reiseexperten können damit die wichtigsten Informationen zu den Welterbestätten und deren Werte lernen. Seit der Einführung des Moduls haben sich bereits 90 Experten mit dem Welterbe-Modul zertifizieren lassen.

MySwitzerlandPro

MySwitzerlandPro ist die B2B-Plattform, welche die Angebote von Schweizer DMOs, Hotels, TOs, Transportanbietern usw. für Reiseexperten und TOs präsentiert. Die Plattform arbeitet mit 530 Buyer aus den ganzen Welt zusammen. WHES hat pro Partner mindestens ein Hauptangebot aufgenommen (Total 11 Angebote). Diese werden dann im Jahr 2024 je nach Bedarf der Partner erweitert.



Trade-Webinar

Dank der Zusammenarbeit mit Ticino Turismo wurde das Welterbe in einem Webinar für den ST-Markt Deutschland vorgestellt. Der Schwerpunkt lag auf den Welterbestätten und dem immateriellen Kulturerbe im Tessin, mit buchbaren Erlebnissen sowie Informationen zu Unterkünften und Transportmitteln. 75 Personen der besten Reisebüros und Reiseveranstalter Deutschlands nahmen an der 10-minütigen Präsentation während des Webinars teil.

Das UNESCO Welterbe in der Schweiz

- 13 UNESCO-Welterbestätten
 - 9 Kulturstätten
 - 4 Naturstätten
- 2 Biosphärenreservate
- 7 Immaterielles Kulturerbe

Das UNESCO Welterbe im Tessin

- 3 UNESCO-Welterbestätten
 - 1 Kulturstätte
 - 2 Naturstätten
- 1 Immaterielles Kulturerbe

Monte San Giorgio

Erlebnisse

-  **Fossilienmuseum** in Meride
- Führungen im Museum oder Exkursionen
- Workshops, Wanderungen und Audioguide für Kinder
- **Geo-paläontologischer Weg**
-  **Rundweg Murat Pellit**

Pro-Tipp

- In einem Grotto in Meride/Mendrisio essen

3.3.2.2 *Print*

Nebst den Online-Aktivitäten wurde das Welterbe auch in mehrere Printprodukte integriert.

Massnahme	Erscheinung	Auflage/Leser
Infobox Bergwelten	13.07.2023	A: 246'500 (DACH)
Sommerspecial: 1/2-seitiges redaktioneller Beitrag in der Schweizer Illustrierten/ Illustré (DE, FR)	Ende Juni 2023	A: 187'000, L: 760'000 (Print)
B2C Guide «Made in Suiza» Beilage in grossen Lifestyle Magazinen, zus. Digitale Kampagne auf Drittplattformen wie z.B. El Pais, Elle, etc. für den Markt Spanien	n/a	A: 100'000
TOT		1'293'500



3.3.3 Key Media Management (KMM)

Internationale Medienreisen.

Das Thema UNESCO-Welterbe wurde in zwei Medienreisen integriert, die im Oktober stattgefunden haben. Bei beiden Medienreisen konnten sich Journalisten aus der ganzen Welt über die Werte, die Geschichte und die Bedeutung der Welterbestätten informieren. Ausserdem wurde die Verbindung zwischen dem Welterbe mit dem Swiss Travel Pass und dem damit zusammenhängenden, freien Zugang zu den Besucherzentren und den Welterbe-Ausstellungen erwähnt.

Auf der ersten Tour „International Geneva & watchmaking history“ wurden 7 Teilnehmer aus Europa (Österreich, Polen, Spanien, Tschechische Republik, Vereinigtes Königreich) und Asien (China) in der Westschweiz begrüsst. Nach ihrer Ankunft in La Chaux-de-Fonds konnten die Journalisten einen kurzen Bericht von WHES hören und danach die Stadt, das Internationale Uhrenmuseum und eine Uhrmacherwerkstatt besichtigen.

Die zweite Tour „Swiss Historic Hotels along the GTToS“ führte 10 Journalisten aus Europa (Dänemark, Deutschland, Holland, Polen, Portugal, Tschechische Republik) und Amerika (Brasilien und USA) in die Ostschweiz und das Tessin. Nach der Ankunft in Chur sind sie mit dem Bernina Express gefahren, haben das Landwasserviadukt besichtigt und eine Führung durch das Bahnmuseum Albula in Bergün genossen. Dort konnte WHES einen kurzen Beitrag zum Thema UNESCO-Welterbe präsentieren.



3.3.4 Aktivitäten Touring - GToS und GToS

3.3.4.1 Grand Tour of Switzerland

Die Grand Tour of Switzerland ist ein Produkt der Touring-Abteilung von ST und vereint die Highlights der Schweiz auf der landschaftlich schönsten Route. Autobahnen werden auf der Grand Tour meist vermieden und werden nur befahren, wenn verkehrstechnisch sinnvoll. Mit einer Länge von 1643 km zeigt die Tour 46 Top-Attraktionen, davon 13 UNESCO-Welterbestätten und zwei Biosphären.

Die Zusammenarbeit mit dem GToS in Zahlen

Massnahme	Auflage/Reach
Touring Magazin 68-seitiges Magazin zum Thema «Rundreisen in der Schweiz» mit prominenter redaktioneller Integration der Welterbestätten im ganzen Magazin. Die Distribution erfolgt weltweit in mehreren Sprachen.	A: 500'000
Touring Map Zweiseitige Schweiz-Karte mit Infos zu GToS/GTToS mit prominenter Abbildung der Welterbestätten auf der Vorderseite. Die Distribution erfolgt weltweit in mehreren Sprachen.	A: 460'000
GToS Reiseführer Zweiseitiger redaktioneller Beitrag, Sprachen: DE, FR, EN.	A: 7'000
GToS Sales Manual	
Flyer G(T)ToS-Snack Box Redaktionelle Integration und Erwähnung der Welterbestätten.	A: 11'500
GToS- und GTToS-App Integration. Redaktionelle Integration der Welterbestätten bei diversen Etappen in beide Apps.	R: 38'400
GToS auf MySwitzerland.com Erwähnung der Welterbestätten als Highlights auf den Subseiten von MySwitzerland.com	R: 92'717
GToS auf MySwitzerland.com Erwähnung der Welterbestätten in den einzelnen Etappen auf MySwitzerland.com	R: 51'230
GToS auf MySwitzerland.com Integration der Welterbestätten in den Tagesetappen zur Grand Tour Deluxe	R: 5'801
Plakatwerbung GToS bei Swissminiatur Redaktionelle Integration mit Hinweis auf GToS-Erlebniswelt.	n/a
TOT	1'166'648



Raiffeisen Mitgliederangebot «Grand Tour of Switzerland 2023»

Aufgrund der strategischen Partnerschaft mit Schweiz Tourismus konnte sich WHES mit dem Verantwortlichen des Mitgliedermarketings bei Raiffeisen austauschen. Aus den gemeinsamen Gesprächen ist eine konkrete Kooperation entstanden, so dass interessierte Welterbestätten als Highlights entlang der Grand Tour of Switzerland in der jährlichen Raiffeisen-Aktion für Mitglieder mitwirken konnten. Fünf Welterbe-Partner haben sich für die Teilnahme an der Raiffeisen-Aktion entschieden. Insgesamt konnten alle sechs vorgeschlagenen Erlebnisse in die «Grand Tour of Switzerland 2023»-Kampagne integriert werden. Die Kampagne lief vom 1. Mai bis zum 30. November und wurde über die verschiedenen Kanäle von Raiffeisen verbreitet: Newsletter, Posts in den sozialen Medien, Informationsmaterial in den Banken, womit über 2 Millionen Mitglieder über die Kampagne informiert wurden. Von den über 12'000 Erlebnissen, die entlang der Grand Tour of Switzerland eingelöst wurden, haben die Welterbe-Angebote insgesamt 206 Einlösungen generiert.



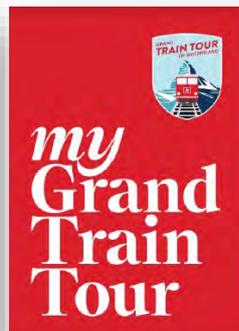
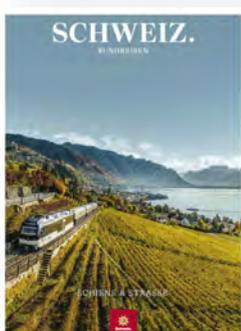
3.3.4.2 Grand Train Tour of Switzerland

Der Verein Grand Train Tour of Switzerland (GTToS), ähnlich wie bei der Grand Tour of Switzerland, vereint Highlights entlang der Panoramazüge. Als Panoramazüge gelten nur jene, die Panorama-Wagen und Catering zur Verfügung stellen. Der Verein umfasst 25 Organisationen und Unternehmen als Mitglieder.

Seit 2021 ist WHES Mitglied des Vereins GTToS. Das Welterbe wurde entsprechend den Routen der Panoramazüge bestmöglich in den Kommunikationsmassnahmen von GTToS integriert. Im Jahr 2023 wurden 5 Welterbestätten (Stiftsbezirk St. Gallen, Festung von Bellinzona, Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch, Rhätische Bahn Albula/Bernina und Monte San Giorgio) als Highlights entlang der Panoramamarouten erwähnt.

Die Zusammenarbeit mit dem GTToS in Zahlen

Massnahme	Reach
GTToS Reiseführer (in Deutsch) Zweiseitiges Inserat und redaktionelle Integration. Distribution erfolgt via Buchhandel und Online.	A: 8'000
GTToS Sales Manual (in Deutsch und Englisch) Diverse Integrationen für Trade- und Medienbereich.	A: n/a
GTToS MyTravel Stamp Booklet 1/1-seitiges Inserat im Englisches Stempelbooklet. Die Distribution erfolgt an Bahnhöfen und in Tourismusbüros.	A: 50'000
Plakatwerbung mit GTToS Map Diverse Plakate schweizweit mit prominenter Integration der Welterbestätten entlang der Panoramazüge auf der GTToS Map.	n/a
GTToS auf MySwitzerland.com	1'969'756
TOT	2'027'756



3.4 Kommunikation

3.4.1 Online/Social Media

3.4.1.1 Web-Auftritt *ourheritage.ch*

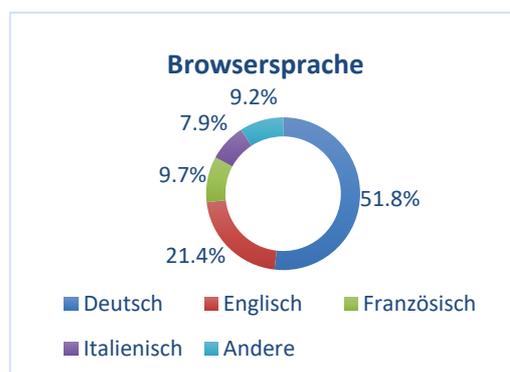
Die kooperative Plattform *ourheritage.ch* präsentiert das Welterbe, die Biosphärenreservate und das immaterielle Erbe. Mit über 700 Inhalten in vier Sprachen ist die Plattform der zentrale Punkt, an dem Informationen, Hintergrundinformationen, aber auch Informationen für Besucher zu finden sind. Die Inhalte werden von WHES, aber auch von den Partnern gepflegt und betreut. Ziel der Plattform ist es auch, Informationen zu harmonisieren und Synergien zwischen den Akteuren des Welterbes zu schaffen. Die Plattform und ihre Server werden zu 100 % mit zertifiziertem Ökostrom aus Schweizer Wasserkraftwerken betrieben. Neben detaillierten Informationen zum Besuch des Welterbes gibt es in den Points of Interest (POI) einen direkten Link zur SBB, um den Langsamverkehr zu den Welterbestätten zu fördern.



Die Inhalte der Plattform sind über verschiedene Filter zugänglich: Zunächst werden die Besucherzentren der Welterbestätten vorgestellt. Anschliessend werden die Inhalte thematisch entweder mit Inhalten ähnlicher Themen einer Welterbestätte oder mit ähnlichen Inhalten anderer Welterbestätten verknüpft, um Synergien zwischen den Welterbestätten zu fördern. Es wurden auch spezielle Kategorien für Familien und barrierefreie Erlebnisse geschaffen.

Im Jahr 2023 wurde die Newsletter Funktion eingeführt. Weiter wurde ein Zugang für Personen aus dem Bildungsbereich über die verknüpfte *edu.unsererbe.ch*-Plattform geschaffen. Der Schwerpunkt lag auch auf der Anpassung einiger Fehlermeldungen im System sowie auf der Planung und Organisation der von den Partnern hinzugefügten Inhalte. Das Potenzial der Plattform wird von einigen Partnern und Standorten noch nicht zu 100% genutzt.

Die Anzahl Web-Besucher hat im Vergleich zum Vorjahr mit 82'267 Sitzungen (+58.6 %) sowie 161'200 Seitenaufrufe (+53.2%) zugenommen. Es konnte ein Rückgang der Sitzungsdauer (-1.1%) beobachtet werden. Die Aktionen pro Seite sind in Durchschnitt mit 2.1 pro Sitzung wie im Vorjahr geblieben. Die genutzte Browsersprache war auf beiden Webseiten mehrheitlich Deutsch. Dank der Promotion von *unsererbe.ch* auf den sozialen Netzwerken, auf Google (mit Google AdWords) und den neuen Features konnten die Seitenaufrufe um mehr als 58% gesteigert werden. Die Ausstiegsrate, welche hauptsächlich die Homepage von *unsererbe.ch* betrifft, fällt höher aus als Folge der Google Ads.



Die Plattform in Zahlen

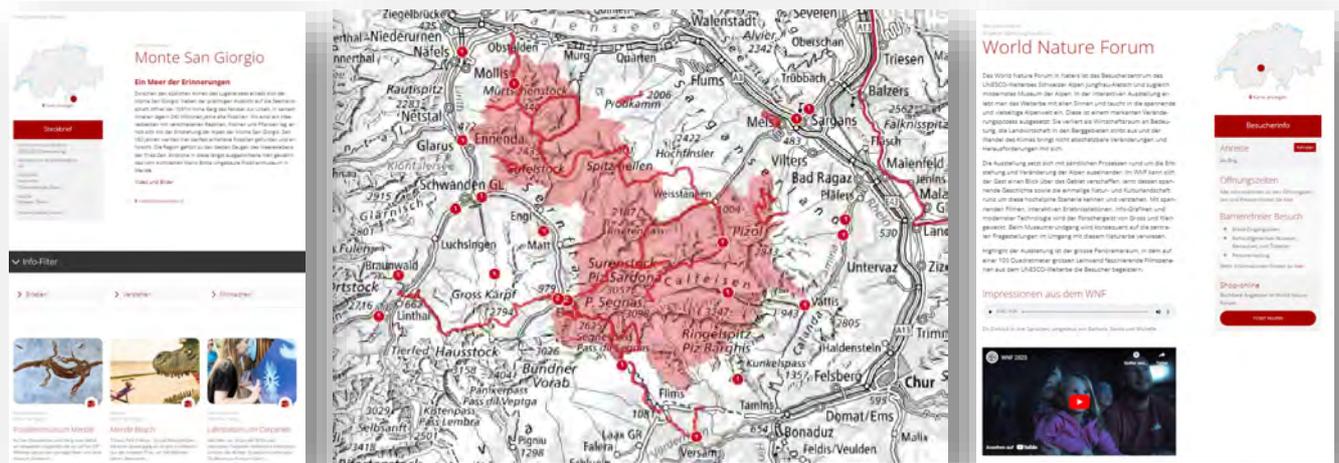
Aktuell hat WHES mithilfe der Partner über 700 Aktive Inhalte: 175 Artikel, 428 Points of Interest (POIs), 18 Events und 73 Routen veröffentlicht. Nachfolgend, sind die Key Performance Indikatoren (KPIs) ersichtlich, sowie Top-Webseiten von unsererbe.ch hinsichtlich der Sitzungsanzahl.

KPIs*	2023	2022	Prozentuale Differenz zu 2022
Sitzungen	82'267	51'875	+58.6 %
Seitenaufrufe	161'200	105'213	+53.2%
Sitzungsdauer	00:01:32	00:01:33	-1.1%
Aktionen pro Besuch	2.1	2.1	=
Ausstiegswarte (nach einem Seitenaufwurf)	69%	67%	+3.3%
Sitzungen in der Schweiz	45'034	22'570	+63.9%
Sitzungen wiederkehrende Besucher	10'539	6'711	+57%
Sitzungsdauer wiederkehrende Besucher	00:03:54	00:03:46	+3,5%
Aktionen wiederkehrende Besucher	2,8	3	-6,7 %

* Die neue Datenschutzverordnung für Websites, die sich auf die Sammlung von Cookies und das Online-Tracking für EU-Besucher auswirkt, hat auf jeden Fall einen negativen Einfluss auf die Website-Statistiken.

Top 3 Seiten von unsererbe.ch	Sitzungen
www.unsererbe.ch/	42'113
www.whes.ch (Unterseite von www.unsererbe.ch)	4'511
www.unsererbe.ch/karte	4'060

Top 3 Weiterbestätten (allgemeine Weiterbe-Seite)	Sitzungen
www.unsererbe.ch/schweizer-alpen-jungfrau-aletsch	2'885
www.unsererbe.ch/tektonikarena-sardona	1'998
www.unsererbe.ch/monte-san-giorgio	1'309



3.4.1.1.1 Google AdWords / Google AdGrants

Die Plattform wird von Google AdWords unterstützt. Ab Mai 2023 wurde das normale Google AdWords-Konto in ein Google AdGrants-Konto umgewandelt: Dank dieser Änderung kann WHES über ein kostenloses Werbebudget von bis zu CHF 10'000 verfügen, ohne dafür zu bezahlen. Google AdGrants funktioniert ähnlich wie Google AdWords, aber bestimmte Funktionen sind eingeschränkt (z.B. kann Online-Werbung nicht immer Bilder enthalten). Wie im vergangenen Jahr haben wir vier Kampagnen (eine pro Sprache) durchgeführt. Diese waren das ganze Jahr über aktiv und wurden für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und das Google-Ranking der Plattform genutzt. Die Kampagnen wurden optimiert und es wurden dadurch nur bessere Ergebnisse erzielt. Ausserdem wurden die Kosten gesenkt, denn seit Mai ist nur das Google AdGrants-Konto aktiv.



Die Online-Werbung in Zahlen

Da das Google AdGrants-Konto neu ist, ist die Leistung der Werbung noch nicht optimal. Sie brauchen Zeit zum Lernen. Zudem wurde das Target der neuen Werbeanzeigen aktualisiert und durch mehr Details verfeinert. Obwohl die Leistung mit 35,2 % weniger Klicks und 57,6 % weniger Impressionen schlechter ist, konnte WHES Geld sparen (62,9 % weniger Kosten im Vergleich zu 2022) und dennoch einen Rekord an Sitzungen auf der Plattform erzielen.

KPIs*	2023 Ad Grants (Mai bis Dez.)	2023 AdWords (Jan. bis Jun.)	TOT 2023	2022	Prozentuale Differenz zu 2022
Klicks	2'481	21'192	23'673	36'538	-35.2%
Impressions	26'025	227'020	253'045	597'789	--57.6%
Kosten in CHF	0	2'735.5	2'735.5	7'375.1	-62.9%
Benutztes Budget	10'210.2	/	/	/	/

3.4.1.1.2 Trade- und Mediacorner

Trade Corner

Diese Unterseite der Plattform zentralisiert Informationen für die Reisebranche und Reisefachleute. Der Sales Guide ist in digitaler Form erhältlich und präsentiert auf 24 Seiten buchbare Elemente in verschiedenen Kategorien. Er ist auch mit anderen Sales Guides verlinkt, z. B. dem von Schweiz Tourismus. Im Trade Corner sind auch Vorschläge für Reiseprogramme in Welterbe-Regionen und Informationen über barrierefrei zugängliche Erlebnisse zu finden. Die Liste der Kooperationspartner wird ständig aktualisiert. Obwohl die Website im Jahr 2023 nur 80 Sitzungen erreicht hat, haben die 50 wiederkehrenden Besucher die Inhalte und Dokumentationen durchschnittlich fast 27 Minuten lang angesehen und mehr als 15 Aktionen pro Besuch generiert.



Medien Corner

Diese Unterseite der Plattform zentralisiert Informationen für die Medien und Medienfachleute. Der Pressekit ist in digitaler Form erhältlich und präsentiert auf 23 Seiten Informationen zu den Welterbestätten sowie Erlebnisse, welche man in den Welterbestätten machen kann. Ein weiteres Kapitel fokussiert auf die Welterbetage. Im Medien Corner sind zudem unsere Medienmitteilungen und das offizielle Glossar zu finden.

Obwohl die Website im Jahr 2023 nur 85 Sitzungen erreicht hat, haben die 42 wiederkehrenden Besucher die Inhalte und Dokumentationen durchschnittlich fast 19 Minuten lang angesehen und mehr als 14 Aktionen pro Besuch generiert.



3.4.1.2 Social Media

WHES hat mehrere Social-Media-Kanäle und nutzt diese mit unterschiedlichen Inhalten. Ziel ist es, die Werte der Welterbestätten, Aktivitäten, die einen Mehrwert für die Stätten und die Besucher bringen, und die Welterbetage mit informativen Posts an die Community zu vermitteln. Die Bilder spielen eine grosse Rolle und werden je nach Jahreszeit und Stimmung ausgewählt. Die Inwertsetzungspartner haben das ganze Jahr über eine ähnliche Präsenz.

Meta – Facebook und Instagram (@worldheritageswitzerland)

Die Metakanäle Facebook und Instagram spielen eine wichtige Rolle in der regelmässigen Social-Media-Kommunikation von WHES. Dank der Verknüpfung mit weiterführenden Links konzentriert sich der Inhalt auf Informationen über das Welterbe, Erlebnisse, Programme und Besucherzentren. Die Facebook-Community ist zu 58% weiblich und die grösste Zielgruppe sind Menschen über 65+ mit 31,3%. Die Community kommt zu 51,6% aus der Schweiz.

Die Instagram-Community ist zu 50,6% weiblich und die grösste Zielgruppe sind mit 34% Personen zwischen 25 und 34 Jahren. 29,5% der Community kommt aus der Schweiz.

Pinterest (worldheritageswitzerland)

Dieser Account beinhaltet momentan Inhalte über das Welterbe und Hauptaktivitäten innerhalb der Welterbestätten, welche in der generellen Kommunikation von WHES beworben sind. Der Account verfügt zurzeit über alle Formate: Standard Pins, Pin-Ideas und Videos. Ziel ist es, das Bewusstsein der Schweizer Bevölkerung zu steigern sowie Familienangebote und den barrierefreien Tourismus in Verbindung zum Welterbe in der Schweiz zu fördern. Die Pinterest-Community ist zu 52,4% weiblich und die grösste Zielgruppe sind mit 45,7% Personen zwischen 18 und 24 Jahren. Die Community kommt zu 2,7% aus der Schweiz.

YouTube (@worldheritageswitzerland)

Auf dem YouTube-Kanal präsentiert WHES die verschiedenen Videos der vergangenen Jahre, wie die Erklärvideos, die ST-Videos sowie jene der Schweizerischen UNESCO-Kommission. Die Playlist ist in Kategorien unterteilt, so dass die Inhalte thematisch geordnet sind: Erklärvideos, Welterbe (Natur- und Kulturstätten), Immaterielles Kulturerbe, Biosphärenreservate und Welterbetage. Die neuen Abonnenten sind zu 100% weiblich angezeigt und die grösste Zielgruppe sind mit 100% Personen zwischen 25 und 34 Jahren. Die Community kommt zu 21,2% aus der Schweiz.

LinkedIn (@world-heritage-experience-switzerland-whes)

Dieser Social Media Kanal wird nur mit Inhalten für die B2B Community bespielt. Ziel ist die Reputation von WHES zu steigern durch die Publikation von relevanten Inhalten und die Interaktion mit anderen Welterbe-Akteure in der Schweiz und Europa. Die LinkedIn-Community kommt zu 45,4% aus der Schweiz.

Die Social-Media-Kanäle in Zahlen

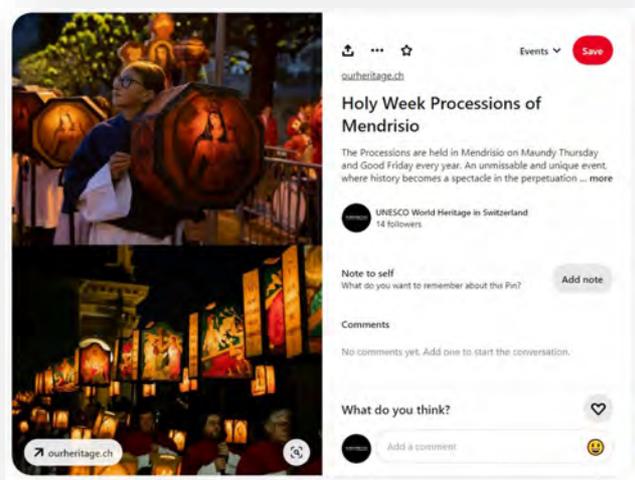
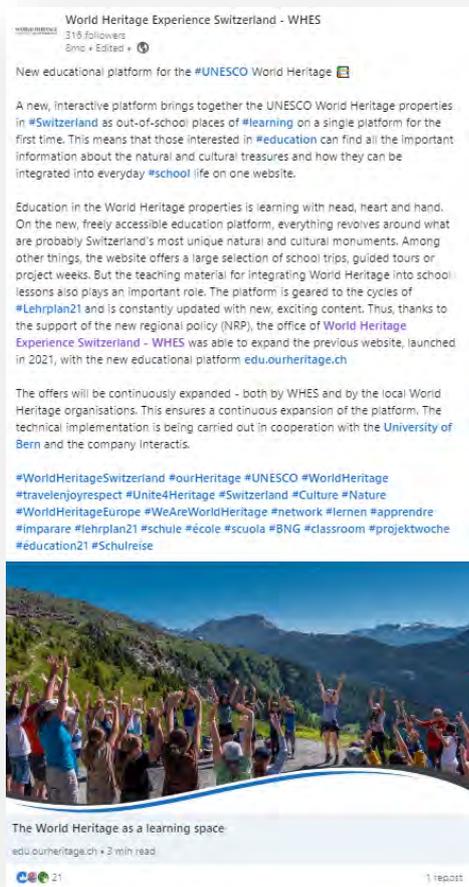
Während des Jahres 2023 ist die Community auf allen Kanälen weiter gewachsen. Die Meta Kanäle konnten zusammen eine Reichweite von 192'361 erlangen. Die Posts auf Facebook wurden jeweils weiterhin mit einem Mindestbetrag von CHF 4 «geboostet», um mehr Menschen zu erreichen (Gesamtinvestition von CHF 262.94). Dabei stellt WHES weiterhin sicher, dass alle Partner auf den Social-Media-Kanälen die gleiche Präsenz haben. 2023 konnten die meisten Followers durch Facebook erreicht werden und haben entsprechend auch viele Leads (Links, die zu einer bestimmten Seite führen) zur Plattform unserererbe.ch generiert.

Die Aktivitäten auf YouTube und Pinterest sind minimal. Anfang 2023 wurde das Erklärvideo zu den Prozessionen der Karwoche in Mendrisio auf allen Kanälen veröffentlicht, was vor allem auf YouTube und der Plattform viel Traffic generiert hat.

LinkedIn wurde regelmässig entweder mit Inhalten für die B2B-Community oder mit Interaktionen mit anderen Inhalten bespielt.

In der nachfolgenden Tabelle sind Informationen zu den Accounts dargestellt.

Plattform	Facebook	Instagram	Pinterest	YouTube	LinkedIn
Reach	165'758	7'403	19'200	6'454	
Impressions			23'200	35'443	2'718
Seitenaufrufe	12'912	4'571	n/a	n/a	158
Followers/Abonnenten	13'011	5'455	10	111	316
Ausgaben / Kampagnen	CHF 262.94	/	/	/	
Sprache	DE, EN, FR, IT	EN	EN	DE, EN, FR, IT	
Target Region	Schweiz	Schweiz	Schweiz	/	



3.4.2 Print

3.4.2.1 Beobachter Verlag

Buch „Schönste Schweiz!“ und Bewerbung

Das Buch, das in Zusammenarbeit zwischen dem Beobachter Verlag und den Journalisten von Alpha Media produziert wurde, ist in seiner vierten Auflage fast vergriffen. Das Inserat stellt die Welterbestätten sowie die Highlights der Welterberegionen vor. In Zusammenarbeit mit Beobachter Verlag / Riniger Axel Springer erfolgte eine gemeinsame Promotion des Welterbes in der Schweiz in Kombination mit den Welterbetagen und dem Buch "Schönste Schweiz!".



Die Zusammenarbeit in Zahlen

WHES bezahlt für diese Kooperation einen symbolischen Beitrag von CHF 4'400.- und kann aufgrund der Kooperation einen Gegenwert herausholen, der im Alleingang nicht möglich wäre. Im folgenden Titel wurde ein einseitiges Inserat geschaltet:

Titel	Erscheinung	Wert 1/1-seitiges Inserat	Leserschaft
Beobachter	15.09.2023	CHF 23'830.-	620'000
Banner im Newsletter (Herbst)	18.11.2023	CHF 9'200.-	44'607
TOT		CHF 33'030	664'607

3.4.2.2 Verkehrs-Club der Schweiz (VCS) Magazin

Das VCS-Magazin ist die Mitgliederzeitschrift des VCS. Für seine rund 95'000 Mitglieder berichtet das Magazin über aktuelle verkehrspolitische Themen und setzt in Dossiers Schwerpunkte. Auf den Reiseseiten erhalten die Leserinnen und Leser spannende Tipps für nachhaltige Ausflüge und Reisen in der Schweiz und in Europa. Das VCS-Magazin hat eine sehr hohe Bindung zu seiner ökologisch engagierten Leserschaft. Dank einer redaktionellen Zusammenarbeit mit Alpha Media (Journalisten und Autoren des Buches „Schönste Schweiz“) konnte WHES wiederum eine grössere Medienplatzierung realisieren. In der Juni- und September-Ausgabe konnte ein 2-seitiger Artikel über das Welterbe in der Schweiz realisiert werden. Die Artikel wurden sowohl in der deutschen wie auch in der französischen Ausgabe publiziert. Eine solche Präsenz kommt einem Artikel-Gegenwert von gut CHF 39'600.- gleich. Für WHES war die Inserierung bis auf das Entgelt an die Journalisten kostenfrei.



3.4.2.3 Baden-Württemberg Magazin

Das Magazin Baden-Württemberg präsentiert zahlreiche Informationen zu Freizeitaktivitäten, regionalen Themen, kulturellen und kulinarischen Veranstaltungen in und ausserhalb von Baden-Württemberg. In der Herbstausgabe wurden in einer sechsstufigen Serie die sieben Welterbestätten der Region sowie Erlebnisse im Welterbe vorgestellt. Dank des Kontakts mit dem deutschen Verein und der Grenznähe stellte WHES in einem redaktionellen Artikel die Welterbestätten in der Schweiz vor, wobei der Schwerpunkt auf den Welterbe-Erlebnisse, die man vor Ort machen kann, lag.

Details	
Zielgruppe:	Aktive, freizeitorientierte Singles und Familien.
Ausgabe:	Juni
Auflage:	30'000 Exemplare
Verteilung:	Lesezirkelstellen, Abonnenten, Golfclubs, Mineralthermen, Hotels, Touristinformationen



3.4.3 Medienarbeit

Im Jahr 2023 wurde in den Online- und Offline-Medien durch mehrere Medienmitteilungen und Interviews über WHES berichtet. Insgesamt wurden mindestens 17 Artikel in verschiedenen Medien veröffentlicht. Diese Medienpräsenz wurde durch das Erklärvideo zu den Karwochenprozessionen in Mendrisio erzeugt: Die lokalen Medien (Radio, Fernsehen und Zeitungen) haben grosses Interesse gezeigt. Diese starke Medienpräsenz führte dann zu zahlreichen Sitzungen auf der Plattform.

Titel	Auflage/Reach	Titel	Auflage/Reach
Corriere del Ticino (März)	Print A 29'648	LiberaTV (März)	Online R: n/a
Corriere del Ticino (März)	Online R: n/a	RSI - Il quotidiano (März)	Online R: n/a
La Regione (März)	Print A 23'720	Rete 1 – Seidisera (März)	Online R: n/a
La Regione (März)	Online R: n/a	Teleticino (März)	Online R: n/a
Ticino online (März)	Online R: 8'501'306	Ticino Welcome (März)	Online R: n/a
Ticino News (März)	Online R: n/a	Tessiner Zeitung (März)	Online R: n/a
ETiCinforma.ch (März)	Online R: n/a	20 Minuti (März)	Print A: 25'512
Catholica	Print A: 29'378	Rete 1 – Seidisera (Sept.)	Online R: n/a
Sonntag	Print A: 5'000		
Minimum Medienkontakte 8'614'564			



Lattesa per le Processioni storiche
MENDRISIO. Sale l'attesa per l'appuntamento di giovedì 6 e venerdì 7 aprile, per le tradizionali e apprezzatissime Processioni storiche di Mendrisio. Tra le novità del 2023, la pubblicazione di un nuovo e accattivante video esplicativo che fornisce interessanti informazioni sulle Processioni ed è stato realizzato con la collaborazione tra il World Heritage Experience Switzerland (Whes), l'Ofir Mendrisiotto e Basso Ceresio e la Fondazione per le Processioni storiche di Mendrisio.



Die traditionellen Karwochenprozessionen mit den Laternenträgern vor dem deutschen Schloss in Mendrisio am Freitag, 14. April 2017.
MENDRISIO

**KARWOCHEN-PROZESSIONEN
ALS UNESCO-KULTURERBE**

3.5 Wanderausstellung

Die Wanderausstellung von WHES besteht aus drei Säulenmodulen, die Hintergrundinformationen, den aussergewöhnlichen Wert und Bilder der Welterbestätten, der Biosphärenreservate und des immateriellen Erbes präsentieren. Sie wird allen Partnern kostenlos zur Verfügung gestellt, um das Welterbe in lokalen Museen, touristischen Sehenswürdigkeiten und bei lokalen Institutionen bekannt zu machen.

Im Jahr 2023 wurde die Wanderausstellung für die Feierlichkeiten zum 40. Jahre Jubiläum seit der Aufnahme vom Benediktinerinnen-Kloster St. Johann in Müstair in die Liste des UNESCO-Welterbes eingesetzt. Am Ende des Jahres wurde sie im Gymnasium in Mendrisio aufgestellt: Schulpersonal und Studierende setzten sich anschliessend in der Schule mit den UNESCO-Themen auseinander.

Der Inhalt der Ausstellung wurde auch für den Dies Academicus der USI-Lugano verwendet, an dem verschiedene Institutionsvertreter teilgenommen haben.

Auftritte auf einem Blick

Periode 2023	Veranstaltung/Ortschaft
Mai	Dies Academicus USI Lugano, Lugano (TI)
Juni bis November	40-Jahre-Jubiläum, Müstair (GR)
November bis Januar (*24)	Gymnasium LiMe, Mendrisio (TI)



3.6 Workshops

Inwertsetzung

Im September haben sich die Inwertsetzungspartner zu einem Erfahrungsaustausch in Bern getroffen: Viele neue Ansprechpartner hatten die Gelegenheit, andere Partner zum ersten Mal zu treffen. Ziel des Workshops war die Analyse der bestehenden Aktivitäten mit Fokus auf die Massnahmenplanung 2024. Diese Treffen dienen nebst dem Austausch untereinander auch dazu, dass die Massnahmen an die Bedürfnisse der Welterbestätten ausgerichtet sind.

3.7 Internationale Tourismus-Börse Berlin (ITB)

Die Internationale Tourismus-Börse (ITB) in Berlin findet jedes Jahr Anfang März statt. Mit über 180 Land-, Stadt- und Regionsvertretungen, Reiseveranstaltern, Buchungsportalen und Hotels sowie zahlreichen anderen Dienstleistern ist die ITB eine der grössten Tourismusmessen der Welt.

WHES vertritt das UNESCO-Welterbe in der Schweiz und in Europa zusammen mit dem European Network of World Heritage Associations (ENWHA) in der Culture Lounge der ITB. Auch andere Welterbestätten sowie kulturelle Hotspots, insbesondere in Europa, sind in der Culture Lounge mit einem Stand vertreten. Durch die Beteiligung von WHES und des europäischen Netzwerks werden die Welterbestätten in der Cultural Lounge der ITB hervorgehoben. Im Rahmen der ITB findet auch ein jährliches Treffen der ENWHA-Mitglieder statt, um gemeinsam zukünftige Aktionen auf europäischer Ebene zu planen.



3.8 Monitoring Besucherströme 2023

Die Besucherzahlen für 2023 sind noch nicht bekannt.

4 Vermittlung

Die folgenden vier Welterbestätten engagieren sich für eine nachhaltige Vermittlung des Welterbes: **Rhätische Bahn in der Landschaft Albula/Bernina; Schweizer Tektonikarena Sardona; Stiftsbezirk St. Gallen und Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch.** Sie werden in den nachfolgenden Aktivitäten explizit mitgetragen.

4.1 Welterbetage

2023 fand die 7. Austragung der Welterbetage in der Schweiz statt. Die Welterbestätten boten sowohl für Kultur- als auch Naturbegeisterte vielfältige Programme an:

- Mittelpunkt des Welterbetages bei der Rhätischen Bahn war ein Festgelände in Bergün mit Spiel und Spass für Familien, Fahrten mit historischen Zügen und vielem mehr.
- Der Stiftsbezirk St. Gallen feierte sein 40-jähriges Jubiläum seit Eintragung auf der Welterbeliste unter anderem mit einem Kinderchor und spannenden Führungen.
- Naturliebhabern offenbarte die Schweizer Tektonikarena Sardona die geologischen Charakteristiken des Welterbes mit betreuten Infoständen, Vorträgen, und Gratisführungen mit Geoguides Sardona sowie einer Mineralienausstellung.
- Wanderbegeisterte kamen auf einer Gletschertour im Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch auf ihre Kosten oder einer Führung durch das World Nature Forum in Naters.
- Auch im Kloster St. Johann in Müstair wurden Gratisführungen, Konzerte, Familienaktivitäten und reges Markttreiben angeboten (zusätzliche Partnerschaft für Welterbetage).

Die Veranstaltung wurde wiederum von diversen Kommunikationsmassnahmen begleitet. So wurde der Anlass nebst der Bewerbung über die Veranstaltungswebsite www.welterbetage.ch auch über die sozialen Medienkanäle von WHES beworben. Eine Medienmitteilung informierte die Bevölkerung zudem über den bevorstehenden Anlass.

KPIs www.welterbetage.ch	2023
Sitzungen	3'238
Seitenaufrufe	8'500
Sitzungsdauer	00:03:07
Aktionen pro Besuch	2.9

Nebst individuell durch WHES gestalteten Plakaten und Flyern, die vor Ort eingesetzt wurden, haben über 15'800 Haushalte in den Welterbestätten eine Postkarte mit den Programmdetails «ihrer» Welterbestätte erhalten.

Bei Schweiz Tourismus wurden die Welterbetage als «Top Event» beworben und mitgetragen.



4.2 Website

Mitte August 2023 ging die neue Website www.edu.unsererbe.ch live. Die neue Bildungsplattform vereint die UNESCO-Welterbestätten in der Schweiz als ausserschulische Lernorte erstmals auf einer einzigen Plattform. Sie offenbart unter anderem eine grosse Auswahl an Schulreisen, Führungen oder Projektwochen. Aber auch dem Unterrichtsmaterial für die Einbindung des Welterbes im Schulunterricht kommt eine wichtige Rolle zu. Die Plattform orientiert sich an den Zyklen des Lehrplans21 und kann laufend mit neuen Inhalten versehen werden. Sowohl die Geschäftsstelle wie auch die Vermittlungspartner haben die Möglichkeit, Einträge zu erfassen und anzupassen.

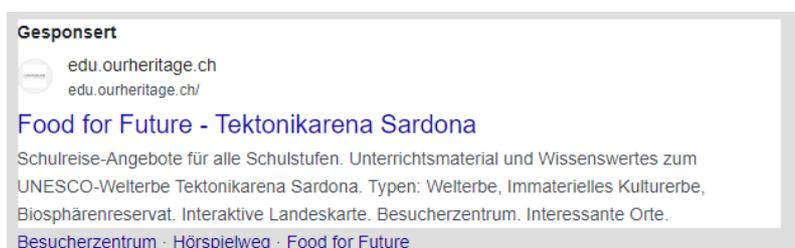


KPIs www.edu.unsererbe.ch	Aug.-Dez. 2023
Sitzungen	1'587
Seitenaufrufe	3'539
Sitzungsdauer	00:02:28
Aktionen pro Besuch	2.5

Während den vier Monaten Laufzeit im 2023 konnten 57% mehr Besucher als im gesamten Jahr 2022 (915 Besucher) verzeichnet werden. Bei rund 22% aller Besucher handelt es sich um wiederkehrende Besucher.

4.3 Google Ads / Google AdGrants

Die neue Bildungsplattform wird ebenfalls vom Google AdGrants-Konto unterstützt (vgl. Kapitel 3.4.1.1.1). Somit profitiert auch der Vermittlungsbereich von einem kostenlosen Werbebudget von bis zu CHF 10'000. Nebst der allgemeinen Bewerbung des Welterbes als ausserschulischer Lernort werden auch die konkreten Angebote der Vermittlungspartner in den Vordergrund gerückt. Da die Ads erst Ende Jahr aktiviert wurden, lassen sich noch keine Werte festhalten.



4.4 Newsletter

2023 wurden insgesamt drei Newsletter an interessierte Personen aus dem Bildungsumfeld versendet. Die Inhalte orientierten sich einerseits an Aktualitäten seitens WHES (z.B. Lancierung neue Website, Teilnahme an Swissdidac oder aktuelle Schulreiseangebote). Andererseits steht es allen Vermittlungspartnern frei, von dieser Kommunikationsplattform zu profitieren und Neuigkeiten aus dem Bildungsumfeld im Welterbe einzuspielen. 2023 konnte der Adressstamm versechsfacht werden (von 55 auf 347 Personen). Neu sind beispielsweise auch alle Bildungsverantwortlichen aus den HARMOS Kantonen im Newsletterverteiler aufgeführt. Die Öffnungsrate der drei Newsletter beträgt durchschnittlich 26.7%.

4.5 Schulreisen und Projektwochen

4.5.1 *Bildung Schweiz*

Im Juli/August 2023 wurde im Magazin „Bildung Schweiz“ ein Flyer mit Schulausflügen und Hinweisen zur neuen Plattform beigeheftet. Mit einer Auflage von 44'000 Exemplaren deckt die Zeitschrift 80% aller Volksschulen in der Deutschschweiz ab.

Ergänzend dazu wurden die Schulausflüge im Welterbe auch im Newsletter des Fachmediums beworben (20'000 Empfänger).

Als Dankeschön für die Buchung erhielten sämtliche Schulklassen ein Goodie in Form eines Turnbeutels. Da der Rücklauf an Buchungen überschaubar war, wird diese Massnahme vorläufig nicht fortgeführt.



4.5.2 *Weitere Plattformen mit Schulreisen*

Die Geschäftsstelle hat eine Liste mit Plattformen erstellt, auf denen sich Lehrer für Schulausflüge informieren. Diese Liste bildet die Grundlage für die weitere Bekanntmachung der Welterbestätten als ausserschulische Lernorte.

4.6 **Swissdidac – Worlddidac**

WHES hat vom 21. bis 23. November 2023 das Welterbe an der Swissdidac repräsentiert. Als wichtigster Branchentreffpunkt der Schweiz mit 7800 Besuchern behandelte die Veranstaltung bildungsrelevante Themen, brachte Fachleute zusammen und zeigte zukunftsweisende Produkte und Dienstleistungen rund um die Schule von morgen. Gemeinsam mit dem Netzwerk der Schweizer Pärke wurden die Welterbestätten am eigenen Stand als ausserschulische Lernorte präsentiert. Hauptfokus lag auf Schulreisen und Unterrichtsmaterialien. Die Vermittlungspartner hatten die Möglichkeit, selbst vor Ort dabei zu sein und ihr Welterbe dem Bildungsumfeld näher zu bringen. Dies geschah einerseits mit der Standbetreuung, andererseits aber auch mit auserwählten Aktivitäten am Stand, die von Interessierten gebucht und besucht werden konnten. Nebst den Kontakten am WHES-Stand konnten spannende Gespräche mit anderen Messeteilnehmern geführt werden, die teilweise zu weiteren Kooperationen geführt haben.

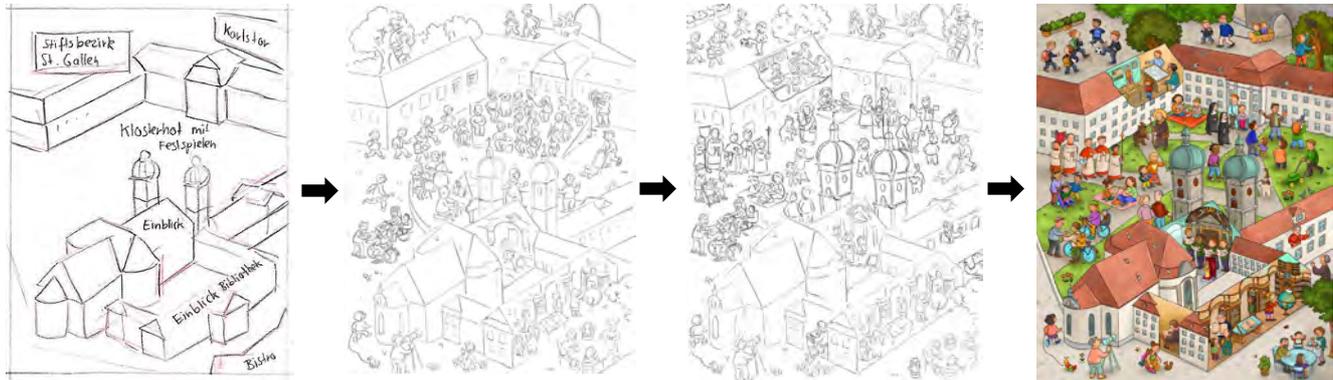


4.7 **Lehrmittel**

2023 hat die Konzeption hinsichtlich eines Lehrmittels über das Welterbe in der Schweiz gestartet. Aufbauend auf den Lehrmaterialien der einzelnen Welterbestätten soll ein gemeinsamer Einstieg zum Welterbe in der Schweiz realisiert werden. Die Inhalte dazu sollen sich an den Kompetenzen des Lehrplans21 orientieren und in die Bereiche NMG (Natur, Mensch, Gesellschaft) und BNE (Bildung für Nachhaltige Entwicklung) eingebettet werden. Die Detailausarbeitung erfolgt durch einen Lehrmittelverlag in enger Zusammenarbeit mit den Vermittlungspartner. Entsprechende Offerten liegen WHES bereits vor.

4.8 Wimmelbuch

Das Wimmelbuch über das UNESCO-Welterbe in der Schweiz steht Ende 2023 kurz vor der Fertigstellung. Gemeinsam mit den Vermittlungspartnern wurde entschieden, dass im Buch alle Welterbestätten in der Schweiz berücksichtigt und gleichermassen mitgetragen werden. Damit will WHES die jüngste Zielgruppe erreichen und ihnen das Welterbe auf einfache Art und Weise näherbringen. Die Vermittlungspartner profitieren indes von Spezialkonditionen beim Einkauf.



4.9 World Heritage Education

WHES wurde als Gastreferent zur Veranstaltung „World Heritage Education“ in Lorsch eingeladen. Aufgrund einer Terminkollision übernahm Claudia Schwarz vom Netzwerk der deutschen Welterbestätten die Präsentation unserer Vermittlungsarbeit der Welterbe-Idee in der Schweiz.

4.10 Vermittlungsworkshop

Mitte Oktober haben sich die Vermittlungspartner in Bern zu einem Erfahrungsaustausch getroffen. Ziel dieses Treffens war die Analyse der bestehenden Aktivitäten mit Fokus auf die Massnahmenplanung 2024. Diese Treffen dienen nebst dem Austausch untereinander auch dazu, dass die Massnahmen an die Bedürfnisse der Welterbestätten ausgerichtet sind. Ein weiterer Bestandteil dieses Workshops war eine Vertiefung zu „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ im Welterbe Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch.

5 Management

5.1 Analyse Management-/Monitoring System

Die Firma Landplan hat ein, auf die im Vorfeld formulierten Bedürfnisse der lokalen Welterbestätten-Organisationen zugeschnittenes Tool, offeriert. Dieses basiert auf einem bestehenden System, welches bei einigen lokalen Management-Organisationen der Schweizer Pärke bereits im Einsatz ist und für die Welterbestätten modifiziert worden wäre. Das System hätte es erlaubt, Daten gis-basiert zu erfassen. Die erhobenen Daten hätten die lokalen Organisationen in Absprache mit WHES selbst definieren können. Gewisse Daten wären so definiert worden, dass sich eine nationale Vergleichbarkeit hätte erzielen lassen – zum Beispiel Besucherdaten. Andere Daten wiederum wären ausschliesslich für die lokalen Trägerorganisationen erhoben worden. Die Management-Partner erhielten die Gelegenheit, das Tool in einem Test-Modus zu prüfen. Es wurden zudem Gespräche mit gewissen Management-Organisationen in den Pärken geführt, um diese über den Einsatz und die Qualitäten des Systems zu befragen.

Anschliessend wurden in mehreren Workshops die Bedürfnisse der einzelnen Management-Partner in Bezug auf ein mögliches Monitoring-/Managementsystem nochmals aufgenommen, diskutiert und analysiert. Dieser Prozess hat aufgezeigt, dass die Ansprüche der einzelnen Organisationen, sowie die Ressourcen vor Ort sehr unterschiedlich sind. Zudem waren die Feedbacks aus den Pärken zum sich bereits im Einsatz befindenden System sehr unterschiedlich.

Daher kam die Geschäftsstelle nach eingehender Prüfung, gemeinsam mit den Partnern im Bereich Management, zur Entscheidung, kein eigenes Management-/Monitoring- System für die Welterbestätten in Auftrag zu geben, sondern nochmals einen Schritt zurückzugehen und tiefere Abklärungen zu treffen.

Die gemeinsamen Diskussionen haben aber auch aufgezeigt, dass es durchaus ein Bedürfnis für einen Austausch gibt und dass auch ein Wunsch nach gewissen gemeinsamen Daten vorhanden ist. Im Rahmen des NRP-Projektes soll daher gemeinsam mit einer externen Firma untersucht werden, welche Systeme bereits heute im Einsatz sind, welche sich grundsätzlich für die Welterbe-Organisationen eignen könnten. Dabei sollen sowohl bestehende Tools, sowie ein mögliches neues Tool in die Analyse einbezogen werden.

5.2 Repräsentative Umfrage

Zum zweiten Mal nach 2023 wurde eine repräsentative Umfrage zur Bekanntheit des Welterbes in der Schweiz gemacht. Diese konnte wieder gemeinsam mit der Rhätischen Bahn realisiert werden, was zu einer Synergienutzung und zu tieferen Kosten beigetragen hat.

Die Resultate zeigen erneut auf, dass die Welterbestätten in der Schweiz einer breiten Bevölkerung weiterhin nicht bekannt sind. Bei einer ungestützten Befragung liegen die besten Werte bei rund 10%, welche spontan eine Welterbestätte nennen können. Gestützt steigen die Werte gegen 40%. Dies bedeutet aber immer noch, dass auch bei einer gestützten Umfrage, nicht einmal jeder zweite Einwohner eine Welterbestätte aufzählen kann.

Die Umfrage gibt den einzelnen Partnern weitere spannende Einblicke in die Erwartungen der Besucher und das Verhalten während eines Besuchs. Die Umfrage wurde allen Partnern anschliessend an die ausserordentliche Mitgliederversammlung vom November zugestellt.

6 Netzwerk

6.1 Bundesstellen

Gemeinsam mit den drei Bundesämtern BAFU (Bundesamt für Umwelt), BAK (Bundesamt für Kultur) und EDA (Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten) wurde ein Abkommen über einen regelmässigen Austausch beschlossen. Künftig tauscht sich WHES mindestens zwei Mal jährlich mit den Bundesbehörden zu verschiedenen Themen aus. Zusätzlich wird auch das SECO (Staatssekretariat für Wirtschaft) an den Treffen teilnehmen, da sie über das laufende NRP-Projekt ebenfalls eingebunden sind.

6.2 Verantwortlichkeiten zum Welterbeumfeld auf kantonaler Ebene

Am jährlichen Treffen der NRP-Kantonsvertreter wurde angeregt, die Verantwortlichen auf kantonaler Ebene im Bereich Welterbe zu treffen. Diese Treffen werden in der ersten Jahreshälfte 2024 organisiert.

6.3 Europäische Welterbe-Verbände

Das jährliche Treffen der Verbände fand dieses Jahr in Boppard (D) im „Oberen Mittelrheintal“ statt. Der Austausch wurde genutzt, um die künftige Organisation der Zusammenarbeit zu diskutieren.

Es wurde beschlossen, dass nach einer Möglichkeit gesucht wird, eine europäische Organisation zu gründen. Dies soll möglichst niederschwellig geschehen, ist aber Voraussetzung für mögliche Kooperationen mit weiteren Organisationen wie beispielsweise dem UNESCO-World Heritage Centre in Paris oder verschiedener Organisationen im Umfeld der Europäischen Union oder des Europarates. Um erste Abklärungen finanzieren zu können, wurde beschlossen, eine jährliche Gebühr von € 500 zu erheben.

7 NRP-Projekt

Die untenstehende Abbildung gibt einen Überblick über die übergeordnete Vision des Projekts.

Übergeordnete Vision

Dank intensiverem Austausch vernetzt die Plattform alle Akteure im Welterbe-Umfeld besser - sowohl regional als auch national und international - und fördert die Zusammenarbeit untereinander.



Inwertsetzung

Dank neuen detaillierten Daten und Informationen können einzigartige und zeitgerechte Angebote geschaffen werden.

Der Zugang zum Welterbe über klassische Kanäle wird ergänzt mit reichhaltigen Informationen direkt aus den Welterbestätten. Der Austausch mit dem Kunden wird authentischer, zeitnaher und informativer in Bezug auf die Wertevermittlung.



Vermittlung

Dank intensiver Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen kann gegenseitig profitiert werden (Daten vs. neue Modelle).

Die Plattform wird zur zentralen Anlaufstelle für den Lehrplan 21.



Management

Der Austausch zwischen den Behörden und den Welterbestätten wird vereinfacht

Dank vereinfachtem Austausch und Synergienutzung können Kosteneinsparungen im Bereich Management erzielt werden.

Im laufenden Jahr konnte die Plattform um einen Einstieg für Personen aus dem Bildungsbereich ergänzt werden. Dies ermöglicht eine gezielte Ansprache von Lehrpersonen mit der Nutzung von zielgruppengerechten Filtern auf der Startseite.

Die Partner im Bereich der Vermittlung können künftig ihre Bildungsmaterialien über die Plattform anbieten. WHES wird die bestehenden Angebote im Bereich Bildung, wie beispielsweise die Erklärvideos ebenfalls auf die Plattform stellen.

Die Plattform ist im Hintergrund dieselbe und nutzt das gleiche Back-end. Einzig der Einstieg und die angezeigten Inhalte variieren.

Das letzte halbe Jahr wird genutzt, die noch fehlenden Bereiche im Management anzugehen und einige kleine Änderungen und Anpassungen an der allgemeinen Plattform zu tätigen.

8 Finanzen

8.1 Erfolgsrechnung

ERTRAG	Rechnung 2022	Rechnung 2023	Budget 2023	Budget 2024
1. Behörden				
Beiträge NRP (SECO)	126'000.00	126'000.00	126'000	63'000
Beiträge NRP (Kanton)	126'000.00	126'000.00	126'000	63'000
Total Behörden	252'000.00	252'000.00	252'000	126'000
2. Partnerschaft				
Einzelmitglieder	100.00	100.00	100.00	100.00
Institutionelle Mitglieder	4'000.00	4'500.00	3'500	3'500
Partnermitglieder	55'000.00	55'000.00	55'000	100'000
Tourismuspartnerschaft	135'000.00	135'000.00	135'000	135'000
Vermittlungspartnerschaft	32'000.00	35'000.00	40'000	32'000
Managementpartnerschaft	12'000.00	12'000.00	12'000	12'000
Total Partnerschaft	238'100.00	241'600.00	245'600	282'600
3. Diverse Erträge				
Finanzerträge	1.75	118.15	0	0
Diverse Erträge		10.00	10'000	15'000
Total Diverse Erträge	0.00	0.00	0	0
a.O. Ertrag (Auflösung Stille Reserven)		34'000.00		
Auflösung Rückstellungen				
TOTAL ERTRAG	490'101.75	527'728.15	507'600	423'600

AUFWAND	Rechnung 2022	Rechnung 2023	Budget 2023	Budget 2024
1. Geschäftsstelle				
Infrastruktur	18'324.35	17'451.70	15'000	15'000
Personal	108'146.90	105'701.70	100'000	170'000
Weiterbildung	350.30	0.00	500	1'000
Reise- und Repräsentationsspesen	13'321.90	12'839.79	10'000	10'000
Sitzungen / Versammlungen	3'573.75	6'903.32	450	5'000
Buchführung / Revision	8'237.50	7'975.00	11'000	11'000
Finanzaufwand	202.19	70.24	500	500
Sonstiger Aufwand Geschäftsstelle	4'235.40	1'254.25	3'000	3'000
Total Aufwand Geschäftsstelle	156'392.29	152'196.00	140'450	215'500
2. Marketing				
Inwertsetzung	67'482.98	63'931.16	80'000	80'000
Diverse Marketingaufwände				
Vermittlung	18'386.10	16'862.65	15'000	10'000
Management	7'000.00	5'000.00	5'000	5'000
Total Marketingaufwand	92'869.08	85'793.81	100'000	95'000
3. NRP				
Technologie und Betrieb	63'884.70	49'869.60	50'000	10'000
Content	50'474.77	46'529.20	47'000	20'000
Auswertung	34'672.80	37'643.85	40'000	20'000
Sichtbar machen	38'953.74	57'453.25	60'000	25'000
Projektleitung	38'811.90	60'359.46	55'000	30'000
Diverse Projektaufw.				
TOTAL NRP	226'797.91	251'855.36	252'000	105'000
4. Diverse Ausgaben				
Reserve				
nicht rückforderbare Vorsteuern	13'056.90	8'209.45	15'000	10'000
TOTAL Sonstiger Aufwand	13'056.90	8'209.45	15'000	10'000
5. Ausserordentlicher Aufwand				
a.o. Aufwand (MwSt Vorjahre 2011 - 2013)				
Total Ausserordentlicher Aufwand				
TOTAL AUFWAND	489'116.18	498'054.62	507'450	425'500
Erfolg	985.57	29'673.53	150	-1'900
Bildung Rückstellungen				
Gewinn (+) / Verlust (-)	985.57	29'673.53	150	-1'900

8.2 Bilanz

Bilanz	31.12.2023		31.12.2022	
	CHF		CHF	

Aktiven

Berner Kantonalbank, KK	361'597.31		294'560.64	
Berner Kantonalbank, Mietkaution	3'521.90		3'506.95	
BEKB Welterbetag	18.96	365'138.17	21.10	298'088.69
Flüssige Mittel		365'138.17		298'088.69
Forderungen aus L+L		32'310.00		25'463.00
Forderungen aus L+L		32'310.00		25'463.00
Debitor Verrechnungssteuer	0.00		0.00	
Forderungen ggü. MwSt	424.25	424.25	3'296.20	3'296.20
Forderungen ggü. Staat		424.25		3'296.20
Transitorische Aktiven		7'441.15		6'857.15
Aktive Rechnungsabgrenzung		7'441.15		6'857.15
Total Aktiven		405'313.57		333'705.04

Passiven

Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen	0.00		0.00	
Verbindlichkeiten ggü. MwSt	2'310.00		1'463.00	
Transitorische Passiven	261'094.55	263'404.55	220'006.55	221'469.55
Kurzfristige Verbindlichkeiten		263'404.55		221'469.55
Rückstellungen NRP		0.00		0.00
Rückstellungen kurzfristig		0.00		0.00
TOTAL FREMDKAPITAL		263'404.55		221'469.55
Vereinskapital am 1.1.	112'235.49		111'249.93	
Jahreserfolg	29'673.53		985.56	112'235.49
Vereinskapital am 31.12.		141'909.02		112'235.49
TOTAL EIGENKAPITAL		141'909.02		112'235.49
Total Passiven		405'313.57		333'705.04

8.3 Bericht Finanzen

Nach 10 Jahren konnte die Reserve, welche 2012 für die damalige Mehrwertsteuerabrechnung gebildet worden war, aufgelöst werden. Somit resultiert ein Gewinn, welcher höher ausfällt als üblich. Dieser Gewinn wird, im Hinblick auf das im Juni auslaufende NRP-Projekt und die damit resultierende schwierigere Finanzierung der laufenden Kosten, dem Vereinsvermögen zugeführt.

Ansonsten gibt es keine grösseren Abweichungen vom Budget. Dass die Ausgaben im Bereich Inwertsetzung etwas tiefer ausgefallen sind, hängt mit der Unterstützung des Bundes an ST zusammen. Diese Gelder wurden an die Partner zurückverrechnet und von der Rechnung abgezogen, was in einem tieferen Aufwand resultierte.

2023 hat sich der Vorstand intensiv mit der langfristigen Finanzierung des Vereins auseinandergesetzt. Diverse Massnahmen wurden diskutiert und analysiert. Eine direkte Massnahme war der Antrag auf Erhöhung der Partnerschaft um CHF 5'000.- pro Jahr, welche an der ausserordentlichen Mitgliederversammlung im November beschlossen worden ist und dazu dient, den Fortbestand des Vereins langfristig zu sichern.

8.4 Bericht der Revisionsstelle

GROTZ & BURRI TREUHAND AG, 3322 URTENEN-SCHÖNBÜHL

World Heritage
Experience Switzerland
Spitalgasse 4
3011 Bern

Urtenen-Schönbühl, 13. Mai 2024 UB

Bericht der Revisionsstelle an die Mitgliederversammlung des Vereins World Heritage Experience Switzerland in Bern

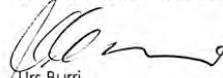
Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins World Heritage Experience Switzerland, Bern, für das am 31. Dezember 2023 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Aufgrund unserer stichprobenweise vorgenommenen Prüfungen bestätigen wir, dass

- die Bestandessaldí der Bilanz nachgewiesen sind,
- die Belege mit der Buchhaltung übereinstimmen,
- die Buchhaltung ordnungsgemäss und korrekt geführt ist.

Gemäss unserer Beurteilung entsprechen die Buchführung und die Jahresrechnung dem schweizerischen Gesetz und den Statuten. Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung mit einem Einnahmenüberschuss von Fr. 29'673.53, einem Vereinsvermögen von Fr. 141'909.02 und einer Bilanzsumme von Fr. 405'313.57 zu genehmigen.

Freundliche Grüsse
GROTZ & BURRI TREUHAND AG


Urs Burri

Beilage: Jahresrechnung 2023 (Bilanz und Erfolgsrechnung)

9 Aktuelles und Ausblick

9.1 Unterrichtsmaterial

Auf Wunsch der Vermittlungspartner soll 2024 ein Einstiegsmodul zum Welterbe erstellt werden (vgl. Kapitel 4.7). Hierzu wurden Offerten bei verschiedenen Anbietern eingeholt. Ziel ist es, Unterrichtsmaterialien zum Welterbe allgemein und zum Welterbe in der Schweiz zu erlangen, welches anschliessend mit den lokalen bestehenden Angeboten kombiniert werden kann. Die Unterlagen sollen den Anforderungen des Lehrplan21 entsprechen und anhand dessen Kompetenzen aufgebaut sein.

9.2 Langfristige Finanzierung

Das laufende NRP-Projekt wird 2024 auslaufen. Der Vorstand ist, gemeinsam mit der Geschäftsstelle, daran, künftige Finanzierungsoptionen zu prüfen. Nebst neuen Projekten sollen dies beispielsweise auch Sponsoring oder Fundraising sein. Der Vorstand wird das Thema an der Beiratssitzung zu Beginn des Jahres aufnehmen und die Mitglieder des Beirats miteinbeziehen.

9.3 Beobachter und Alphil Verlag

Das Buch „Schönste Schweiz!“, das in Zusammenarbeit zwischen dem Beobachter-Verlag und den Journalisten von Alpha Media entstanden ist, erscheint bereits in der fünften Auflage. Die neue Ausgabe enthält ein neues Kapitel über die Buchenwälder sowie angepasste Informationen zu den anderen Welterbestätten. Die Vermarktung des neuen Buches wird ab April erfolgen.

Eine erste Ausgabe in französischer Sprache wird derzeit von Alphil Verlag (Kanton Neuenburg) übersetzt. Im Laufe des Jahres 2024 wird die Übersetzung den Mitgliedern zur Kontrolle vorgelegt.



9.4 Wimmelbuch

Die Lancierung des Wimmelbuches konnte nicht auf das Weihnachtsgeschäft 2023 hin lanciert werden. Daher wurde die Lancierung auf das Frühjahr 2024 geplant. Dies gibt allen beteiligten Partnern mehr Zeit, die Skizzen auf ihre Richtigkeit zu überprüfen.

**Welterbestätten
Mitglieder von WHES**

**Biens du Patrimoine mondial
membres de WHES**

**Beni del Patrimonio mondiale
membri di WHES**



Altstadt von Bern
Vieille ville de Berne
www.bern.com



Kloster St. Johann in Müstair
Couvent Saint-Jean à Müstair
www.muestair.ch



Stiftsbezirk St. Gallen
Abbaye de Saint-Gall
www.stiftsbezirk.ch/



Drei Burgen von Bellinzona
Trois châteaux de Bellinzone
www.bellinzoneavalli.ch



Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch
Alpes suisses Jungfrau-Aletsch
www.jungfrau-aletsch.ch



Monte San Giorgio
Monte San Giorgio
www.montesangiorgio.org



Lavaux, Weinberg-Terrassen
Lavaux, vignoble en terrasses
www.lavaux-unesco.ch



Rhätische Bahn, Albula / Bernina
Chemin de fer rhétique, Albula / Bernina
www.rhb.ch/unesco



Schweizer Tektonikarena Sardona
Haut lieu tectonique suisse Sardona
www.unesco-sardona.ch



La Chaux-de-Fonds / Le Locle
La Chaux-de-Fonds / Le Locle
www.watch-cities.ch



Prähistorische Pfahlbauten
Sites palafittiques préhistoriques
www.latenium.ch



Das architektonische Werk von Le Corbusier
L'Œuvre architecturale de Le Corbusier
www.sites-le-corbusier.org



Alte Buchenwälder und Buchenurwälder Europas
Forêts primaires et anciennes de hêtres d'Europe
www.valledilodano.ch

**WORLD HERITAGE
EXPERIENCE + SWITZERLAND**

World Heritage Experience Switzerland
Spitalgasse 4, CH-3011 Bern
www.ourheritage.ch, www.whes.ch