

25



Impressum

Der Jahresbericht erscheint online in Deutsch und Französisch sowie als PDF in Deutsch, Französisch und Englisch.

Herausgeber: Schweiz Tourismus,
Morgartenstrasse 5a, 8004 Zürich

Redaktion & Übersetzung: Schweiz Tourismus
Konzept, Gestaltung & Realisation: Hej AG, Zürich
Illustration: Frederic Siegel, Zürich

04 Editorial

04 **Das Wort der Präsidentin**

08 Rückblick

08 **Zahlen & Fakten**

12 **Highlights**

18 Organisation

18 **Vorstand**

18 **Geschäftsleitung**

18 **Extended Management Team (EMT)**

18 **Schweizer Tourismusrat (STR)**

20 Jahresrechnung

20 **Bilanz**

24 **Erfolgsrechnung**

27 **Geldflussrechnung**

29 **Anhang zur Jahresrechnung**

32 **Bericht der Revisionsstelle**

34 **Kontakt**



51,1%

Brutto-Hotelzimmerauslastung

2025 stieg die durchschnittliche Auslastung der Schweizer Hotels gegenüber 2024 um 1,7 % leicht an.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)

Kurs auf den modernen Tourismus

Damit die Schweiz als Reiseziel erfolgreich bleibt, braucht es Schweiz Tourismus (ST): Wir übernehmen eine Lotsenfunktion, die die Branche zusammenhält und Orientierung gibt.

Brigitta M. Gadiant
Präsidentin

Das Jahr 2025 war aus Sicht des Schweizer Tourismus ein weiteres Rekordjahr. Früher sorgte dies für Euphorie und eine wohlwollende Medienberichterstattung. Inzwischen trauen wir uns nicht mehr, den Erfolg zu feiern.

Die wirtschaftliche Bedeutung unserer Branche ist nämlich weitgehend in den Hintergrund gerückt. Die öffentliche Debatte fokussiert sich immer öfter auf Menschen, die sich vom Tourismus bedrängt fühlen. Einige Medien porträtieren den Tourismus als Belastung für Einheimische, für die Umwelt und die Infrastruktur. Obschon viele Schweizerinnen und Schweizer mehrmals jährlich selber ins Ausland reisen, möchten sie den Tourismus im Inland eindämmen oder zumindest begrenzen. Und damit auch unsere Tätigkeiten.

Doch der globale Tourismus wird weiter wachsen. 2025 verzeichnete UN Tourism weltweit 1,3 Milliarden Touristenankünfte. Infolge von allgemeinem Bevölkerungswachstum, neuen Mittelschichten in asiatischen Ländern und enormen Infrastrukturprojekten wird die Anzahl Touristen weltweit vorerst eher zu- als abnehmen.

ST spielt in diesem Kontext eine wichtigere Rolle denn je. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst: Wir müssen Tourismus so gestalten, dass Gäste, Anbieter und Einheimische gleichermaßen profitieren. Das Wachstum soll nicht auf Kosten von Natur, Kultur und Lebensqualität erfolgen. Besucherakquisition ist nicht mehr das alleinige Ziel.

Deshalb lenken wir die Gästeströme zeitlich und räumlich. Wir fördern die Nebensaisons. Wir sensibilisieren für

eine harmonische Koexistenz zwischen Reisenden und Bereisten. Verhältnismässigkeit ist das leitende Element unserer Kampagnen und Massnahmen: Wir fördern die Nachfrage, ohne Hotspots zu überlasten.

Darüber hinaus steht ST für Verlässlichkeit: Wir wollen ein vertrauenswürdiger Partner für Destinationen, Politik und Bevölkerung sein – gerade in Zeiten von wirtschaftlicher Unsicherheit und politischem Wandel. Wir bieten touristischen Anbietern Rat und Tools, um den Tourismus der Zukunft aktiv mitzugestalten. Wir zeigen transparent, wie sich temporäre Belastungen managen lassen. Wir vermitteln auch kleineren Reisezielen Sichtbarkeit.

Es ist nämlich bei Weitem nicht so, dass die touristischen Kapazitäten erschöpft sind. Die durchschnittliche Bruttoauslastung der Schweizer Hotelzimmer liegt weiterhin bei nur 51 %. Es gibt viel Luft nach oben. Allerdings muss die Diversifizierung der Reisesaisons und Reiseziele gelingen.

Vergessen wir nicht, dass die Schweiz in den kommenden Jahren vor einer doppelten Herausforderung steht: Die Wirtschaft muss auf Klimaziele hin arbeiten. Darüber hinaus dürfen wir uns nicht auf ein paar wenige profitable Branchen als Wachstumsmotoren verlassen – echter Wohlstand kommt von einer breit aufgestellten Wirtschaft.

«Kluge Beeinflussung der Gäste ist das Herzstück der modernen Tourismusstrategien. Schweiz Tourismus übernimmt dabei als Impulsgeber, Innovationspartner und Koordinator eine Führungsrolle.»

Brigitta M. Gadiant
Präsidentin

Darin kann der Tourismus eine wichtige Rolle spielen. Damit es für Gäste, Gastgeber und Einheimische gleichermaßen aufgeht, müssen wir den Tourismus langfristig denken. Kluge Beeinflussung der Gäste ist das Herzstück der modernen Tourismusstrategien. ST übernimmt dabei als Impulsgeber, Innovationspartner und Koordinator eine Führungsrolle.

Wir sind also wie Lotsen: Wir kennen den Weg und führen durch den dichten Nebel voller Ungewissheiten. Diese Arbeit ist aufwändig, erfordert präzise Daten und permanente Anpassung, weil sich das Reiseverhalten schnell verändert und die Gästelenkung ein Zusammenspiel vieler Akteure ist.

Es braucht Schweiz Tourismus für einen gesunden und prosperierenden Tourismus. Weniger Lenkung würde nämlich nicht weniger Menschen bedeuten – sondern nur weniger Kontrolle.



Brigitta M. Gadiant
Präsidentin

1047,3

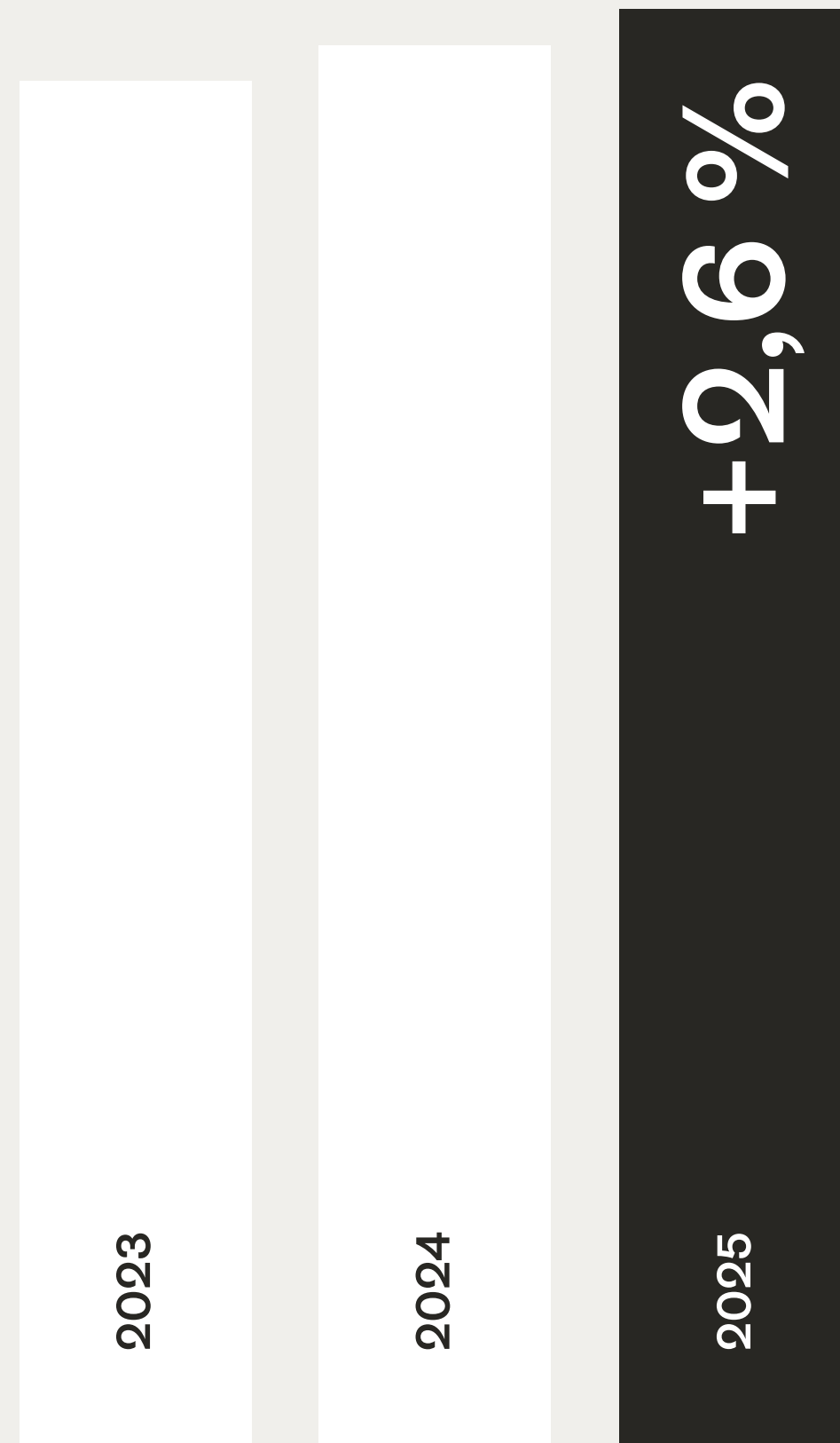
Millionen CHF

Touristischer Umsatz dank KAM

Der Umsatz im Key Account Management (Hotellogiernächte × Tagesausgaben pro Markt) stieg 2025 um 13,53 Millionen CHF, im Vergleich zu 2024.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)





43,93

Millionen Hotellogiernächte

2025 legte die Destination Schweiz bei den Hotellogiernächten (LN) nochmals leicht zu, mit einem Plus von 2,6 % auf 43,93 Millionen LN, verglichen zum Vorjahr.

[Medienmitteilung ↗](#)

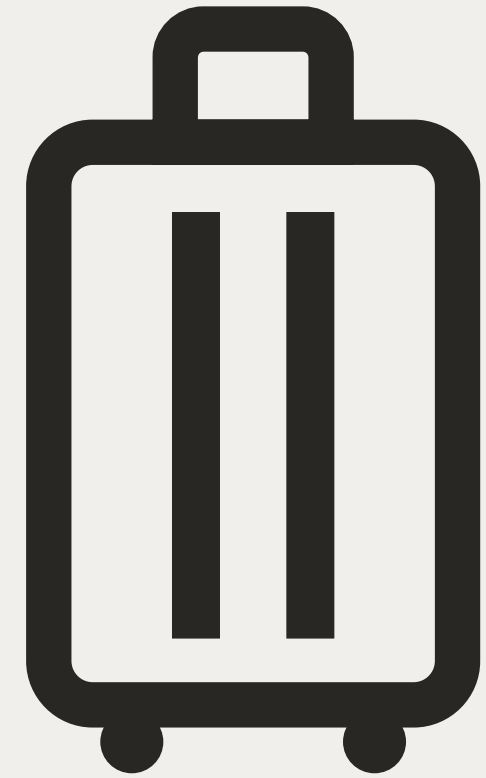


40,90 %

Eigenfinanzierungsgrad

Der Eigenfinanzierungsgrad von Schweiz Tourismus ist gegenüber 2024 leicht um 1,66 % auf 40,90 % gesunken (Grund: Zusatzbudget Frauenfussball-EM). Damit gehört er weiterhin zu den höchsten aller DMOs weltweit.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)



3056

**eingeladene Medien-, MICE-,
Influencer- und Trade-Leute**

Organisiert durch Schweiz Tourismus, entdeckten 2025 im Rahmen von Medienreisen und Fam Trips 3056 Medien-, MICE-, Influencer- und Trade-Leute die Schweiz.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)

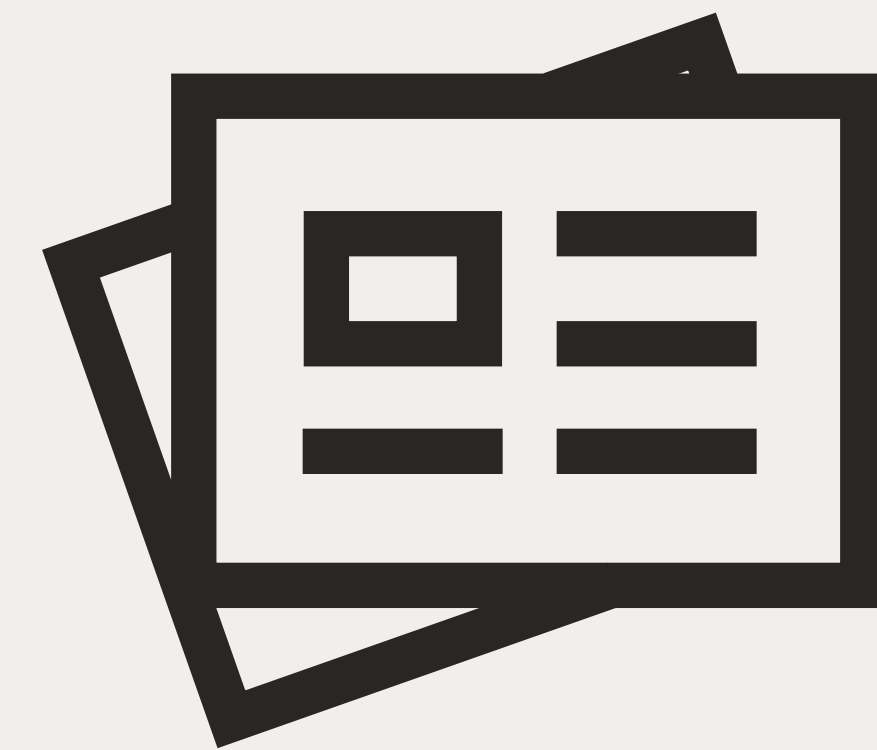


45'622

Qualifizierte Interaktionen

Persönlicher Austausch gewinnt (mit KAM, KMM, SCIB) im digitalen Zeitalter erst recht an Bedeutung. 2025 wurden 176 mehr Interaktionen als 2024 erreicht.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)

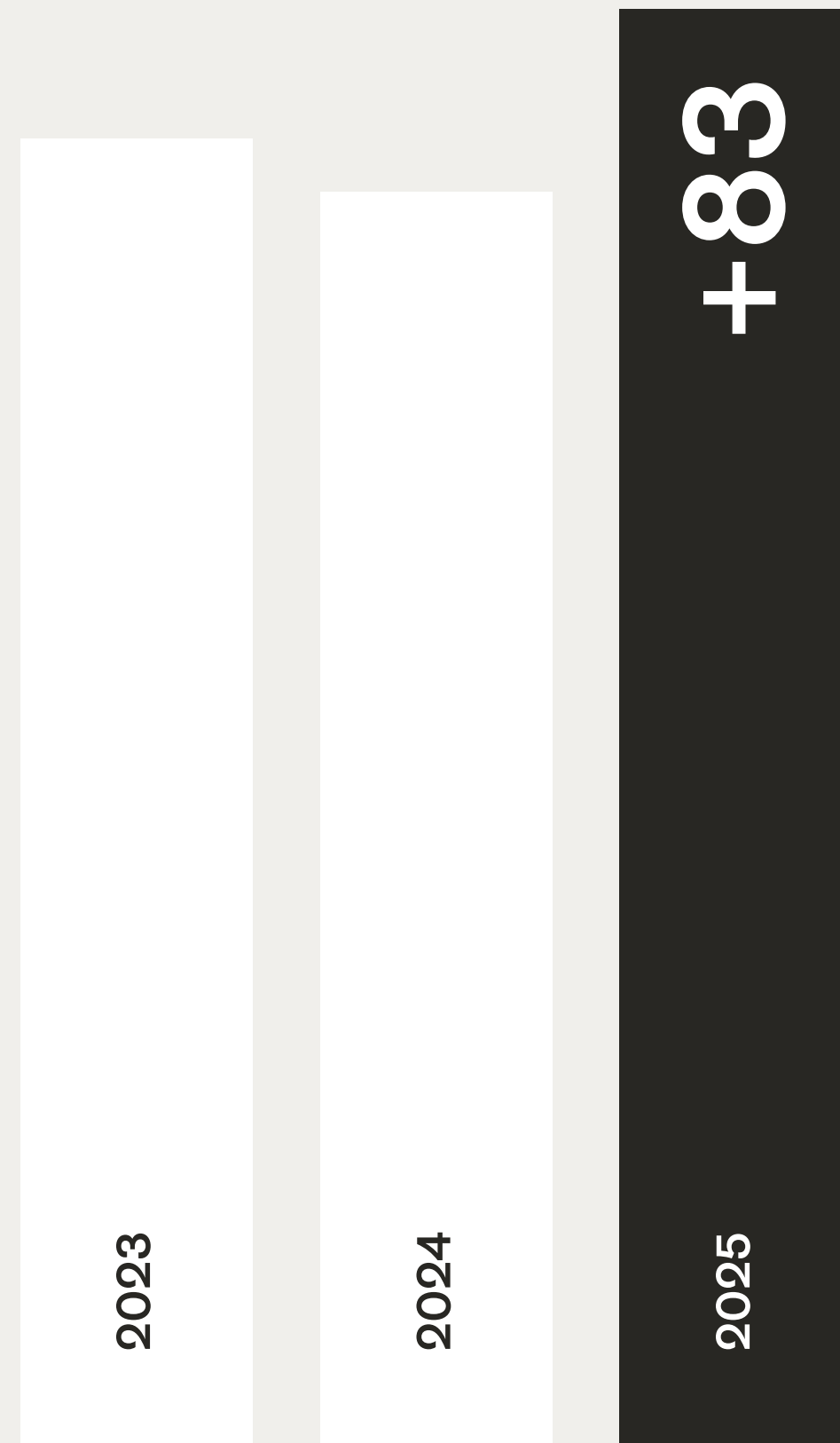


3325

Top Media Results

Angesichts des Medienwandels ist die weltweite Zahl der Top Media Results (earned Media) 2025 leicht gesunken, von 3721 im Jahr 2024 auf 3325.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)



648

Business Events

Aus den 1214 Offerten der weltweit 20 SCIB-Mitarbeitenden resultierten 2025 total 648 Business Events. Das sind 83 Events mehr als im Vorjahr.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)



253'320

Chatbot-Sessions

Beim Gäste-Chatbot auf Switzerland.com kommt Künstliche Intelligenz zum Einsatz. Die Zahl der Sessions sank 2025 um 29'612 auf total 253'320 Sessions.

[Das Jahr in Zahlen ↗](#)



1 Mio.

YouTube-Abonnenten

2025 erreichte der YouTube-Kanal von Schweiz Tourismus erstmals den wichtigen Meilenstein von 1 Mio. Abonnenten.

[Medienmitteilung ↗](#)



Die neue Nachhaltigkeits-Strategie ist da

Schweiz Tourismus (ST) hat die Strategie weiterentwickelt und 2025 als «Nachhaltigkeits-Strategie 2030» neu lanciert. Sie ist eine verbindliche Grundlage für ST und dient der Tourismusbranche als Inspiration. Sie berücksichtigt Natur, Bevölkerung, Gäste und die Branche gleichermaßen und hilft, den Schweizer Tourismus ganzheitlich zu gestalten. Ein zentrales Element ist das Programm Swisstainable: Bis Ende 2025 beteiligten sich 2398 Betriebe und 16 Destinationen.

[Nachhaltigkeits-Strategie 2030 ↗](#)



Neuer Fokus auf einen lukrativen Markt

Luxusgäste in der Schweiz machen 8 % der Hotellogiernächte aus, erzeugen aber ein Viertel der Wertschöpfung. Deshalb erschloss Schweiz Tourismus 2025 neu den Luxusmarkt. Im ersten Jahr lag der Fokus auf dem Aufbau eines globalen Netzwerks – unter anderem mit dem ersten Virtuoso Europe Forum und der Partnerschaft mit Swiss Deluxe Hotels. Das Segment Destination Weddings war ebenfalls erfolgreich: Die Zahl der vermittelten Hochzeiten stieg gegenüber 2024 von 80 auf 99.

[Medienmitteilung ↗](#)

[Medienbeitrag 20 Minuten ↗](#)



Klimawandel: Kompass für Schweizer Wintersportgebiete

Die Klimaerwärmung ist derzeit für viele Schweizer Wintersportdestinationen die grösste Herausforderung. Um sie zu unterstützen, hat Schweiz Tourismus zusammen mit Seilbahnen Schweiz, SLF, MeteoSchweiz, ETH und VSTM den «Kompass Schnee» entwickelt. Mit dem datenbasierten Tool lassen sich die Auswirkungen des Klimawandels auf einzelne Regionen gezielt bewerten und daraus Zukunftsstrategien ableiten. Seit der Lancierung vom Kompass Schnee bis Ende 2025 sind dazu 60 Medienbeiträge erschienen.

[Website Kompass Schnee](#) ↗

[Medienbeitrag SRF](#) ↗



Stars bewerben die Herbstsaison

Mit viel Prominenz unterstützte Schweiz Tourismus die Branche, um die Auslastung im Herbst zu verbessern: Für die globale Kampagne traf Roger Federer in der herbstlichen Zentralschweiz auf Hollywoodstar Halle Berry. Für den Markt Italien warben Michelle Hunziker und Yann Sommer in St. Moritz. Auf YouTube erzielten beide Clips sehr gute View-Through Rates. Die Förderung des Ganzjahrestourismus zahlt sich aus: Seit 2018 sind die Hotellogiernächte im Herbst (September, Oktober, November) um 14,5 % gestiegen.

[Mehr Informationen](#) ↗

[Medienbeitrag 10 vor 10](#) ↗



Sieg für den Frauenfussball und die Schweiz

Frauenfussball wird gefeiert. Dafür sorgte die Fussball-Europameisterschaft 2025 in der Schweiz. Einen grossen Anteil daran hatte die Organisation Schweiz Tourismus, die im Auftrag des Bundes die touristische Landeskommunikation umsetzte und damit 1,6 Mrd. Kontakte generierte. Das Engagement zeigte Wirkung: Nicht zuletzt dank Turniersiegerin England stiegen die Hotellogiernächte aus dem Markt UK im Juli um 37,7 %. August (+11,8 %) und September (+6,6 %) zeigten ebenfalls nachhaltige Effekte.

[Medienbeitrag Blick](#) ↗

[Case Film YouTube](#) ↗



Auf YouTube unter den Top 3 der NTO-Kanäle weltweit

2025 erreichte der YouTube-Kanal von Schweiz Tourismus (ST) erstmals über 1 Mio. Subscriber und ist damit weltweit der drittgrösste Kanal einer nationalen Tourismusorganisation. Die seit 2024 geschärfte YouTube-Strategie fokussiert auf Community-Aufbau durch lange Erzählformate, exzellente Videoqualität und regelmässiges Posten von Inhalten. Die Zusammenarbeit mit YouTube/Google stärkt ST zusätzlich als Partner für Kooperationen – davon profitieren alle ST-Mitglieder.

[Serie Creator's Cut auf YouTube ↗](#)

[Medienbeitrag m&k ↗](#)

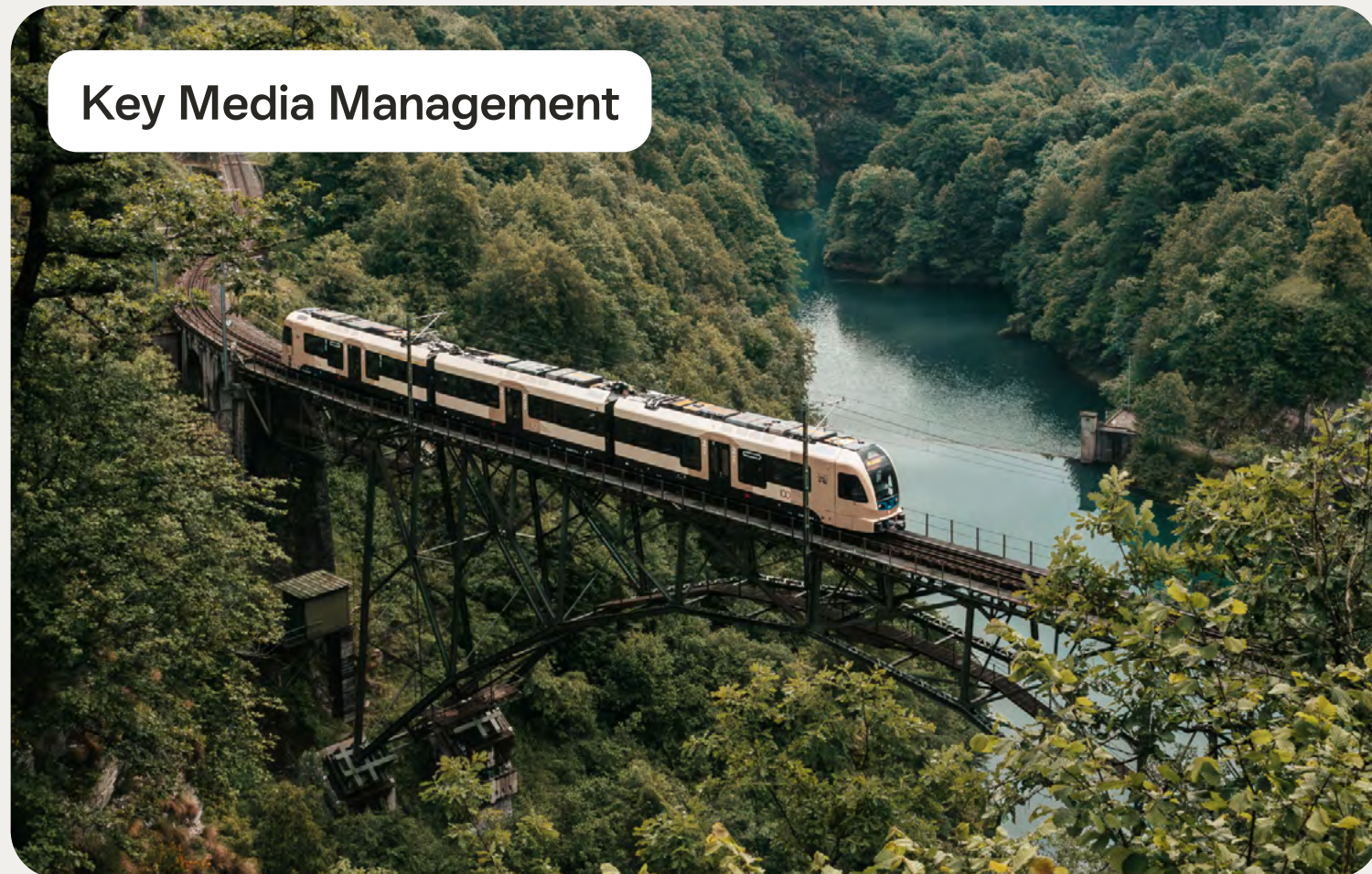


Schlüsselinstrument für Marktbearbeitung

«Familiarization Trips» (Fam Trips) bleiben ein Schlüsselinstrument von Schweiz Tourismus (ST), um das Schweiz-Angebot in den Märkten aktiv zu beeinflussen. Bei der Planung spielt die Travel-Better-Philosophie eine zentrale Rolle. 2025 organisierte ST 222 Studienreisen mit 945 Reisebranchenprofis, unter anderem mit dem brasilianischen Premium-TO FVO Travel. Die Teilnehmenden reisten für Wintersportferien nach Andermatt und St. Moritz und nutzten dabei das Schweizer ÖV-Angebot.

[Interview mit Simon Bosshart, Leiter Märkte Ost ↗](#)

Key Media Management



Eine kleine Bahn in einer grossen Zeitung

Ein Schweizer Tourismusangebot macht Schlagzeilen in der «New York Times»: 2025 kürte die Zeitung die Strecke der Centovalli-Bahn als eine der fünf besten Zugreisen Europas. Massgeblichen Anteil daran hatte das Key Media Management (KMM) von Schweiz Tourismus (ST) in den USA. Mit gezielten Pitches und starken Medienkontakten sorgt ST jedes Jahr dafür, dass Medienschaffende aus Nah- und Fernmärkten für Reportagen in die Schweiz reisen. 2025 erzielte ST in 22 Märkten 7,13 Mia. Top-Medienkontakte.

[Medienbericht Tages-Anzeiger ↗](#)

[Medienbericht New York Times ↗](#)

Culinary Grand Tour



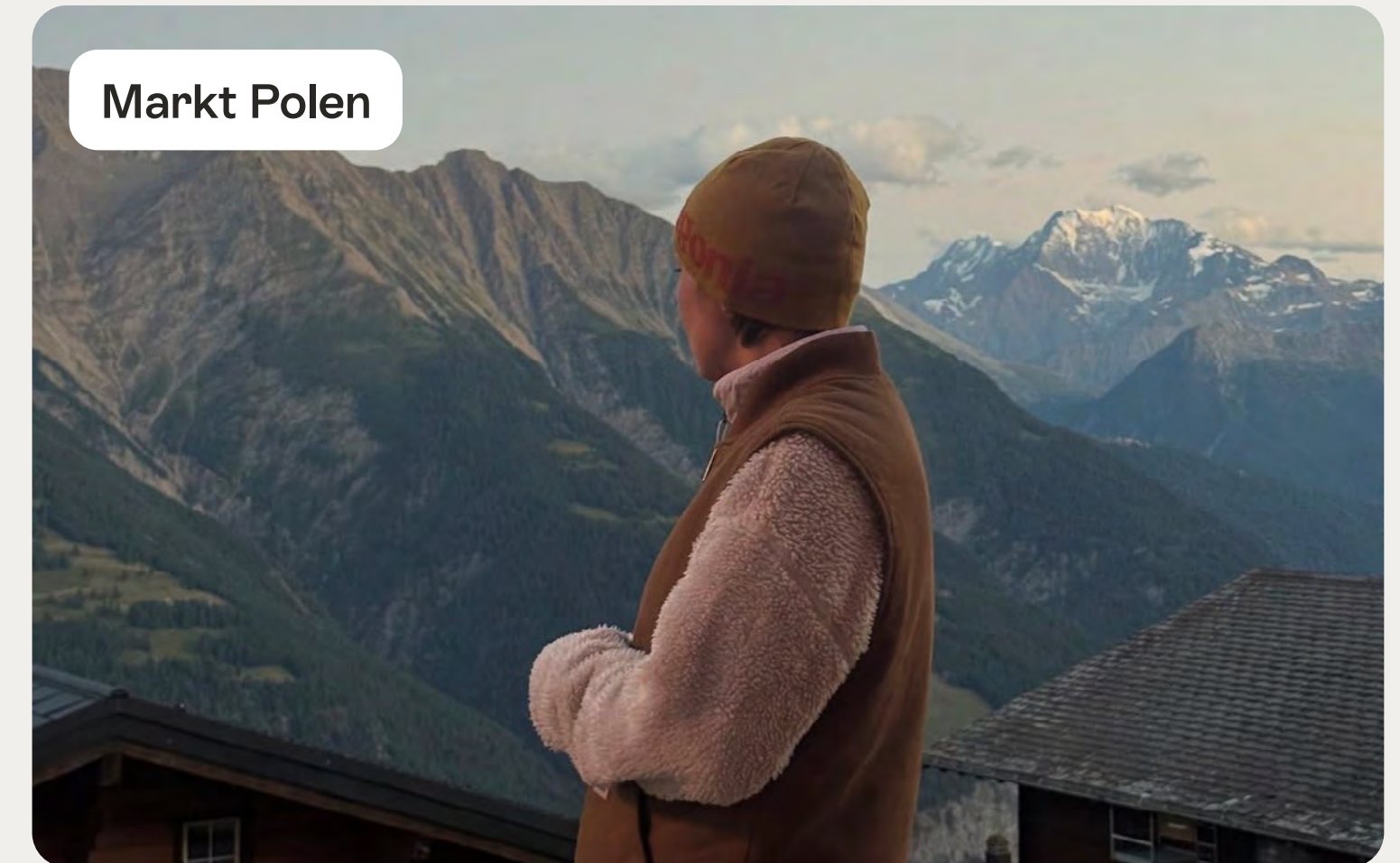
Noah Bachofen und Nico Franzoni auf Spezialitätentour

Die Schweiz ist voller lokaler Spezialitäten, die oft selbst Einheimischen unbekannt sind. Ihr Erhalt ist ganz im Sinn von Swisstainable. Die Gourmets Noah Bachofen und Nico Franzoni zeigen, wie man sie entdecken kann. Auf ihrer Touring-Reise lernten sie zum Beispiel mehr über Rheintaler Ribelmals und probierten Absinth im Val-de-Travers. Die YouTube-Serie dazu sorgte mit 1 Mio. Views für mehr Aufmerksamkeit für die Grand Tour of Switzerland, die 2025 ihr zehnjähriges Jubiläum feierte.

[Medienbericht 20 Minuten ↗](#)

[YouTube ↗](#)

Markt Polen



Polnische Sängerin zeigt die Schönheit der Schweiz

Auf der Suche nach einem Drehort für ein neues Musikvideo? Auch da hilft Schweiz Tourismus (ST) – so geschehen bei der polnischen Sängerin Ofelia. ST empfahl ihr als Drehort die in Polen weniger bekannte Aletsch Arena. Weil Ofelia über ihre Musik vor allem mit der jüngeren Generation Polens eine emotionale Verbindung herstellt, nutzte ST die Gelegenheit für eine Kooperation. Die Sängerin veröffentlichte von ihrem Aufenthalt mehrere Instagram-Posts und erreichte so knapp 140'000 Fans.

[Musikvideo auf YouTube ↗](#)

[Ofelia auf Instagram ↗](#)



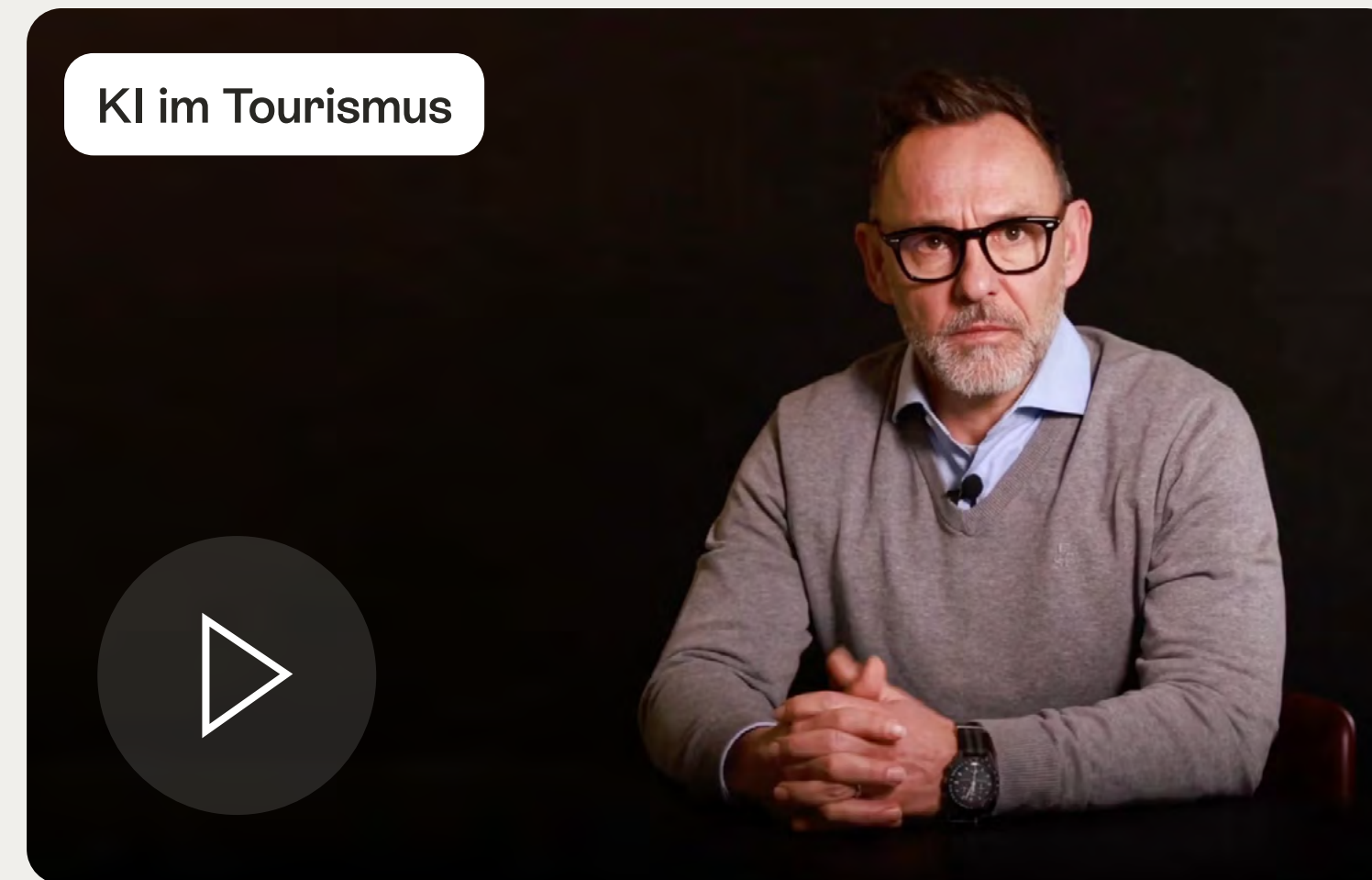
Markt Deutschland

«Herzen auf Schienen»: Paare auf Schweiz-Reise

Eine bildgewaltige Liebeserklärung an die Schweiz: Das war das Ziel der Kampagne «Herzen auf Schienen» im wichtigsten Auslandsmarkt Deutschland. In einer YouTube-Serie erkundeten vier deutsche Paare aus verschiedenen Generationen die Schweiz per Bahn, Bus und Schiff. Zielgruppe waren Menschen mit Affinität für Reisen im öffentlichen Verkehr, Nachhaltigkeit und authentische Erlebnisse. Die Videos wurden knapp 3 Mio. Mal angesehen, die ganze Kampagne erzielte über 41,5 Mio. Marketingkontakte.

[Medienmitteilung ↗](#)

[YouTube ↗](#)



KI im Tourismus

Drei Fragen zu den 2025 eingeführten KI-Initiativen von Schweiz Tourismus (ST)

21 % der Schweizer Bevölkerung nutzen Tools wie ChatGPT, Google Gemini oder Microsoft Copilot bei Reiseplanung und Inspiration, so die Ergebnisse der YouGov-Schweiz-Studie 2026. Wie sich Schweiz Tourismus mit HAidi und dem Assistenten von switzerland.com als vertrauenswürdige Primärquelle positioniert und warum besonders die Mitglieder davon profitieren, erklärt Pascal Bieri, Head of switzerland.com im Kurzinterview.

[YouGov-Schweiz-Studie ↗](#)

[Medienbericht zu HAidi ↗](#)

Auf der B2B-Plattform Stnet.ch finden Sie weitere Aktivitäten des letzten Kalenderjahrs.

[↗ Weitere Aktivitäten](#)



3 von 5

Franken

Die Analyse von BAK Economics zeigt, dass von den touristischen Ausgaben 3 von 5 Franken auf nicht-touristische Bereiche entfallen.

[Mehr Informationen ↗](#)



Vorstand

Der Vorstand, bestehend aus dreizehn Vertreterinnen und Vertretern aus dem touristischen, wirtschaftlichen und politischen Sektor, steht unter der Leitung von Präsidentin Brigitta M. Gadiant.

[Weiterlesen ↗](#)



Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus mit ihren insgesamt acht Mitgliedern steht unter der Leitung von Martin Nydegger.

[Weiterlesen ↗](#)



Extended Management Team

Das Extended Management Team ist die erweiterte Geschäftsleitung und umfasst zwölf Personen. Sie vertreten diverse Fachbereiche und Märkte von Schweiz Tourismus.

[Weiterlesen ↗](#)



Tourismusrat

Im Schweizer Tourismusrat (STR) sind Regierungen, Kantone, Städte sowie Wirtschaftspartner und Strategische Partner mit eigenen Expertinnen und Experten vertreten. Dieses Gremium ist als Advisory Board von strategischer Bedeutung für die nationale Marketingorganisation Schweiz Tourismus.

[Weiterlesen ↗](#)



40,9 %

Eigenfinanzierungsgrad

Der Eigenfinanzierungsgrad von Schweiz Tourismus ist gegenüber 2024 leicht um 1,66 % auf 40,90 % gesunken (Grund: Zusatzbudget Frauenfussball-EM). Damit gehört er weiterhin zu den höchsten aller NTOs weltweit.

[Das Jahr in Zahlen](#) ↗

Bilanz

1. Aktiven

Umlaufvermögen		Angaben in CHF	31.12.2025	31.12.2024
1.1	Flüssige Mittel			
	Kassa		19 181.38	23 424.64
	Post		81 585.84	42 345.11
	Bank		20 609 899.85	21 564 790.73
	Total Flüssige Mittel		20 710 667.07	21 630 560.48
1.2	Forderungen			
1.2.1	Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		6 971 216.99	5 545 790.11
1.2.2	Übrige kurzfristige Forderungen			
	Garantieleistungen, Vorschüsse		40 577.01	20 832.53
	Staatliche Stellen		494 253.63	413 980.12
	Übrige kurzfristige Forderungen		156 961.78	151 541.54
	Total Forderungen		7 663 009.41	6 132 144.30
1.3	Vorräte und angefangene Arbeiten			
	Vorräte und angefangene Arbeiten		338 509.95	354 997.00
	Total Vorräte und angefangene Arbeiten		338 509.95	354 997.00
1.4	Aktive Rechnungsabgrenzungsposten			
	Aktive Rechnungsabgrenzungsposten		1 145 956.96	1 799 981.58
	Vorauszahlungen		1 656 004.25	1 353 945.48
	Total aktive Rechnungsabgrenzungsposten		2 801 961.21	3 153 927.06
	Total Umlaufvermögen		31 514 147.64	31 271 628.84

→

Bilanz

1. Aktiven

Anlagevermögen	Angaben in CHF	31.12.2025	31.12.2024
1.5 Finanzanlagen langfristige Forderungen gegenüber Dritten		198 257.10	219 729.86
1.6 Beteiligungen		1 226 504.00	1 226 504.00
1.7 Mobile Sachanlagen			
Mobiliar, Einrichtungen, Installationen		657 123.70	717 509.96
Informatikanlagen		142 967.73	210 403.90
Infrastruktur Auftritte		14 909.09	0.00
Total mobile Sachanlagen		815 000.52	927 913.86
1.8 Immobile Sachanlagen (Geschäftsliegenschaft)		4 635 409.11	4 843 534.11
Total Anlagevermögen		6 875 170.73	7 217 681.83
Total Aktiven		38 389 318.37	38 489 310.67

Bilanz

2. Passiven

Fremdkapital	Angaben in CHF	31.12.2025	31.12.2024
2.1 Kurzfristiges Fremdkapital			
2.1.1 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		6 063 312.03	7 498 717.87
2.1.2 Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten			
Staatliche Stellen		745 064.90	1 125 918.23
Dritte		1 573 387.78	2 882 287.65
Vorsorgeeinrichtungen		321 679.17	308 553.80
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		70 204.10	32 687.81
Total übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		2 710 335.95	4 349 447.49
2.1.3 Passive Rechnungsabgrenzungsposten / kurzfristige Rückstellungen			
Passive Rechnungsabgrenzungsposten		1 394 775.20	1 241 455.92
Rückstellungen Personal		2 352 568.28	1 821 583.26
Marketingaktivitäten Folgejahr		7 433 613.00	6 041 008.00
Total passive Rechnungsabgrenzungsposten / kurzfristige Rückstellungen		11 180 956.48	9 104 047.18
Total kurzfristiges Fremdkapital		19 954 604.46	20 952 212.54
2.2 Langfristiges Fremdkapital			
2.2.1 Übrige langfristige Verbindlichkeiten (Liegenschaft Paris)		2 146 827.81	2 239 613.43
2.2.2 Langfristige Rückstellungen			
Informatikanlagen		312 100.00	312 100.00
Liegenschaftsrenovation Paris		200 000.00	200 000.00
Umbauten Mietlokalitäten / Mobiliar		1 500 000.00	1 500 000.00
Diverse		2 395 216.49	2 494 961.86
Ausserordentliche Ereignisse Destination Schweiz		8 000 000.00	7 000 000.00
Gesetzliche Austritts- und Vorsorgerückstellungen		1 256 699.76	1 191 686.64
Total langfristige Rückstellungen		13 664 016.25	12 698 748.50
Total langfristiges Fremdkapital		15 810 844.06	14 938 361.93

→

— Bilanz

2. Passiven

Eigenkapital	Angaben in CHF	31.12.2025	31.12.2024
2.3 Kapital per 1.1.2025 / 2024		2 598 736.20	2 581 212.09
Minderaufwand		25 133.65	17 524.11
Total Eigenkapital		2 623 869.85	2 598 736.20
Total Passiven		38 389 318.37	38 489 310.67

1. Ertrag

Nettoerlöse	Angaben in CHF	Budget 2025	Rechnung 2025	Rechnung 2024
3.1 Mitgliederbeiträge				
Schweizerische Eidgenossenschaft		-56 034 000	-56 033 600.00	-56 593 800.00
Schweizerische Eidgenossenschaft (WEURO)		-4 000 000	-4 000 000.00	-500 000.00
Schweizer Tourismusrat		-795 000	-781 250.00	-822 500.00
Mitglieder (Kantone, Gemeinden, Tourismusorganisationen, Verkehrsinteressenten, Firmen, Organisationen)		-1 590 000	-1 633 469.00	-1 636 499.00
Total Mitgliederbeiträge		-62 419 000	-62 448 319.00	-59 552 799.00
3.2 Diverse Erlöse		-48 000	-107 924.09	-24 118.96
3.3 Weiterverrechnete Leistungen				
Ertrag aus weiterverrechnetem Personalaufwand		-1 198 000	-1 202 060.23	-1 297 783.39
Ertrag aus weiterverrechnetem Betriebsaufwand		-117 000	-119 837.40	-136 833.47
Total weiterverrechnete Leistungen		-1 315 000	-1 321 897.63	-1 434 616.86
Total betriebliche Erlöse		-63 782 000	-63 878 140.72	-61 011 534.82
Marketing Erlöse				
3.4 Sponsorship-Marketing		-8 929 000	-9 639 971.59	-9 232 778.52
3.5 Übriger Marketing Erlös		-27 700 000	-28 416 808.13	-28 224 403.67
Total Marketing Erlöse		-36 629 000	-38 056 779.72	-37 457 182.19
Total Erlöse		-100 411 000	-101 934 920.44	-98 468 717.01

2. Aufwand

Aufwand aus Marketing		Angaben in CHF	Budget 2025	Rechnung 2025	Rechnung 2024
4.1	Aufwand aus Marketing		60 568 000	60 162 419.33	60 616 840.51
	WEURO		4 000 000	4 881 020.07	118 979.93
	Äufnung (+) / Entnahme (-) Fond aus. Ereignisse Dest. Schweiz			1 000 000.00	1 500 000.00
	Total Aufwand aus Marketing		64 568 000	66 043 439.40	62 235 820.44
Personalaufwand					
4.2	Personalaufwand				
	Gehälter		25 247 000	25 100 234.50	25 951 869.01
	Sozialaufwand		4 936 000	4 852 909.72	4 849 097.98
	Aus- und Weiterbildung		300 000	283 470.70	329 964.56
	Versetzungen / Personalrekrutierung		220 000	182 581.92	171 442.94
	Nicht bezogene Ferien / Überzeit (Anpassung)		-30 000	-19 014.98	10 776.62
	Reise- und Repräsentationsspesen		188 000	179 162.26	161 882.69
	Diverser Personalaufwand		245 000	281 466.53	295 240.53
	Total Personalaufwand		31 106 000	30 860 810.65	31 770 274.33
Übriger Betriebsaufwand					
4.3	Übriger Betriebsaufwand				
	Raumaufwand		2 681 000	2 755 309.03	2 662 798.14
	Verwaltungsaufwand		1 919 000	1 756 120.83	1 242 078.67
	Allgemeiner Behördenaufwand		201 000	207 539.95	234 303.79
	Übriger Betriebsaufwand		31 000	30 511.89	27 616.89
	Total übriger Betriebsaufwand		4 832 000	4 749 481.70	4 166 797.49

→

2. Aufwand

____ Erfolgsrechnung

Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Positionen des Anlagevermögens

	Angaben in CHF	Budget 2025	Rechnung 2025	Rechnung 2024
4.4 Abschreibungen auf Sachanlagen				
Informatikanlagen		217 000	178 296.80	217 840.96
Mobiliar, Einrichtungen, Installationen		107 000	290 252.34	237 667.08
Total Abschreibungen auf Sachanlagen		324 000	468 549.14	455 508.04
Betriebliches Ergebnis vor Zinsen und Steuern		419 000	187 360.45	159 683.29
5.0 Finanzertrag		-130 000	-1 204.32	-186 739.86
5.1 Finanzaufwand		128 000	112 096.86	85 018.55
Betriebliches Ergebnis vor Steuern		417 000	298 252.99	57 961.98
6.0 Betriebsfremder Ertrag (Liegenschaft)		-1 349 000	-1 136 411.79	-853 655.76
6.1 Betriebsfremder Aufwand (Liegenschaft)		932 000	813 025.15	778 169.67
Minderaufwand		0	-25 133.65	-17 524.11

—— Geldflussrechnung

Geldfluss aus Betriebstätigkeit	Angaben in CHF	2025	2024
Minderaufwand		25 133.65	17 524.11
Abschreibungen (mobile Sachanlagen)			
Mobiliar, Einrichtungen, Installationen		289 580.53	237 667.08
Informatikanlagen		178 296.80	217 840.95
Immaterielle Anlagen		0.00	138 152.45
Messestand		7 454.54	0.00
Abschreibungen (Immobilie Sachanlagen)			
Liegenschaft Paris		208 125.00	208 125.00
Veränderungen (NUV / Rückstellungen)			
Abnahme / (Zunahme) Forderungen		-1 530 865.11	-1 058 242.52
Abnahme / (Zunahme) Vorräte und angefangene Arbeiten		16 487.05	-299 030.60
Abnahme / (Zunahme) Aktive Rechnungsabgrenzungsposten		351 965.85	-423 775.91
Zunahme / (Abnahme) kurzfristige Verbindlichkeiten		-3 074 517.38	-215 878.21
Zunahme / (Abnahme) Passive Rechnungsabgrenzungsposten und kurzfristige Rückstellungen		2 076 909.30	654 347.78
Veränderungen (langfristige Rückstellungen)			
Liegenschaftsrenovation Paris		-284 863.10	0.00
Zunahme / (Abnahme) Ausserordentliche Ereignisse Destination Schweiz		1 000 000.00	1 500 000.00
Zunahme / (Abnahme) Austritts- und Vorsorgerückstellungen		65 013.12	50 273.91
Zunahme / (Abnahme) Diverse Rückstellungen		185 117.73	285 180.10
Total Geldfluss aus Betriebstätigkeit		-486 162.02	1 312 184.14

→

—— Geldflussrechnung

Geldfluss aus Investitionstätigkeit	Angaben in CHF	2025	2024
Finanzanlagen			
Langfristige Forderungen gegenüber Dritten		21 472.76	1 203 970.23
Mobile Sachanlagen			
Informatikanlagen		-110 860.63	-226 303.63
Mobiliar, Einrichtungen, Installationen		-229 194.27	-86 032.23
Infrastruktur Auftritte		-22 363.63	0
Total Geldfluss aus Investitionstätigkeit		-340 945.77	891 634.37
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit			
Betriebsfremde Verbindlichkeiten			
Zunahme / (Abnahme) Langfristige Verbindlichkeiten		-92 785.62	-738 540.66
Total Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit		-92 785.62	-738 540.66
Veränderung an Zahlungsmitteln		-919 893.41	1 465 277.85
Nachweis			
Anfangsbestand an flüssigen Mitteln		21 630 560.48	20 165 282.63
Endbestand an flüssigen Mitteln		20 710 667.07	21 630 560.48
Total Veränderung an Zahlungsmitteln		-919 893.41	1 465 277.85

—— Anhang zur Jahresrechnung

Firma

Schweiz Tourismus
Morgartenstrasse 5a
8004 Zürich
Öffentlich Rechtliche Körperschaft

Vollzeitstellen

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 250 Mitarbeitenden.

Rechnungslegungsgrundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde in Übereinstimmung mit den Bestimmungen über die kaufmännische Buchführung des Schweizerischen Obligationenrechts (Art. 957–963b OR) erstellt.

IKS–Risikobeurteilung

Schweiz Tourismus hat die Unternehmens-Risikobeurteilung im Rahmen des bestehenden Risk Management-Prozesses aktualisiert und dokumentiert. Diese umfasst sämtliche Risiken, welche einen wesentlichen Einfluss auf die Beurteilung der Jahresrechnung haben könnten. Mit den, im Rahmen des Risk-Management-Prozesses definierten Risikobewältigungstechniken, werden die Risiken laufend überwacht und kontrolliert.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie die übrigen kurzfristigen Forderungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Auf diese Werte

werden individuelle Einzelwertberichtigungen vorgenommen, wobei der Restbestand pauschal zu 5 % / 10 % wertberichtigt wird.

Anlagevermögen

Die Sachanlagen werden zu Anschaffungskosten oder zu Herstellungskosten abzüglich der betriebswirtschaftlich notwendigen Abschreibungen bilanziert.

Zur Berechnung der Abschreibungsbeträge werden folgende Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden angewandt:

Anlagevermögen	Nutzungsdauer	Methode
Büroeinrichtungen / Büromaschinen	3 Jahre	Linear
Informatik Hardware / Software	3 Jahre	Linear
Immaterielle Anlagen	5 Jahre	Linear
Infrastruktur Hauptsitz mit kleinem Saal	10 Jahre	Linear
Liegenschaft Paris	80 Jahre	Linear

Die Abschreibungen für Infrastruktur Auftritte im Marketing (Messestand / Messemobiliar), sowie die Kosten für die neue Website (MyS.2019) werden unter «Aufwand aus Marketing» ausgewiesen:
laufendes Jahr: CHF 6'783 / Vorjahr: CHF 138'152

Fremdwährungspositionen

Die Positionen in Fremdwährungen wurden zu den offiziellen Kursen der Steuerverwaltung des Bundes bewertet.

_____ Anhang zur Jahresrechnung

Beteiligungen	Angaben in CHF	2025	2024
STC Switzerland Travel Centre AG Zürich / London – Aktienkapital		5 250 000	5 250 000
Beteiligungsanteil ST		33 %	33 %
Swiss Travel System AG, Zürich – Aktienkapital		300 000	300 000
Beteiligungsanteil ST		10 %	10 %
Forderungen / Verbindlichkeiten gegenüber STC Switzerland Travel Centre AG			
In der Bilanz sind in den folgenden Positionen Guthaben / Verbindlichkeiten enthalten:			
1.2.1 Debitoren		98 651	87 837
2.1.1 Kreditoren		12 188	11 917
Forderungen / Verbindlichkeiten gegenüber STS Swiss Travel System AG			
In der Bilanz sind in den folgenden Positionen Guthaben / Verbindlichkeiten enthalten:			
1.2.1 Debitoren		73 031	728 502
2.1.1 Kreditoren		0	469
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen			
Kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen In- und Ausland		321 679	308 554
Leasingverbindlichkeiten			
Gesamtbetrag der Leasingverbindlichkeiten		32 726	43 182
Auflösung stiller Reserven			
Nettoauflösung stiller Reserven im Geschäftsjahr		0	0
Ausserbilanzgeschäfte			
Positive Wiederbeschaffungswerte der Devisentermingeschäfte		66 097	0
Negative Wiederbeschaffungswerte der Devisentermingeschäfte		-3 332	-756 538
Kontraktvolumen		25 102 685	26 372 851

Bei den Devisentermingeschäften handelt es sich um die Absicherung der budgetierten Ausgaben des Folgejahres in fremder Währung (EUR, USD, GBP, AED, CNY) →

_____ Anhang zur Jahresrechnung

Kreditlimiten	Angaben in CHF	2025	2024
Kreditlimite Kontokorrentkonti UBS		2 000 000	2 000 000
Liegenschaftsrechnung Paris			
Ertrag aus Liegenschaft		1 136 412	853 656
Aufwand aus Liegenschaft		813 025	778 170
davon Abschreibung Gebäude		208 125	208 125
Erfolg aus Liegenschaft		323 387	75 486
Honorar Revisionsstelle			
Revisionsdienstleistungen		40 950	39 000
Andere Dienstleistungen		0	0



Ernst & Young AG
Maagplatz 1
Postfach
CH-8010 Zürich

Telefon: +41 58 286 31 11
www.ey.com/de_ch

An den Vorstand der
Schweiz Tourismus, Zürich

Zürich, 12. März 2026

Bericht der Revisionsstelle

Bericht zur Prüfung der Jahresrechnung



Prüfungsurteil

Wir haben die Jahresrechnung der Schweiz Tourismus (die Gesellschaft) – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2025, der Erfolgsrechnung und der Geldflussrechnung für das dann endende Jahr sowie dem Anhang, einschliesslich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden – geprüft.

Nach unserer Beurteilung entspricht die Jahresrechnung (Seiten x bis y) dem schweizerischen Gesetz.



Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Abschlussprüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Standards zur Abschlussprüfung (SA-CH) durchgeführt. Unsere Verantwortlichkeiten nach diesen Vorschriften und Standards sind im Abschnitt „Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung“ unseres Berichts weitergehend beschrieben. Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den schweizerischen gesetzlichen Vorschriften und den Anforderungen des Berufsstands. Wir haben auch unsere sonstigen beruflichen Verhaltenspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als eine Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.



Sonstige Informationen

Der Vorstand ist für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die im Geschäftsbericht enthaltenen Informationen, aber nicht die Jahresrechnung und unseren dazugehörigen Bericht.

Unser Prüfungsurteil zur Jahresrechnung erstreckt sich nicht auf die sonstigen Informationen, und wir bringen keinerlei Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu zum Ausdruck.



2

Im Zusammenhang mit unserer Abschlussprüfung haben wir die Verantwortlichkeit, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen wesentliche Unstimmigkeiten zur Jahresrechnung oder unseren bei der Abschlussprüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Falls wir auf Grundlage der von uns durchgeführten Arbeiten den Schluss ziehen, dass eine wesentliche falsche Darstellung dieser sonstigen Informationen vorliegt, sind wir verpflichtet, über diese Tatsache zu berichten. Wir haben in diesem Zusammenhang nichts zu berichten.



Verantwortlichkeiten des Vorstandes für die Jahresrechnung

Der Vorstand ist verantwortlich für die Aufstellung einer Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und für die internen Kontrollen, die der Vorstand als notwendig feststellt, um die Aufstellung einer Jahresrechnung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist.

Bei der Aufstellung der Jahresrechnung ist der Vorstand dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Geschäftstätigkeit zu beurteilen, Sachverhalte im Zusammenhang mit der Fortführung der Geschäftstätigkeit – sofern zutreffend – anzugeben sowie dafür, den Rechnungslegungsgrundsatz der Fortführung der Geschäftstätigkeit anzuwenden, es sei denn, der Vorstand beabsichtigt, entweder die Gesellschaft zu liquidieren oder Geschäftstätigkeiten einzustellen, oder hat keine realistische Alternative dazu.



Verantwortlichkeiten der Revisionsstelle für die Prüfung der Jahresrechnung

Unsere Ziele sind, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die Jahresrechnung als Ganzes frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern ist, und einen Bericht abzugeben, der unser Prüfungsurteil beinhaltet. Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Mass an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den SA-CH durchgeführte Abschlussprüfung eine wesentliche falsche Darstellung, falls eine solche vorliegt, stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus dolosen Handlungen oder Irrtümern resultieren und werden als wesentlich gewürdigt, wenn von ihnen einzeln oder insgesamt vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie die auf der Grundlage dieser Jahresrechnung getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Nutzern beeinflussen.

Eine weitergehende Beschreibung unserer Verantwortlichkeiten für die Prüfung der Jahresrechnung befindet sich auf der Webseite von EXPERTsuisse:
<https://www.expertsuisse.ch/wirtschaftspruefung-revisionsbericht>. Diese Beschreibung ist Bestandteil unseres Berichts.



3

Bericht zu sonstigen gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen



In Übereinstimmung mit Art. 69b ZGB in Verbindung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und PS-CH 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Vorstandes ausgestaltetes Internes Kontrollsystem für die Aufstellung der Jahresrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende Jahresrechnung zu genehmigen.

Ernst & Young AG

Marco Casal
Zugelassener Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

Nicole Meister
Zugelassene Revisionsexpertin



43,93

Millionen Hotellogiernächte

Laut Bundesamt für Statistik stieg 2025 die Zahl der Hotellogiernächte mit 2,6 % leicht, an im Vergleich zu 2024 auf 43,93 Millionen.

[Medienmitteilung ↗](#)

Schweiz Tourismus
Morgartenstrasse 5a
8004 Zürich

T 044 288 11 11
➤ [stnet.ch](https://www.stnet.ch)

