



Festungsmauern von Castelgrande, Bellinzona © WHES

# 14. Geschäftsbericht 2024

**WORLD HERITAGE**  
EXPERIENCE  SWITZERLAND

# Inhalt

Inhalt.....	2
1 Vorwort .....	4
2 Übersicht Partnerschaften.....	5
2.1 Mitglieder & Partner 2024.....	5
2.2 Vorstand .....	5
2.3 Geschäftsstelle, Personelles .....	5
3 Inwertsetzung.....	6
3.1 Angebote .....	7
3.1.1 Gutschein-Büchlein.....	7
3.2 Kooperationen.....	8
3.2.1 Schweiz Tourismus.....	8
3.2.2 Touring.....	12
3.2.3 Swiss Travel System AG .....	14
3.2.4 Eurotrek AG.....	15
3.2.5 Schweizerische Südostbahn AG.....	16
3.2.6 Weitere Partner.....	16
3.3 Kommunikation.....	17
3.3.1 Webauftritt ourheritage.ch .....	17
3.3.2 Online Kommunikation – Google AdGrants.....	18
3.3.3 Social Media.....	18
3.3.4 Newsletter .....	20
3.3.5 Beobachter Verlag .....	20
3.3.6 Alphil Verlag.....	20
3.3.7 Weitere Publikationen.....	21
3.4 Events.....	21
3.4.1 CMT - Caravan Motor und Touristik Stuttgart .....	21
3.4.2 ITB - Internationale Tourismus-Börse Berlin .....	21
3.5 Netzwerk.....	22
3.5.1 Guides in den Welterbestätten.....	22
3.5.2 Wanderausstellung WHES.....	22
3.5.3 Trade- und Mediacorner.....	22
3.5.4 Digitale Kaffeepause.....	22
4 Welterbetage .....	23
5 Vermittlung.....	24
5.1 Website edu.unsererbe.ch.....	24
5.2 Google Ads / Google Grants .....	25
5.3 Newsletter .....	25
5.4 Wimmelbuch .....	25

5.5	Movetia .....	25
5.6	International Schools.....	25
5.7	UNESCO-assoziierte Schulen.....	25
5.8	Zusammenarbeit mit Hochschulen.....	26
5.9	Lehrmittel .....	26
6	Netzwerk.....	27
6.1	Bundesstellen .....	27
6.2	Jahrestagung gemeinsam mit dem Verein UNESCO-Welterbe Deutschland.....	27
6.3	Europäische Welterbe-Verbände .....	27
6.4	Beirat .....	27
7	NRP .....	28
8	Finanzen.....	29
8.1	Erfolgsrechnung.....	29
8.2	Bilanz .....	31
8.3	Bericht Finanzen .....	32
8.4	Bericht der Revisionsstelle.....	33
9	Aktuelles und Ausblick .....	34
9.1	Handreichung zum Wimmelbuch .....	34
9.2	Welterbetage.....	34
9.3	Projekte und langfristige Finanzierung .....	34

# 1 Vorwort

Liebe Partner

Liebe Leserinnen und Leser

Das Jahr 2024 stand für WHES im Zeichen der Stärkung unseres Netzwerks und der Vertiefung der Zusammenarbeit mit einer Vielzahl engagierter Partnerorganisationen. Ob Vermittlung oder Inwertsetzung – es ist uns gemeinsam gelungen, wichtige Schritte zur Sichtbarmachung und zum Schutz des UNESCO-Welterbes in der Schweiz zu realisieren.

Mit erfolgreichen Kooperationen – etwa mit Schweiz Tourismus, Eurotrek oder der Swiss Travel System AG – konnten wir die Bekanntheit der Welterbestätten in der breiten Bevölkerung weiter fördern.

Besonders erfreulich war der erfolgreiche Abschluss des NRP-Projekts, das uns eine solide Grundlage für zukünftige Synergien geschaffen hat. Die Plattform *unsererbe.ch* hat sich etabliert und beweist mit steigenden Nutzerzahlen ihre Relevanz.

Ein besonderes Augenmerk galt auch der Vermittlung: Neue Zugänge für Lehrpersonen, die stetige Erweiterung der Bildungsplattform *edu.unsererbe.ch* und kreative Angebote wie das neue Wimmelbuch ermöglichen es, das Welterbe bereits früh und spielerisch zu entdecken.

Auch die Kommunikation über digitale Kanäle, Social Media und klassische Publikationen wurde weiter ausgebaut und erzielte erfreuliche Reichweiten.

Trotz dieser positiven Entwicklungen bleibt die Sicherstellung der langfristigen Finanzierung eine zentrale Herausforderung, die uns weiterhin begleiten wird und gemeinsames Engagement erfordert.

Wir danken allen Partnerinnen und Partnern herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen und den gemeinsamen Einsatz. Nur durch diesen Austausch und das gemeinsame Handeln kann unser kulturelles und natürliches Erbe lebendig bleiben.



Nadia Lupi  
Präsidentin



Kaspar Schürch  
Geschäftsleiter

## 2 Übersicht Partnerschaften

### 2.1 Mitglieder & Partner 2024

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					
OTR Mendrisiotto e Basso Ceresio Turismo für die Prozessionen der Karwoche					
Rhätische Bahn AG					
St.Gallen-Bodensee Tourismus					
Stiftung pro Kloster St. Johann Müstair					
Schweiz Tourismus					
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

### 2.2 Vorstand

Der Vorstand setzte sich am 31. Dezember 2024 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 drei Personen zu insgesamt 220% Stellenprozent: Geschäftsleiter Kaspar Schürch (100%), Projektleiter Andrea Calzascia (80%), Projektleiterin Anja Walker (40%).

## 3 Inwertsetzung

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

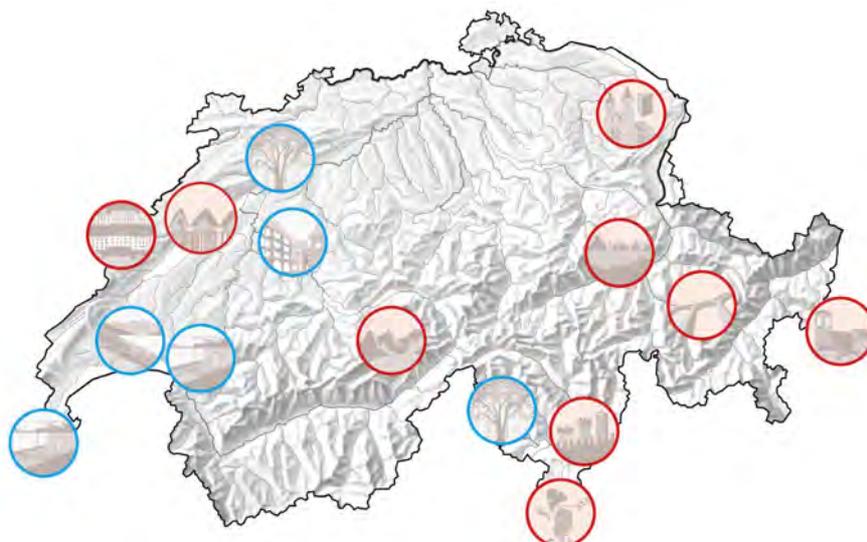
Die Aktivitäten im folgenden Kapitel basieren auf der Massnahmenplanung 2024, die in 5 Themenbereiche unterteilt ist. Die Inwertsetzungsaktivitäten im Jahr 2024 haben insgesamt einen Wert von mindestens 238'407 CHF. Dies ist deutlich höher als die individuelle Investition der einzelnen Partner und zeigt deutlich auf, wie durch die Kooperation auf nationaler Ebene Synergien geschaffen werden und gemeinsam mehr erreicht werden kann.

Themenbereiche Inwertsetzung



Im Jahr 2024 haben mehrere Organisationen in die Inwertsetzung von 9 Welterbestätten (rot) investiert. Der Schwerpunkt der Aktivitäten liegt auf der Aufwertung des Netzwerks und der folgenden Welterbestätten:

- Benediktinerinnen-Kloster St. Johann in Müstair
- Festung von Bellinzona: Drei Burgen sowie Festungs- und Stadtmauern
- La Chaux-de-Fonds / Le Locle, Stadtlandschaft Uhrenindustrie
- Monte San Giorgio
- Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen
- Rhätische Bahn in der Landschaft Albula/Bernina
- Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch
- Schweizer Tektonikarena Sardona
- Stiftsbezirk St. Gallen



Für vier Welterbestätten (blau) gibt es derzeit keine Organisationen, die an der Inwertsetzung beteiligt sind:

- Alte Buchenwälder und Buchenurwälder der Karpaten und anderer Regionen Europas
- Altstadt von Bern
- Das architektonische Werk von Le Corbusier, ein aussergewöhnlicher Beitrag zur Moderne
- Lavaux, Weinberg-Terrassen

Die 2 Biosphärenreservate investieren zurzeit auch nicht im Bereich.

### 3.1 Angebote

#### 3.1.1 *Gutschein-Büchlein*



Das Gutschein-Büchlein ist in der 9. Edition mit kleineren Anpassungen gedruckt worden. Ziel war auch im Jahr 2024, 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. In mehreren Regionen und Kantonen sind die Rabatte ähnlich wie bei den lokalen Gästekarten.

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 in der Schweiz ist erneut CO2-neutral aufgrund des Kompensationsprogramms von Druckerei (mehr Informationen [hier](#)) und Post (mehr Informationen [hier](#)).

Am häufigsten wurde das Gutschein-Büchlein wieder 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 verteilt. Eine weitere Sonderedition wurde für den «Stiftsbezirk St. Gallen» 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 2025 weiter durchgeführt.

#### Das Gutschein-Büchlein in Zahlen

2024 wurden insgesamt **35'612** Exemplare des Gutschein-Büchleins für den Schweizer Markt gedruckt und verteilt. Die Einlösungen sind zurückgegangen: die Welterbestätten konnten 287 (-143 im Vergleich zu 2023) Voucher-Einlösungen verzeichnen und einen Umsatz von CHF 4'360 (- CHF 2'069 im Vergleich zu 2023) generieren. Die ungünstigsten Witterungsbedingungen während des gesamten Jahres haben wahrscheinlich die Einlösungen geprägt. Zusätzlich sind einige Angebote auch vor Ort in der regionalen Gästekarte oder im Museumspass (Raiffeisen-Mitglieder) enthalten, was die Einlösungen ebenfalls begrenzt.

KPIs	2024	2023
<b>Auflage</b>	35'612	34'649
<b>Einlösungen</b>	287	430
<b>Umsatz</b>	4'360	6'429

## 3.2 Kooperationen

### 3.2.1 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 Vertretungen in 22 strategischen Märkten weltweit bei lokalen Medien und Reiseveranstaltern.



### 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 Connect Switzerland, dem Partnership Summit oder dem Stammtisch. Auf die vielfältigen Marketingleistungen, die auch 2024 individuell mit dem Key Account Manager definiert wurden, wird im Folgenden detailliert eingegangen.



**Promotion online**

MySwitzerland.com: Rubrik UNESCO-Welterbestätten

Die prominente Integration der Welterbestätten auf der Website MySwitzerland.com hat 209'210 Page Views in allen Sprachversionen generiert (9 Welterbestätten welche in der Inwertsetzung investieren und generelle Welterbe-Seite). Die Aufrufe belaufen sich zwischen 5'519 (La Chaux-de-Fonds / Le Locle) und 38'035 (Rhätische Bahn) Page Views. Die Subseite der Welterbestätten generiert alleine 72'011 Page Views.

Welterbe-Seite	Page views 2024	Page views 2023	% Differenz zu 2023
UNESCO Welterbestätten / Biosphären	72'011	61'012	+15.2
Rhätische Bahn in der Landschaft Albula/Bernina	38'035	33'379	+12.2
Die Festung von Bellinzona	19'291	20'430	-5.9
Stiftsbezirk St. Gallen	21'124	16'480	+21.9
Jungfrau-Aletsch	13'739	12'177	+11.3
Tektonikarena Sardona	12'746	11'462	+10.0
Monte San Giorgio	10'817	10'234	+5.3
Benediktinerinnen-Kloster St. Johann	9'967	7'230	+27.4
Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen	5'961	4'243	+28.8
La Chaux-de-Fonds / Le Locle	5'519	4'134	+25.0
<b>TOT</b>	<b>209'210</b>	<b>180'781</b>	<b>+13.5</b>

Basisintegration auf STnet.ch

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

Newsletter in der Schweiz – Thema Swisstainable

Zum Thema Swisstainable und Welterbestätten wurde eine B2C Newsletter an 88'889 Empfänger schweizweit gesendet. Die Newsletter hat ein Open Rate von 46,1% und hat 5'870 Clicks generiert.

B2B Publikationen – Digitale Sales Manuals

Diese zwei B2B Publikationen wurden von den Märkten gewünscht und WHES hat dafür nicht bezahlen müssen. In der Version für UK sind alle Welterbestätten erwähnt und in der Version für Nordamerika sind drei gewählt worden (die Rhätische Bahn Albula/Bernina, La Chaux-de-Fonds/Le Locle, und Monte San Giorgio).



Massnahme	Kontakte
Integration auf einer Doppelseite im Alphorn (B2B Sales Manual)   UK	45'000
Integration auf einer Einzelseite im Yodel (B2B Sales Manual)   US/Kanada – on top Leistung aus Markt	150'000
<b>TOT</b>	<b>195'000</b>

Social Media - Awareness Kampagne

Zur Bewerbung des Welterbes wurde eine Awareness Kampagne zum Thema Wandern mit Content Creators in ausgewählten Welterbestätten auf Instagram beworben (Tektonikarena Sardona, Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch, Monte San Giorgio). Zusätzlich wurden die anderen Welterbestätten durch Posts organisch (nicht bezahlt) vorgestellt.

**Die Kampagne in Zahlen**

Plattform	Facebook	Instagram
Zeitraum	01.07– 30.08.2024	
Target Region	Schweiz	
Likes	1'003	11'698
Reach	64'322	172'508





**Key Media Management**

Internationale Medienreisen.

Das Thema UNESCO-Welterbe wurde in einer Medienreise integriert, die im September stattgefunden hat. Bei der Medienreise 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 „Sustainable Swiss Train Adventures“-Tour wurden 9 Teilnehmende aus Europa, Nordamerika und Asien im Besucherzentrum des World Nature Forum in Naters empfangen. Nach der Führung durch das Museum und dem Besuch von Eggishorn und Bettmerhorn konnten die Journalisten einen kurzen Bericht von WHES hören und anschliessend die Landschaft der Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch Region erleben.



**Weitere Aktivitäten (on top)**

Das Thema UNESCO-Welterbe wird auch abgesehen von unserer Partnerschaft mit ST auf den Märkten erwähnt. Hier ist eine kurze Liste von Aktivitäten, bei denen das UNESCO-Welterbe präsent war. Diese Aktivitäten werden nicht von WHES bezahlt.

Massnahme	Auflage/Reach
<b>ETC Newsletter (5x)</b> Verschiedene Themenbereiche, Nordamerika und Kanada	Reach: 4'600
<b>KMM Integration in 1 Media Newsletters,</b> Unesco Integration im <i>Swiss Talk</i> , Nordamerika und Kanada	A: 2'128
<b>B2C Newsletter (September 2024), promoting Autumn</b> 13 Welterbestätten und 2 Biosphären, UK	Reach: 28'592
<b>B2C Newsletter (September 2024), promoting Autumn</b> 13 Welterbestätten und 2 Biosphären, Tschechien	Reach: 3'457
<b>B2C Newsletter (September 2024), promoting Autumn</b> 13 Welterbestätten und 2 Biosphären, Frankreich	Reach: 32'938
<b>Integration Sales Guide (Sommer)</b> Periode Januar – Juni, Deutschland	Reach: 11'485
<b>Social Media Post auf FB</b> Post auf FB, Italien, Indien, Portugal, Saudi-Arabien, Spanien, Deutschland, UK, Tschechien, Poland	n/a
<b>TOT</b>	83'200

### 3.2.2 Touring

#### Grand Tour of Switzerland (GToS)

Die Grand Tour of Switzerland (GToS) 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 Welterbestätten werden prominent in zahlreiche Aktivitäten, Publikationen sowie in Kampagnen integriert.

#### Die Zusammenarbeit mit dem GToS in Zahlen

Massnahme	Auflage/Reach
<b>Touring Map</b> Zweiseitige Schweiz-Karte mit Infos zu GToS/GTToS mit prominenter Abbildung der Welterbestätten auf der Vorderseite. Die Distribution erfolgt weltweit in mehreren Sprachen.	A: 50'000
<b>GToS Reiseführer</b> Zweiseitiger redaktioneller Beitrag, Sprachen: DE, FR, EN.	A: 2'533
<b>GToS Sales Manual</b> Diverse Integrationen und redaktioneller Beiträge, Sprache EN	n/a
<b>Grand Tour Factsheet</b> Infokarte mit Text, Sprachen DE, FR, IT, EN	n/a
<b>Flyer GToS-Snack Box</b> Redaktionelle Integration und Erwähnung der Welterbestätten.	A: 11'500
<b>GToS- und GTToS-App Integration.</b> Redaktionelle Integration der Welterbestätten bei diversen Etappen in beide Apps.	R: 45'000
<b>GToS auf MySwitzerland.com</b> Integration der Welterbestätten in den Highlights, Tagesetappen und Grand Tour Deluxe	n/a
<b>TOT</b>	<b>98'683</b>



**Grand Train Tour of Switzerland (GTToS)**

Der Verein Grand Train Tour of Switzerland (GTToS), vereint - ähnlich wie bei der Grand Tour of Switzerland - Highlights entlang der Panoramazüge. Als Panoramazüge gelten nur jene, die Panoramawagen 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 integriert. Im Jahr 2024 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
<b>GTToS Reiseführer (in DE und EN – ab 2025 in FR)</b> Zweiseitiges Inserat und redaktionelle Integration. Distribution erfolgt via Buchhandel und Online.	A: 8'000
<b>GTToS MyTravel Stamp Booklet</b> 1/1-seitiges Inserat im Englisches Stempelbooklet. Die Distribution erfolgt an Bahnhöfen und in Tourismusbüros.	A: 60'000
<b>GTToS-App Integration.</b> Redaktionelle Integration der Welterbestätten bei diversen Etappen in beide Apps.	R: 68'214
<b>Plakatwerbung mit GTToS Map</b> Diverse Plakate schweizweit (Locarno, Montreux, Brig, Luzern und Tirano) mit prominenter Integration der Welterbestätten entlang der Panoramazüge auf der GTToS Map.	n/a
<b>GTToS auf MySwitzerland.com</b>	n/a
<b>TOT</b>	<b>136'214</b>



### 3.2.3 Swiss Travel System AG

Swiss Travel System (STS) ist eine Marketing-Gesellschaft, die von den SBB, Schweiz Tourismus und fünf Schweizer Transportunternehmungen 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 Swisustainable-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 auch auf der Website des STS prominent präsentiert. 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 Welterbestätten 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 671'675 Exemplaren, Kunden in 26 Prioritäts- und Aktivmärkten in 10 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 2024 waren es 10'707 Eintritte (+ 1,4%) im Wert von CHF 200'387.00 (+ 3.5%).

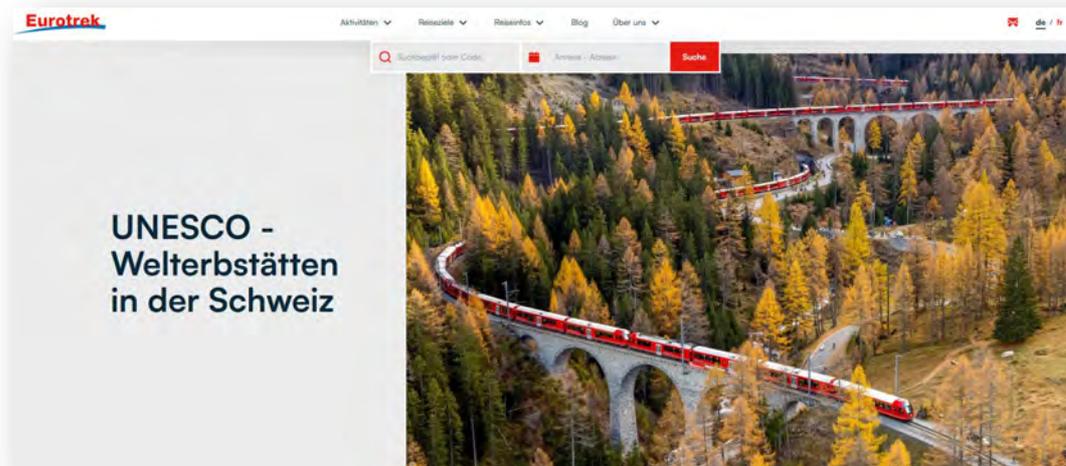
Massnahme	Reach 2024	Reach 2023
STS-Map	671'675	411'370 Stück
UNESCO-Highlights auf mystsnet.com	Noch nicht bekannt	186'422 Seitenaufrufe
UNESCO-Highlights auf MyS.com	Noch nicht bekannt	106'842,875 = 1.7 Millionen Seitenaufrufe
Museumspass Eintritte durch den Swiss Travel Pass	10'707	10'549
Wert der Eintritte durch den Swiss Travel Pass	CHF 200'387	CHF 193'333.00
Medienreise Markt Polen 1-5. September 2024	250'000 Zuschauer	

#### On top

Eine zusätzliche Aktivität, für die WHES nicht bezahlen musste, ist eine Medienreise. Am 16.10.2024 zeigte die Morgensendung [Pytanie na Śniadanie](#) des polnischen Fernsehsenders TVP2 vor rund 250'000 Zuschauern einen 3-minütigen Bericht über die Schweiz, der auch einen Besuch des UNESCO-Welterbes St. Gallen beinhaltete.

### 3.2.4 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.



Eurotrek hat 2024 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 2025 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 502. Zusätzlich zu den Touren, welche entlang der Welterbe-Gebiete laufen, konnten 2'669 Übernachtungen generiert werden. Generell sind die Buchungen vom Frühjahr bis zum Herbst aufgrund der schlechten Wetterbedingungen (Schnee, Erdbeben, Überschwemmungen) zurückgegangen: Viele Touren führten zu Umbuchungen oder sogar Stornierungen und haben das ganze Jahr geprägt.

KPIs	2024	2023
Buchungen	502	655
Übernachtungen	2'669	3'666

### 3.2.5 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 als auch in Papier erhältlich. Angebote in zwei Welterbestätten entlang der Panorarouten wurden vorgestellt.

#### Die Zusammenarbeit in Zahlen

Das Kundenmagazin Essenz ist in Deutsch und Italienisch für Abonnenten und in den Zügen erhältlich. Der Inhalt dieser Publikation kann derzeit nicht von WHES beeinflusst werden. Die Integration ist derzeit noch begrenzt: für 2025 sind zusätzliche Massnahmen im Newsletter und in den Veranstaltungskalendern der SOB geplant.

Massnahme	Seitenaufrufe/Auflage	Weitere Platzierungen
Webseite SOB: Erlebniswelten Kultur	S: 2'892	
Webseite SOB: Faszination Bellinzona Eintritt Burgen	S: 6'021	Digitale Ad-Kampagne, PassengerTV
Kundenmagazin Essenz: Treno Gottardo Hit (Frühling) Angebot Burgen	S: 266 A: 17'000	Digitale Ad-Kampagne, PassengerTV, Plakate Bahnhöfe und Billettautomaten
Kundenmagazin Essenz: Voralpen-Express Herbst-Hit Angebot Audio-Guide, Stiftbezirk	S: 83 A: 20'700	Digitale Ad-Kampagne, PassengerTV, Plakate Bahnhöfe und Billettautomaten
Kundenmagazin Essenz: Alpenrhein-Express (Winter) Einführungs-Hit Angebot SG Museumspass, Stiftbibliothek	S: 606 A: 22'250	Digitale Ad-Kampagne, PassengerTV, Plakate Bahnhöfe und Billettautomaten

### 3.2.6 Weitere Partner

#### OTP Holidays & Swissspasses

OTP Holidays & Swissspasses 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 Swissspasses 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.

#### Kontaktaufnahme mit anderen Organisationen

WHES hat mit anderen Organisationen und TOs (z. B. Airbnb und SwissCommunity) Kontakt aufgenommen, um herauszufinden, welche anderen Möglichkeiten es gibt, um die Welterbestätten sichtbar zu machen.

### 3.3 Kommunikation

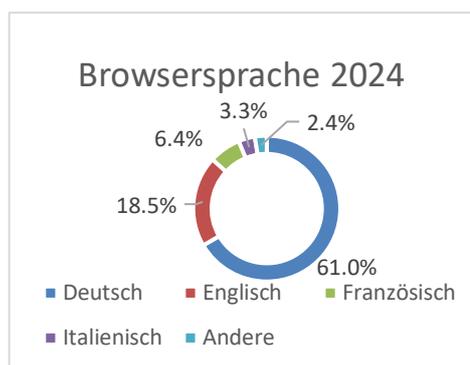
#### 3.3.1 *Webauftritt ourheritage.ch*

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 2024 wurde das Potenzial der Plattform von einigen Partnern und Welterbestätten noch nicht zu 100% genutzt.

Die Anzahl Web-Besucher hat im Vergleich zum Vorjahr mit 84'517 Sitzungen (+2.7 %) sowie 219'382 Seitenaufrufe (+36.1%) weiterhin zugenommen. Auch Sitzungsdauer (+219,6%), und Aktionen pro Seite mit 2.7 pro Sitzung haben zugenommen. Die genutzte Browsersprache war 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 36% gesteigert werden. Die Ausstiegsrate, welche hauptsächlich die Homepage von unsererbe.ch betrifft, fällt ein bisschen tiefer.



#### 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*	2024	2023	Prozentuale Differenz zu 2023
Sitzungen	84'517	82'267	+2,7 %
Seitenaufrufe	219'382	161'200	+36,1%
Sitzungsdauer	4min 54s	1min 32s	+219,6 %
Aktionen pro Besuch	2,7	2,1	+28,6 %
Ausstiegsrate (nach einem Seitenaufruf)	64%	69%	-7,2 %
Sitzungen in der Schweiz	48'584	45'034	+7,3 %
Wiederkehrende Besucher	13'112	10'539	+19,6 %
Sitzungsdauer wiederkehrende Besucher	24min 37s	3min 54s	+531,1 %
Aktionen wiederkehrende Besucher	6,9	2,8	+59,4 %

\* Die 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.

### 3.3.2 Online Kommunikation – Google AdGrants

Dank der NGO-Status hat WHES durch das Google AdGrants-Konto ein kostenloses Werbebudget von bis zu CHF 10'000 in Monat zur Verfügung. In 2024 sind wurde das Budget noch nicht ganz benutzt, da gewisse Zielgruppen fokussiert werden. Die Resultate sind positiv im Hinblick auf die Qualität der Webbesucher, welche länger auf der Plattform geblieben sind. Wie im vergangenen Jahr wurden vier Haupt-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 bessere Ergebnisse erzielt.



#### Die Online-Werbung in Zahlen

Das Google AdGrants-Konto wird derzeit nur für den Schweizer Markt verwendet. Verschiedene Werbeanzeigen zeigen das Netzwerk sowie die 9 Welterbe-Partner in der Werbung. Obwohl die Leistung mit 100,1 % weniger Klicks und 224 % weniger Impressions weniger gut war, konnte WHES positive Werte auf der Plattform verzeichnen: mehr Besucher und massiv längere Sitzungen.

KPIs*	2024	2023
Klicks	11'800	23'673
Impressions	78'100	253'045
Benutztes Budget	19'400	10'200

### 3.3.3 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 sowie 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 58,1% weiblich und die grösste Zielgruppe sind Menschen über 65+ mit 33%. Die Community kommt zu 51,4% aus der Schweiz.

Die Instagram-Community ist zu 50,4% männlich und die grösste Zielgruppe sind mit 32,2% Personen zwischen 35 und 44 Jahren. 30,1% 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 werden. 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.

#### 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 46,2% 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 grösste Zielgruppe sind mit 100% Personen zwischen 18 und 24 Jahren. Die Community kommt zu 14 % aus der Schweiz.

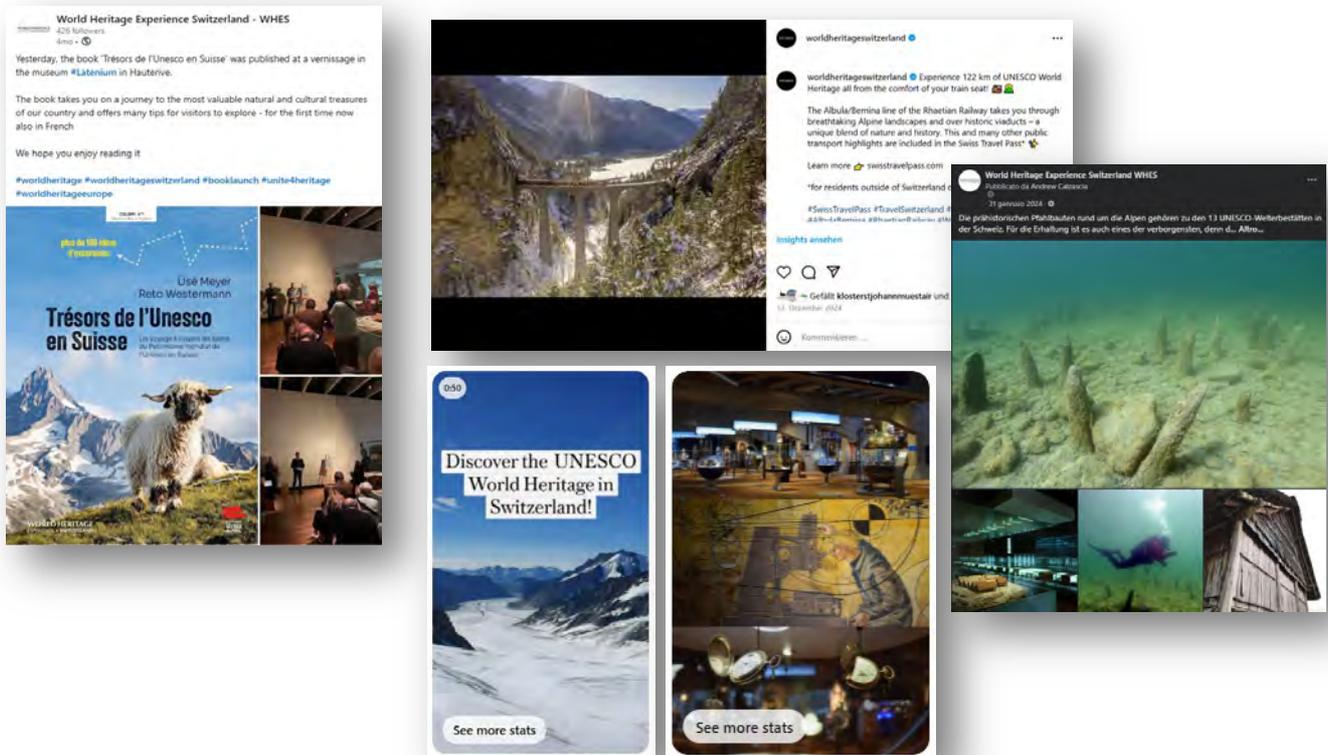
**Die Social-Media-Kanäle in Zahlen**

Während des Jahres 2024 ist die Community weiter gewachsen. Die Meta Kanäle konnten zusammen eine Reichweite von 193'042 erlangen. Die Posts auf Facebook wurden jeweils weiterhin mit einem Mindestbetrag von CHF 4 «geboostet», um mehr Menschen zu erreichen (Gesamtinvestition von CHF 470). Dabei stellt WHES weiterhin sicher, dass alle Partner auf den Social-Media-Kanälen die gleiche Präsenz haben. 2024 konnten die meisten Followers durch Facebook erreicht werden und haben entsprechend auch viele Leads (Links, die zu einer bestimmten Seite führen) zur Plattform unsererbe.ch generiert.

Die Aktivitäten auf YouTube und Pinterest sind minimal. 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	171'772	11'270	8'840	5'049	n/a
Impressions	223'850	13'116	13'100	28'505	2'481
Followers/Abonnenten	12'900	5'270	16	126	416
Ausgaben / Kampagnen	CHF470	/	/	/	/
Sprache	DE, EN, FR, IT	EN	EN	DE, EN, FR, IT	EN
Target Region	Schweiz	Schweiz	Schweiz	/	/



### 3.3.4 Newsletter

In 2024 wurden erstmals drei Newsletter zu den Themen Frühling, Sommer und Herbst versendet. Die Inhalte konzentrierten sich sowohl auf Aktivitäten als auch auf Veranstaltungen in den Welterbestätten. Die Newsletter erreichten insgesamt 328 Empfänger in verschiedenen Sprachversionen (DE, FR, IT, EN). Die durchschnittliche Öffnungsrate lag bei 30 %, während die Klickrate bei 24 % lag – beides stellt einen stabilen Wert im Branchenvergleich dar.

### 3.3.5 Beobachter Verlag

#### Buch „Die schönste Schweiz!“ und Bewerbung

Die fünfte Auflage des Buches, das in Zusammenarbeit zwischen dem Beobachter-Verlag und den Journalisten von Alpha Media produziert wurde, ist erschienen. Die neue Ausgabe wurde mit minimalen Anpassungen in den Texten und, wo nötig, mit neuen Bildern erstellt. Neu ist ein Kapitel über die Buchenwälder. Jedes Welterbe ist auf 16 Seiten mit Texten, Bildern und Erlebnissen dargestellt.

In Zusammenarbeit mit dem 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 8'600.- und kann aufgrund der Kooperation einen Gegenwert von etwa CHF 90'000 herausholen, der im Alleingang nicht möglich wäre. In den folgenden Titeln wurde ein einseitiges Inserat geschaltet:

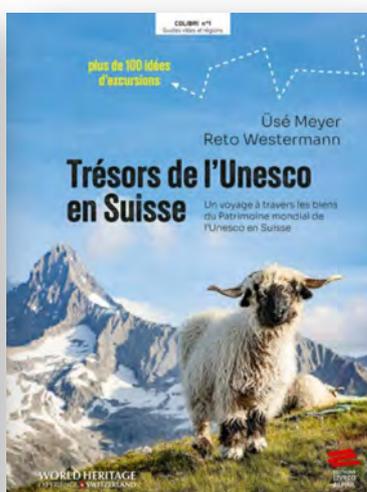
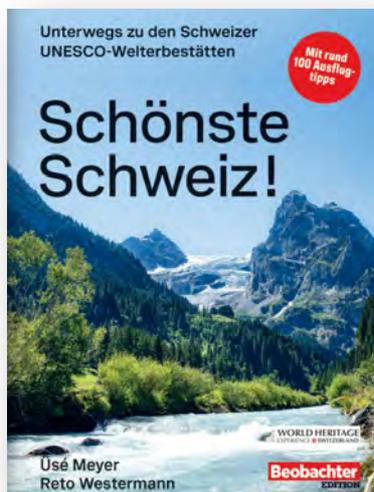
Titel	Erscheinung	Wert 1/1-seitiges Inserat	Leserschaft
Beobachter	25.05.2024	CHF 23'830.-	541'000
Schweizer Illustrierten	22.03.2024 / 10.05.2024	CHF 21'900.-	313'000
Glückspost,	25.04.2024	CHF 12'900.-	225'000
Land Liebe	02.05.2024	CHF 21'900.-	549'000
Banner im Newsletter (Frühling)	04.05.2024	CHF 9'200.-	44'607
<b>TOT</b>		<b>CHF 89'730</b>	

### 3.3.6 Alphil Verlag

#### Buch « Trésors de l'UNESCO en Suisse »

Die erste Ausgabe des Buches „Trésors de l'UNESCO en Suisse“ in französischer Sprache basiert auf der deutschen Veröffentlichung „Schönste Schweiz!“. Die Inhalte wurden entsprechend angepasst, sodass alle 13 Welterbestätten in einer ähnlichen Form wie in der deutschen Ausgabe präsentiert werden. Jede Stätte ist auf 16 Seiten mit Texten, Bildern und Erlebnissen dargestellt.

Das Buch wurde im Rahmen einer Vernissage im Laténium im November den Journalisten vorgestellt und veröffentlicht. Dank dieser Publikation werden nun auch die französischsprachigen Regionen abgedeckt.



**3.3.7 Weitere Publikationen**



**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 Frühlingsausgabe wurden in einer sechsseitigen Serie die Welterbestätten der Region sowie Erlebnisse im Welterbe vorgestellt. Dank des Kontakts mit dem deutschen Verein und der Grenznahe 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:	Leserzirkelstellen, Abonnenten, Golfclubs, Mineralthermen, Hotels, Touristinformationen

**3.4 Events**

**3.4.1 CMT - Caravan Motor und Touristik Stuttgart**

Die CMT Tourismusmesse ist die grösste B2C Reisemesse der Welt mit über 260'000 Besuchern und 1'600 Ausstellern. Dank der positiven Zusammenarbeit mit dem Deutschen Verein für das Welterbe hat WHES die Gelegenheit gehabt, sich am Stand zu beteiligen. Erstmals konnte man somit auf einer Reisemesse dem deutschen Publikum die UNESCO-Welterbestätten in der Schweiz vorstellen. Die Messebesucher sind überwiegend über 50 Jahre alt und verfügen über ein fundiertes Wissen über die Schweizer Destinationen und das Welterbe. Ein zentrales Thema für die deutschen Kunden sind sicherlich die Preise in der Schweiz. Dennoch kann man durch verschiedene Mehrwerte, wie beispielsweise das Voucher-Büchlein und lokale Gästekarten, die hohen Preise etwas relativieren. Nebst der Teilnahme von WHES hat eine Kollegin der Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch an der Messe teilgenommen.

**3.4.2 ITB - Internationale Tourismus-Börse Berlin**

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 vertrat 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, waren in der Culture Lounge mit einem Stand vertreten. Durch die Beteiligung von WHES und dem europäischen Netzwerks wurden die Welterbestätten in der Cultural Lounge der ITB hervorgehoben. Im Rahmen der ITB fand auch das jährliche Treffen der ENWHA-Mitglieder statt, um gemeinsam zukünftige Aktionen auf europäischer Ebene zu planen.



## 3.5 Netzwerk

### 3.5.1 *Guides in den Welterbestätten*

Das Welterbe-Handbuch wurde im Sommer 2024 zum ersten Mal veröffentlicht und ist ein Hilfsmittel für Guides in den Welterberegionen. Die digitale Publikation erklärt die Werte der einzelnen Welterbestätten sowie Fakten und weiterführende Informationen. Ziel ist es, den Guides das Thema Welterbe in anderen Welterbestätten in der Schweiz näher zu bringen und neuen Input zu geben. Das Welterbe-Handbuch ist in 4 Sprachen über den Trade Corner erhältlich.



### 3.5.2 *Wanderausstellung WHES*

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.

Zu Beginn des Jahres wurde die Ausstellung im Gymnasium in Mendrisio gezeigt. Sowohl das Schulpersonal als auch die Studierenden haben sich intensiv mit den Themen der UNESCO auseinandergesetzt und spannende Diskussionen angestossen. Ab Februar wurde die Ausstellung anschliessend in Bern bei der Firma Bern Stämpfli Kommunikation AG, Partner von SAJA, präsentiert. Diese Gelegenheit hat WHES ermöglicht, allen Mitarbeitenden das exklusive Voucher-Büchlein zu überreichen. Ab Mitte April wurde die Ausstellung dann im Park des Laténiums installiert, wo sie bis Ende Sommer die Besuchenden über das Welterbe inspirieren konnte.

Ende des Jahres wurde zum ersten Mal eine Revision und kleinere Reparaturen an der Ausstellung durchgeführt.

### 3.5.3 *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 2024 nur 92 Sitzungen erreicht hat, haben die 36 wiederkehrenden Besucher die Inhalte und Dokumentationen durchschnittlich über 10 Minuten lang angesehen.

#### Medien Corner

Diese Unterseite der Plattform zentralisiert Informationen für die Medien und Medienfachleute. Das Pressekit ist in digitaler Form erhältlich und präsentiert auf 22 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 2024 nur 51 Sitzungen erreicht hat, haben die 19 wiederkehrenden Besucher die Inhalte und Dokumentationen durchschnittlich über 19 Minuten lang angesehen.

### 3.5.4 *Digitale Kaffeepause*

Erstmals haben im März, August und Dezember drei digitale Kaffeepausen stattgefunden. Während dieser kurzen (Max eine Stunde) digitalen und unverbindlichen Austauschform hat WHES die Mitglieder und Partner über aktuelle Projekte informieren können. Zudem haben die Teilnehmer die Möglichkeit gehabt, neue Ideen und Vorschläge einzubringen.

## 4 Welterbetage

Im Jahr 2024 waren die Welterbetage erneut Bestandteil der Partnerschaft. Alle Welterbeorganisationen, die eine Partnerschaft unterzeichnet haben, dürfen, Veranstaltungen im Rahmen der Welterbetage organisieren. Die Hauptaufgabe von WHES besteht darin, die kommunikative Unterstützung für diese Veranstaltungen zu gewährleisten und die relevanten Informationen an ein breiteres und interessierteres Publikum zu vermitteln. Seit 2016 arbeitet WHES eng mit dem Deutschen Verein der Welterbestätten zusammen, um diese bedeutende Veranstaltung erfolgreich durchzuführen. Die Veranstaltungen in Deutschland finden stets am ersten Juniwochenende statt, während die Veranstaltungen in der Schweiz auf das zweite Juniwochenende gelegt werden.

2024 fand die 8. Austragung der Welterbetage in der Schweiz statt. Neun Welterbestätten boten sowohl für Kultur- als auch Naturbegeisterte vielfältige Programme an.

Die Veranstaltung wurde erneut von verschiedenen Kommunikationsmassnahmen begleitet. So wurde der Anlass neben der Bewerbung über die Veranstaltungswebsite [www.welterbetage.ch](http://www.welterbetage.ch) auch über die sozialen Medienkanäle von WHES beworben. Gemeinsam mit dem Netzwerk der Welterbeorganisationen und deren Social-Media-Abteilungen wurde wiederholt eine Welterbe-Woche auf den verschiedenen Kanäle veranstaltet: Auf allen Kanälen wurden gleichzeitig die Fans über das Thema UNESCO-Welterbe und/oder Welterbetage informiert. Die Community auf allen Social-Media-Kanälen umfasst etwa eine halbe Million Fans. Eine Medienmitteilung informierte zudem die Bevölkerung über den bevorstehenden Anlass.



Nebst individuell durch WHES gestalteten Plakaten und Flyern, die vor Ort eingesetzt wurden, haben über 24'276 Haushalte in den Welterbestätten eine Postkarte mit den Programmdetails «ihrer» Welterbestätte erhalten.

Bei Schweiz Tourismus wurden die Welterbetage als «Top Event» beworben und mitgetragen. Auch der Axel-Springer Verlag hat den Event in verschiedenen Titeln (Glückspost, Landliebe, Beobachter und Schweizer Illustrierte - Resultate siehe Kapitel 3.3.5) sowie im Newsletter mitgetragen.

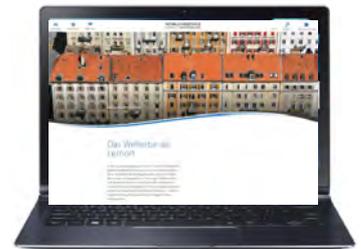


## 5 Vermittlung

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.

### 5.1 Website edu.unsererbe.ch

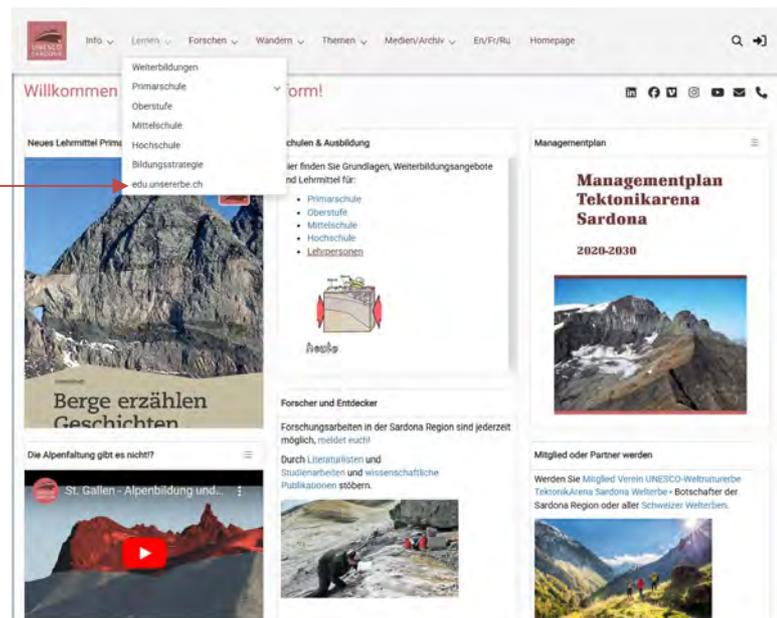
Die 2023 lancierte Bildungsplattform edu.unsererbe.ch vereint erstmals alle UNESCO-Welterbestätten in der Schweiz als ausserschulische Lernorte auf einer einzigen Plattform. Sie bietet eine breite Auswahl an Schulreisen, Führungen, Projektwochen sowie Unterrichtsmaterial. Die Plattform orientiert sich an den Zyklen des Lehrplans 21 und kann laufend mit neuen Inhalten ergänzt werden (Stand 31.12.2024: 114 Einträge). Sowohl die Geschäftsstelle als auch die Vermittlungspartner können Inhalte erfassen und anpassen.



KPIs www.edu.unsererbe.ch	2024
Sitzungen	3'123
Seitenaufrufe	7'265
Sitzungsdauer	00:02:16
Aktionen pro Besuch	2.7

Die Website-Statistik hält mehrheitlich an den Zahlen vom Vorjahr fest. Besonders erfreulich sind die 595 wiederkehrenden Besucher, die sich fast 7 Minuten pro Sitzung auf der Website aufhalten.

Die Sichtbarkeit der Plattform wurde zudem durch gezielte Verlinkungen erhöht, u. a. auf Partnerseiten und dem educa-Navigator.



## 5.2 Google Ads / Google Grants

Die edu-Website wird ebenfalls über das Google AdGrants-Konto beworben. Somit profitiert auch der Vermittlungsbereich von einem kostenlosen Werbebudget von bis zu US\$ 500.00/Tag. Aufgrund der stark fokussierten Zielgruppe konnte das Potenzial dieser Werbemöglichkeit bisher jedoch nur in begrenztem Umfang ausgeschöpft werden.

## 5.3 Newsletter

2024 wurden insgesamt vier Newsletter an Interessierte aus dem Bildungsumfeld versendet. Die Inhalte orientierten sich einerseits an Aktualitäten von WHES. Andererseits steht es allen Vermittlungspartnern frei, von dieser Kommunikationsplattform zu profitieren und Neuigkeiten aus dem Bildungsumfeld im Welterbe einzuspielen. Die Öffnungsrate der Newsletter beträgt durchschnittlich 35.3% – ein durchaus stabiler Wert im Branchenvergleich.

## 5.4 Wimmelbuch

Das neue Wimmelbuch über das Welterbe in der Schweiz wurde 2024 veröffentlicht und mit einer Vernissage im Stiftsbezirk St. Gallen lanciert. Die 13 detailliert illustrierten Seiten bringen Kinder das Welterbe auf spielerische Weise näher. Rund 30 Personen aus dem Welterbe- und Medioumfeld nahmen an der Lancierung teil und unterstützten den erfolgreichen Verkaufstart.



WHES begleitete die Publikation mit gezielten Massnahmen:

- Anschreiben von Buchhandlungen und Bibliotheken in den Welterbe-Regionen
- Weihnachtsaktion
- Kooperation mit dem MiniSpick-Heft, wo jeweils eine Seite des Buches abgedruckt wird

Das Buch ist über das Schweizer Buchzentrum, im Buchhandel sowie in den Verkaufsstellen der Welterbestätten erhältlich. WHES-Vermittlungspartner erhalten vergünstigte Einkaufskonditionen. Für 2025 ist eine pädagogische Handreichung zur schulischen Nutzung geplant.

## 5.5 Movetia

Die Geschäftsstelle hat gemeinsam mit den Welterbestätten Wege evaluiert, wie man den Austausch von Schulklassen fördern kann. Zwei konkrete Angebote wurden bei der nationalen Austausch- und Mobilitätsagentur Movetia eingereicht. Eine übergreifende Aufgabe ist für 2025 geplant.



## 5.6 International Schools

In einem personalisierten Schreiben wurden über 90 internationale Schulen in der Schweiz kontaktiert. Das Dossier hob die Welterbestätten als ausserschulische Lernorte hervor und präsentierte konkrete Angebote für Schulreisen.

## 5.7 UNESCO-assoziierte Schulen

WHES hat an einer Sitzung mit der Schweizerischen UNESCO-Kommission Interesse an einer engeren Zusammenarbeit mit den UNESCO-assoziierten Schulen bekundet. Konkrete Möglichkeiten sind Ende 2024 noch nicht definiert.

## **5.8 Zusammenarbeit mit Hochschulen**

Die Zusammenarbeit mit (pädagogischen) Hochschulen wird weiter vertieft. 2024 wurde insbesondere mit den pädagogischen Hochschulen Bern und Luzern zusammengearbeitet. Nebst einer Fallarbeit zum Thema „BNE im UNESCO-Welterbe“ ist auch eine Entwicklungsarbeit zur Weiterentwicklung des Welterbe-Korbes in Erarbeitung. Die Ergebnisse liegen anfangs 2025 vor.

## **5.9 Lehrmittel**

Das Lehrmittel zum UNESCO-Welterbe in der Schweiz, welches in Zusammenarbeit mit dem Schulverlag plus entstanden ist, ist weitestgehend fertiggestellt. Die offizielle Lancierung mit der damit zusammenhängenden Kommunikation erfolgt anfangs 2025.

## 6 Netzwerk

### 6.1 Bundesstellen

WHES tauscht sich zwei Mal jährlich mit den folgenden Bundesämtern aus:

- Bundesamt für Umwelt (Naturerbebestätten)
- Bundesamt für Kultur (Kulturerbestätten)
- Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten EDA (UNESCO-Kommission)
- SECO

Die Austausche werden dazu genutzt, sich gegenseitig über laufende Entwicklungen und Projekte zu informieren, um mögliche Synergien zu erkennen und Doppelspurigkeit zu vermeiden.

### 6.2 Jahrestagung gemeinsam mit dem Verein UNESCO-Welterbe Deutschland

2024 fand die Mitgliederversammlung von WHES zeitgleich mit der Jahrestagung des Deutschen Vereins in Konstanz statt. Dies ermöglichte es, den interessierten Mitgliedern an der gemeinsamen Tagung zu verschiedenen Themen rund ums Welterbe teilzunehmen und den direkten Austausch mit anderen Vertretern der Welterbestätten aus Deutschland zu pflegen.

### 6.3 Netzwerk der Europäische Welterbe-Verbände

Das jährliche Treffen fand in Florenz, Italien statt. Momentan laufen Diskussion über eine mögliche rechtliche Struktur, um das lose Netzwerk künftig formell besser aufzustellen. Aufgrund der unterschiedlichen Organisationsstrukturen in den einzelnen Ländern wird dieser Prozess wahrscheinlich noch einige Jahre dauern.

Nebst dem gemeinsamen Auftritt an der ITB und den gemeinsamen Auftritten auf einer Webseite und einem Flyer, wird Spanien nächstes Jahr das erste europäische Sitemanager-Forum durchführen. Das European Network of World Heritage Associations (ENWHA) unterstützt mit dem Versand der Einladungen an die relevanten lokalen Organisationsstrukturen.

Aus der Schweiz wird der Sitemanager für das Welterbe „La Chaux-de-Fonds / Le Locle, Stadtlandschaft Uhrenindustrie“ teilnehmen.

### 6.4 Beirat

Zwei Mal pro Jahr trifft sich der Vorstand mit dem Beirat, um diverse strategische Themen mit dem Beirat zu diskutieren. Eines der Treffen findet digital, das zweite in Präsenz statt.

## 7 NRP

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 (Tourismus)

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 Juni 2024 wurde das NRP-Projekt „Kooperations-Plattform zur Synergiegewinnung im Welterbe-Umfeld“ erfolgreich abgeschlossen.

Aufbauend auf früheren Projekten wurde im Rahmen des aktuellen NRP-Projekts von 2020 bis 2024 eine zentrale Synergie-Plattform geschaffen, welche die drei strategischen Bereiche Inwertsetzung, Vermittlung und Management miteinander verbindet. Ziel war es, eine funktionierende, breit abgestützte Austauschplattform für alle Akteure rund um das Welterbe zu etablieren, Wissen zu bündeln und Synergien zu fördern.

Die Plattform konnte erfolgreich umgesetzt und mit über 700 Inhalten sowie 93 aktiven Partnerinstitutionen befüllt werden. Dank benutzerfreundlicher Technologie, starker Nachfrage von Partnern und solider Nutzerzahlen ist sie ein zentrales Instrument im Schweizer Welterbe-Kontext geworden. Die erfassten Daten liefern wertvolle Erkenntnisse für die Weiterentwicklung und Qualitätssicherung. Auch international stösst das Projekt auf Anerkennung – unter anderem bei der UNESCO-Organisation ICCROM.

Die Plattform ist technisch wie finanziell nachhaltig aufgebaut und kann auch ohne öffentliche Projektmittel weiterbetrieben werden. Ein Nutzungsvertrag mit dem Verein „lebendige Geschichten“ sichert zusätzliche Synergien und Mitfinanzierung. Damit ist der langfristige Fortbestand der Plattform gesichert und ein zukunftsfähiges Fundament für den Schutz und die Vermittlung des Welterbes gelegt.

Die Kantonsvertreter waren mit dem Projektabschluss sehr zufrieden und stehen neuen Projekten aus dem Umfeld der Welterbestätten grundsätzlich positiv gegenüber – wenn diese in die aktuelle Strategie von NRP passen und die Vorgaben erfüllen.

## 8 Finanzen

### 8.1 Erfolgsrechnung

ERTRAG	Rechnung 2023	Rechnung 2024	Budget 2024	Budget 2025	Budget 2025 mit Innotour
<b>1. Behörden</b>					
Beiträge NRP (SECO)	126'000.00	85'500.00	63'000	0.00	300'000
Beiträge NRP (Kanton)	126'000.00	85'500.00	63'000	0.00	0
<b>Total Behörden</b>	<b>252'000.00</b>	<b>171'000</b>	<b>126'000</b>	<b>0.00</b>	<b>300'000</b>
<b>2. Partnerschaft</b>					
Einzelmitglieder	100.00	100.00	100.00	100	100
Institutionelle Mitglieder	4'500.00	4'959.00	3'500	4'500	4'500
Partnermitglieder	55'000.00	105'000.00	100'000	105'000	105'000
Tourismuspartnerschaft	135'000.00	134'889.00	135'000	135'000	135'000
Vermittlungspartnerschaft	35'000.00	32'000.00	32'000	32'000	32'000
Managementpartnerschaft	12'000.00	12'000.00	12'000	12'000	12'000
<b>Total Partnerschaft</b>	<b>241'600.00</b>	<b>288'948.00</b>	<b>282'600</b>	<b>288'600</b>	<b>288'600</b>
<b>3. Diverse Erträge</b>					
Finanzerträge	118.15	34.00	0	0	0
Diverse Erträge	10.00	0.00	15'000	0	0
<b>Total Diverse Erträge</b>	<b>0.00</b>	<b>34.00</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>a.O. Ertrag (Auflösung Stille Reserven)</b>	<b>34'000.00</b>			<b>75'000</b>	<b>0</b>
<b>Auflösung Rückstellungen</b>					<b>0</b>
<b>TOTAL ERTRAG</b>	<b>527'728.15</b>	<b>459'982.00</b>	<b>423'600</b>	<b>363'600</b>	<b>588'600</b>

AUFWAND	Budget 2024	Rechnung 24	Budget 2025	Budget 2025 mit Innotour
<b>1. Geschäftsstelle</b>				
Infrastruktur	15'000	8'922	20'000	15'000
Personal, Löhne, Sozialversicherungen. Anteil GS	170'000	148'700	220'000	150'000
Weiterbildung	1'000	336	1'000	1'000
Reise- und Repräsentationsspesen	13'000	14'365	15'000	10'000
Sitzungen / Versammlungen	2'000	3'544	4'000	2'000
Buchführung / Revision	11'000	5'282	8'000	11'000
Finanzaufwand	500	118	200	500
Sonstiger Aufwand Geschäftsstelle	3'000	1'266	3'000	3'000
Divers		19	20'000	15'000
<b>Total Aufwand Geschäftsstelle</b>	<b>215'500</b>	<b>182'623</b>	<b>271'200</b>	<b>192'500</b>
<b>2. Tourismus</b>				
Schweiz Tourismus	50'000		50'000	50'000
Diverses		-20'000		
Tourismus	30'000	86'593	20'000	20'000
Vermittlung	10'000	16'469	10'000	10'000
Management	5'000	5'443	5'000	5'000
	<b>95'000</b>	<b>88'462</b>	<b>85'000</b>	<b>85'000</b>
<b>3. NRP / Innotour</b>				
Technologie und Betrieb / Planung, Strategie	10'000	13'571		120'000
Content / Workshops, Implementierung	20'000	15'160		80'000
Auswertung / Projektkoordination	20'000	17'147		100'000
Sichtbarmachen	25'000	26'083		
Projektleitung	30'000	31'085		
<b>TOTAL NRP</b>	<b>105'000</b>	<b>103'047</b>		<b>300'000</b>
Reserve	0	79'000		
Diverser Aufwand	0			
nicht rückforderbare Vorsteuern	10'000	8'005	10'000	15'000
<b>TOTAL Sonstiger Aufwand</b>	<b>10'000</b>	<b>87'005</b>	<b>10'000</b>	<b>15'000</b>
<b>5. Ausserordentlicher Aufwand</b>				
a.o. Aufwand (MwSt Vorjahre 2011 - 2013)	0	0		
<b>Total Ausserordentlicher Aufwand</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		
<b>TOTAL AUFWAND</b>	<b>425'500</b>	<b>461'092</b>	<b>366'200</b>	<b>592'500</b>
<b>Erfolg</b>	<b>-1'900</b>	<b>-1'110</b>	<b>-2'600</b>	<b>-3'900</b>

## 8.2 Bilanz

Bilanz	31.12.2024		31.12.2023	
	CHF		CHF	

### Aktiven

Berner Kantonalbank, KK	294'625.85		361'597.31	
Berner Kantonalbank, Mietkaution	3'536.09		3'521.90	
BEKB Welterbetag	1'456.77	299'618.71	18.96	365'138.17
<b>Flüssige Mittel</b>		<b>299'618.71</b>		<b>365'138.17</b>
Forderungen aus L+L				32'310.00
<b>Forderungen aus L+L</b>		<b>0.00</b>		<b>32'310.00</b>
Debitor Verrechnungssteuer		5.46	0.00	
Forderungen ggü. MwSt			-91	-91.00
<b>Forderungen ggü. Staat</b>		<b>5.46</b>		<b>-91.00</b>
Transitorische Aktiven		17'967.15		7'441.15
<b>Aktive Rechnungsabgrenzung</b>		<b>17'967.15</b>		<b>7'441.15</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>317'591.32</b>		<b>404'798.32</b>

### Passiven

Verbindlichkeiten aus Lieferungen/Leistungen			2'310.00	
Verbindlichkeiten ggü. MwSt	3'792.14		-515	
Transitorische Passiven	173'000.00	176'792.14	261'094.55	262'889'.55
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten</b>		<b>176'792.14</b>		<b>262'889.55</b>
Rückstellungen		0.00		0.00
<b>Rückstellungen kurzfristig</b>		<b>0.00</b>		<b>0.00</b>
<b>TOTAL FREMDKAPITAL</b>		<b>175'187.75</b>		<b>262'889.55</b>
Vereinskapital am 1.1.	141'909.02		112'235.49	
Jahreserfolg	-1'109.84		29'673.53	
<b>Vereinskapital am 31.12.</b>		<b>140'799.18</b>		<b>141'909.02</b>
<b>TOTAL EIGENKAPITAL</b>		<b>140'799.18</b>		<b>141'909.02</b>
<b>Total Passiven</b>		<b>317'591.32</b>		<b>404'798.57</b>

### **8.3 Bericht Finanzen**

Das Jahr 2024 wird relativ ausgeglichen abgeschlossen. Beim NRP-Projekt, welches im Juni 2024 ausgelaufen ist, konnten leicht höhere Einnahmen verbucht werden als budgetiert. Dies aufgrund von ursprünglich anders getätigten Abgrenzungen. Auf der Seite der Ausgaben konnten im Bereich des Personalaufwands etwas tiefere Ausgaben ausgewiesen werden, dies unter anderem wegen unbezahlten Urlaubs eines Mitarbeitenden. Bei den weiteren Posten gibt es keine grösseren Abweichungen zum Budget.

Die zusätzlichen Einsparungen und Einnahmen wurden als Reserve für das kommende Jahr verbucht. Dies im Hinblick darauf, dass momentan, nebst dem täglichen Geschäft von WHES kein zusätzliches Projekt am Laufen ist. Das Budget 2025 wurde in zwei Varianten erstellt, einerseits mit und andererseits ohne zusätzliches Innotour-Projekt. Der Entscheid, ob das Projekt seitens SECO bewilligt wird, fällt Mitte 2025.

## 8.4 Bericht der Revisionsstelle

### **BURRI TREUHAND SCHÜPFEN GMBH**

Birkenweg 5, 3054 Schüpfen  
079 328 04 26

World Heritage  
Experience Switzerland  
Spitalgasse 4  
3011 Bern

Schüpfen, 29. April 2025

#### **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 2024 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 Bestandessald 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 Ausgabenüberschuss von Fr. 1'109.84, einem Vereinsvermögen von Fr. 140'799.18 und einer Bilanzsumme von Fr. 317'591.32 zu genehmigen.

Freundliche Grüsse  
BURRI TREUHAND SCHÜPFEN GMBH



Urs Burri

Beilage: Jahresrechnung 2024 (Bilanz und Erfolgsrechnung)

## 9 Aktuelles und Ausblick

### 9.1 Handreichung zum Wimmelbuch

In Zusammenarbeit mit dem Schulverlag entwickelt WHES im Vermittlungsbereich eine neue Handreichung für Lehrpersonen, die den Einsatz des Wimmelbuchs im Zyklus 1 ermöglicht. Sie bietet praxistaugliche Impulse, wie Kinder den ersten Schuljahren spielerisch mehr über das UNESCO-Welterbe in der Schweiz erfahren können. Die Handreichung ist kostenlos zugänglich und wird im Herbst 2025 lanciert.

### 9.2 Welterbetage

Die Welterbetage wachsen kontinuierlich – nicht zuletzt dank des grossen Engagements der teilnehmenden Welterbestätten. 2025 gestalten **zehn** Partner den Anlass aktiv mit, oft in Kombination mit bestehenden Veranstaltungen und mit attraktiven Programmen für ein lokales Publikum. Ziel ist es, das Welterbe sichtbar und erlebbar zu machen. Zum zehnjährigen Jubiläum 2026 plant WHES gemeinsam mit den Partnern eine gezielte Weiterentwicklung der Welterbetage, **unter anderem mit einer Auffrischung des visuellen Auftritts.**

### 9.3 Projekte und langfristige Finanzierung

WHES wird 2025 diverse Projekteinträge einreichen um neue Projekte im Bereich Welterbe anzugehen, welche von den Partnern gewünscht worden sind. Diese sollen mittels Projektfinanzierungen von weiteren Partnern und Institutionen unterstützt werden. Nebst einem Antrag für ein Innotour-Projekt soll auch ein Projekt im Bereich Vermittlung für die Partner aus der Romandie lanciert werden.

Gemeinsam mit dem Vorstand ist die Geschäftsstelle zudem stets auf der Suche nach weiteren Partnern aus der Wirtschaft, mögliche Projekte für das Welterbe in der Schweiz zu lancieren.

Diese Projekte sollen nebst dem Mehrwert für die lokalen Trägerorganisationen auch dazu beitragen, die finanzielle Stabilität des Vereins zu gewährleisten.

**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](http://www.bern.com)



Kloster St. Johann in Müstair  
Couvent Saint-Jean à Müstair  
[www.muestair.ch](http://www.muestair.ch)



Stiftsbezirk St. Gallen  
Abbaye de Saint-Gall  
[www.stiftsbezirk.ch/](http://www.stiftsbezirk.ch/)



Drei Burgen von Bellinzona  
Trois châteaux de Bellinzone  
[www.bellinzoneavalli.ch](http://www.bellinzoneavalli.ch)



Schweizer Alpen Jungfrau-Aletsch  
Alpes suisses Jungfrau-Aletsch  
[www.jungfraualetsch.ch](http://www.jungfraualetsch.ch)



Monte San Giorgio  
Monte San Giorgio  
[www.montesangiorgio.org](http://www.montesangiorgio.org)



Lavaux, Weinberg-Terrassen  
Lavaux, vignoble en terrasses  
[www.lavaux-unesco.ch](http://www.lavaux-unesco.ch)



Rhätische Bahn, Albula / Bernina  
Chemin de fer rhétique, Albula /Bernina  
[www.rhb.ch/unesco](http://www.rhb.ch/unesco)



Schweizer Tektonikarena Sardona  
Haut lieu tectonique suisse Sardona  
[www.unesco-sardona.ch](http://www.unesco-sardona.ch)



La Chaux-de-Fonds / Le Locle  
La Chaux-de-Fonds / Le Locle  
[www.watch-cities.ch](http://www.watch-cities.ch)



Prähistorische Pfahlbauten  
Sites palafittiques préhistoriques  
[www.latenium.ch](http://www.latenium.ch)



Das architektonische Werk von Le Corbusier  
L'Œuvre architecturale de Le Corbusier  
[www.sites-le-corbusier.org](http://www.sites-le-corbusier.org)



Alte Buchenwälder und Buchenurwälder Europas  
Forêts primaires et anciennes de hêtres d'Europe  
[www.valledilodano.ch](http://www.valledilodano.ch)

**WORLD HERITAGE  
EXPERIENCE + SWITZERLAND**

**World Heritage Experience Switzerland**  
Spitalgasse 4, CH-3011 Bern  
[www.ourheritage.ch](http://www.ourheritage.ch), [www.whes.ch](http://www.whes.ch)