



BERN<sup>+</sup>

# Geschäftsbericht 2018

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



## Editorial

Nach einem mehrjährigen und aufwändigen Zusammenführungsprozess waren und sind die Erwartungen an Bern Welcome berechtigterweise gross. Gleichzeitig hat sich in den letzten Jahren das im weitesten Sinne touristische Umfeld teilweise erheblich verändert und es ist ein intensiver öffentlicher Diskurs im Gange über Umfang, Ausgestaltung und Auswirkungen von Tourismus. Den Begriff so verstehend, dass alle auswärtigen Gäste aus nah und fern, mit privatem oder geschäftlichem Hintergrund, darunter fallen.

Bern Welcome hat sich diesbezüglich einerseits klar positioniert: Wir streben einen gesellschafts-, bevölkerungs- und umweltverträglichen Tourismus an, der sich wieder vermehrt an den Anfängen orientiert, die von gegenseitiger Neugier und Interesse der Bevölkerung und der Gäste geprägt waren. Und einen Tourismus, der eine breit verteilte und nachhaltige Wertschöpfung für das Gesamtgewerbe bringt.

Selbstverständlich können wir die Welt nicht verändern. Der Druck auf die Städte wird grösser, immer mehr Menschen auf der Welt (können) reisen, wertvoller Wohnraum geht verloren und der reine Sightseeing-Tourismus ist omnipräsent. Was wir aber tun können, ist falsche Anreize vermeiden. Und uns anstrengen, unsere Gäste für das zu interessieren, was die Destination Bern im Kern ausmacht: die rare Kombination von Urbanität und weitgehend intakter, vielfältiger Natur, die aussergewöhnliche Dichte und Diversität an kulturellen Angeboten, hervorragende Veranstaltungs- und ÖV-Infrastruktur, eine entschleunigte und genieserische Lebensart. Authentizität bedeutet aber auch, dass wir grundlegende gesellschaftliche Werte nicht dem Profitdenken opfern: In der Berner Hotellerie und Gastronomie sollen auch ausländische weibliche Gäste gleichberechtigt behandelt werden. Trotz anderslautender Empfehlungen von Touristikern.

Bemühen wir uns um all das, ist die Chance gross, dass sich Verträglichkeit und eine breitere Wertschöpfung dauerhaft einstellen. Und sich Bern zu einer begehrten Destination abseits der grossen Touristenströme und belastenden Ausprägungen entwickelt. Zudem macht diese Form von Tourismus nach unserer Überzeugung schlicht und einfach auch mehr Spass.

Andererseits ist der Weg dahin nicht klar vorgezeichnet. Für die Komplettintegration aller wesentlicher Akteure unter dem Dach von Bern Welcome gibt es weltweit nur wenige Vorbilder. Zudem muss nicht nur in der Destination Bern der Umgang mit Tourismus zumindest teilweise neu gedacht werden. Die Realisierung der Vision von Bern Welcome setzt in den nächsten Jahren zahllose Gespräche und Diskussionen sowie Toleranz bei Fehleinschätzungen und möglichen Auseinandersetzungen voraus.

Die Mitarbeitenden und der Verwaltungsrat von Bern Welcome freuen sich auf die kommenden Herausforderungen. Wir bemühen uns, die an uns gerichteten Bedürfnisse mit grosser Offenheit entgegenzunehmen, in den Diskussionen mit Ihnen gescheiter zu werden und unsere Lösungsvorschläge transparent darzulegen.

Zum Schluss möchte ich im Namen des Verwaltungsrats unseren kompetenten und hochmotivierten Mitarbeitenden ein grosses Dankeschön aussprechen. Ihr Herzblut und Engagement für unsere Destination sind beeindruckend.



Dr. Marcel Brühlhart | VR-Präsident



Sven Gubler | CEO a.i.

## Vision, strategische Positionierung und wichtigste Tätigkeitsfelder

Der Verwaltungsrat der Bern Welcome AG legte im Februar 2018 die neue strategische Ausrichtung der Organisation fest. Deren Kernpunkt ist die Verschiebung des Tätigkeitsfokus auf konkrete Produkte und Angebote statt auf das bislang dominierende klassische Marketing. Mit der neuen Strategie verabschiedet sich Bern Welcome als erste grössere Schweizer Tourismusorganisation vom (prioritären) Wachstumsgedanken.

### Vision

Die Vision von Bern Welcome orientiert sich an den folgenden strategischen Stossrichtungen:

- Langfristige, enge strategische und operative Zusammenarbeit aller relevanten Organisationen in den Bereichen Tourismus, Standortpromotion und Angebotsgestaltung.
- Die Positionierung Berns in den Bereichen Tourismus, Kongresse und Events ist klar definiert und wird im Rahmen aller Aktivitäten konsequent umgesetzt.
- Authentizität, Nachhaltigkeit, Verträglichkeit für die Bevölkerung und Wertschöpfung werden gleichermaßen beachtet.
- Bern Welcome setzt auf Innovation und Eigenentwicklungen anstatt zu kopieren.
- Bern Welcome setzt auf Kooperation anstelle von Abgrenzung.
- Bern Welcome geniesst bei den relevanten Anspruchsgruppen eine hohe Akzeptanz.
- Durch die Tätigkeit von Bern Welcome entstehen für die relevanten Anspruchsgruppen direkte und indirekte Mehrwerte.
- Die Destination Bern ist sich ihrer Stärken bewusst und macht diese erlebbar.

### Strategische Positionierung der Destination Bern

Die strategische Positionierung ist so aufgebaut, dass sich aus ihr sowohl Produkte und Angebote als auch Marketingmassnahmen einfach ableiten lassen. In Zukunft sollen sich sämtliche Massnahmen an folgenden Positionierungen ausrichten:

- Savoir-vivre
- Urban Nature
- Lebendige Traditionen
- Hauptstadt/Politik/Bildung/Forschung/Wissenschaft
- Kultur und Sport

Die Positionierungen sollen Bern für auswärtige Besucherinnen und Besucher authentisch erlebbar machen. Das hat zur Konsequenz, dass das Hauptgewicht in Zukunft auf Produkte und Angebote anstatt auf Marketing gelegt wird. Oder mit anderen Worten: Leistung vor Vermarktung. Eine solch strategisch fokussierte Produkt- und Angebotsgestaltung muss für Bern Welcome praktisch von Null aus aufgebaut werden, da die Destination bis anhin mehrheitlich mittels klassischem Marketing positioniert wurde.

## Dienstleistungen und Zusammenarbeit

Für Bern Welcome steht der Dienstleistungsgedanke gegenüber den Veranstaltungsstätten und Kulturanbietern, der Stadt Bern, Touristinnen und Touristen, der Bevölkerung und weiteren Partnern im Zentrum.

Im Bereich des Geschäftstourismus (Kongresse, Meetings und Incentives) hat Bern eine überschaubare Grösse mit einer guten Handvoll an wichtigen Akteuren. Bern Welcome beabsichtigt einen Prozess anzustossen, der eine möglichst weitgehende Kooperation dieser Akteure zum Ziel hat. Ein solches stadtweites Convention Bureau hat ein erhebliches Potenzial (von der Akquise bis zur Abwicklung), substantielle Optimierungen zum Nutzen aller Beteiligten zu bewirken.

### Marktbearbeitung

Der Heimmarkt Schweiz sowie die Nahmärkte in Europa bilden das Rückgrat der Marktbearbeitung von Bern Welcome. Mit einem Anteil von rund 75 Prozent am gesamten Markt an Übernachtungsgästen will Bern Welcome diese Märkte weiterhin bearbeiten und wenn möglich stärken. Es gilt grundsätzlich das Prinzip «Leistung vor Werbung», was so viel heisst, dass in der nationalen Vermarktung von Bern primär die Bern-spezifischen Produkte und Angebote eine tragende Rolle einnehmen. Statt eines rein werberischen Auftritts von Bern sollen authentische, lokal erzeugte Produkte in den Vordergrund gestellt werden. Bern Welcome nimmt diese Produkte und Angebote nicht nur in ihre Kommunikation auf, sondern begleitet diese. Das bedeutet, dass Bern Welcome primär in den Zugang zu authentischen Produkten und Angeboten sowie in deren (Weiter-) Entwicklung und Gestaltung investiert. Klassische Tourismuswerbung hat «nur» sekundäre Bedeutung. Gegenüber dem herkömmlichen Tourismusmarketing stellt dies eine wesentliche Veränderung in den Geschäftsprozessen dar.

Als Zielgruppe bei der internationalen Vermarktung der Destination Bern stehen Gäste im Vordergrund, die ein qualifiziertes Interesse an Stadt und Region Bern bekunden. Beim Individualtourismus handelt es sich dabei tendenziell um Gäste mit erhöhter Kaufkraft fernab vom Massentourismus – aber nicht nur. Beispielsweise ist auch das Jugendherberge-Segment interessant. Der Fokus für das Erreichen dieser Zielgruppen liegt auf der Bearbeitung des Zwischenhandels bzw. der Reiseveranstalter sowie der Zusammenarbeit mit Reise-, Lifestyle- und Fachmedien (Studienreisen, Sales Calls, Workshops), Journalistinnen und Journalisten sowie Bloggern und Influencern (Medienreisen, Medienevents). Die Marke Bern wird dabei produktbezogen und mit fokussiert authentischen Botschaften gestärkt und etabliert. Diese werden mit den entsprechenden Inhalten in diversen Kampagnen eingesetzt. Einmal ist es eine reine Social-Media-Kampagne, einmal ist ein lesenswerter Artikel in einem Feuilleton einer Tageszeitung.

Im MICE-Bereich (Geschäfts- und Eventtourismus) richtet sich die Ansprache primär an Business to Business (Professionelle Kongressorganisatoren, Verbände, Eventveranstalter, etc.) im lokalen, nationalen und internationalen Kontext. Zudem sollen aktiv die Zusammenarbeit mit anderen Städten gesucht werden (Austausch von Anlässen/Formaten) und selber neue Formate für Bern entwickelt werden (bei-

spielsweise in Zusammenarbeit mit der Universität oder dem Insel-spital). Dabei wird Bern Welcome bzw. die Bern Meetings & Events AG im Eventbereich primär als Dienstleisterin und Koordinatorin auftreten und keine eigene kommerzielle Ausrichtung verfolgen.

Bei allen Bemühungen wird darauf geachtet, dass keine Anreize für (billigen) Massentourismus gesetzt werden. Gleichzeitig ist es aber eine Selbstverständlichkeit, dass alle Menschen, die nach Bern kommen, gleichermaßen willkommen sind und sich hier wohlfühlen sollen.

### Interne Diskussion, Vertiefung und Weiterentwicklung

Aufgrund des erheblichen Zeitdrucks zum Start von Bern Welcome im Quartal 3 und 4 2017 konnten die neue Vision und Strategie nur mit beschränktem Einbezug der operativen Ebene entwickelt werden. Der in modernen Unternehmen selbstverständliche Einbezug aller Mitarbeitenden wurde im Nachgang ausgelöst, wird umfassend durchgeführt und soll im Jahr 2019 abgeschlossen sein.

### Reorganisation

Basierend auf der neuen Strategie und dem Massnahmenplan wurde ebenfalls im Februar 2018 eine Reorganisation ausgelöst. Die operative Leitung umfasst neu 7 Personen und beinhaltet die Bereiche Produkte & Angebote, MIC (Meetings, Incentives, Kongresse), Events, Marketing, Zentrale Dienste, Unternehmensentwicklung sowie den Vorsitz der Geschäftsleitung. Ein höherer Anteil an weiblichen Führungskräften wird angestrebt.

Die Reorganisation ist tiefgreifend, betrifft sämtliche Betriebsteile und soll aus Bern Welcome eine moderne DMO (Destinationsmanagementorganisation) machen, die sich nicht primär auf Marketingaktivitäten konzentriert. Die erhebliche Erweiterung der Geschäftstätigkeit soll ohne Aufstockung von Personalressourcen realisiert werden.

Die Umsetzung der Reorganisation, insbesondere die Erarbeitung neuer Pflichtenhefte, Reglement, Arbeitsprozess und Arbeitsmittel, wird sich bis in das Jahr 2019 hineinziehen.

### Einbezug der Stakeholder

Ein zentrales Versprechen des Zusammenführungsprozesses, welcher zu Bern Welcome geführt hatte, war der aktive Einbezug aller relevanten Stakeholder inkl. Politik und Bevölkerung. Dieses Versprechen konnte im Jahr 2018 erst teilweise eingelöst werden. Hervorzuheben ist diesbezüglich die Einrichtung einer Begleitgruppe des Stadtrats mit Vertretungen aller Fraktionen, welche u.a. im Rahmen des Strategieprozesses konsultiert werden konnte, was sehr hilfreich war.

### Geschäftssitz

Der bisherige Sitz von Bern Tourismus an der Amthausgasse 4 wurde einer sanften Renovation und Verdichtung unterzogen. Dies ermöglichte am 1.2.2019 den Einzug der Geschäftsstelle von Berncity und dasselbe Dach.

### Neuer Leistungsvertrag mit der Stadt Bern

Am 18. Oktober 2018 genehmigte der Stadtrat mit 61 Ja, 3 Nein und 4 Enthaltungen den neuen Leistungsvertrag mit einer substantiellen Erhöhung der Abgeltung. Die im Vortrag an den Stadtrat ausführlich dargelegte neue Vision und Strategie stiessen grossmehrheitlich auf

Zustimmung. Das mit dem neuen Leistungsvertrag ausgesprochene Vertrauen und Bestätigung und Verpflichtung zugleich. Ebenfalls sind Vorarbeiten für die Leistungsverträge mit den Teilregionen gestartet, welche 2019 finalisiert werden sollen.

## Aktivitäten 2018

### Tourist Info

Die leichte Anpassung der Flächeninfrastruktur, insbesondere bei den Verkaufsauslagen und Merchandise, haben zu einem positiven Effekt bei den «Typisch BERN»-Produkten geführt.

Die Konzentration auf neue Informations-Steller in der Tourist Info hat den POS (Beratungs-Theke) besser ins Zentrum gerückt und die Besucherinnen und Besucher schätzen die neue Atmosphäre sehr.

### Stadtführungen

Die Stadtführungen entwickeln sich nach wie vor positiv. In Zusammenarbeit mit dem Verein StattLand wurde begonnen, die Thematik ganzheitlich anzugehen – von Rekrutierung über Schulung und Bewerbung bis zum Verkauf. Die angelaufene Zusammenarbeit soll im 2019 mit einer Absichtserklärung bestärkt und vertieft werden.

Die Erarbeitung neuer Formate und die stetige Weiterentwicklung bestehender Formate wird mit grossem Engagement gemeinsam mit den Stadtführerinnen und Stadtführern angegangen. Bereits für die Weihnachts-Saison konnte die Führung Altstadtbummel umgesetzt werden und die neue Berner Biertour zum Thema Kulinarik-Bierhauptstadt mit den Partnern zur Durchführungsreife gebracht werden.

<b>Führungen</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	
<i>Teilnehmende</i>			
<i>öffentliche Stadtführungen</i>	6'218	7'225	+ 16%
<i>Private Gruppenführungen</i>	2'407	2'332	- 3.2%
<i>iPod-Führungen</i>	1'300	1'254	- 3.6%

### MIC

Der Umstrukturierungsphase im Bereich MIC von Bern Incoming GmbH zu Bern Meetings & Events AG prägten das Jahr 2018. Es konnten viele Kongresse und Meetings für die Jahre 2019 und 2020 akquiriert werden und im 2018 selbst wurden spannende Veranstaltungen umgesetzt. Hervorzuheben sind die SwissSkills in der BERNEXPO, welche alleine eine ungefähre lokale Wertschöpfung (direkt und Indirekt) von über CHF 5 Mio. generierten. Bern Meetings & Events war dabei eine wichtige Drehscheibe mit Präsenz vor Ort während den SwissSkills. Ein weiteres Highlight war der internationale Gordon Benett Anlass, welche weit über die nationalen Grenzen Ausstrahlung hatte und rund 20'000 Gäste auf die Grosse Allmend locken konnte.

Die Marktaktivitäten und Kooperationen wurden im selben Umfang wie in den letzten Jahren umgesetzt mit der Ausnahme, dass das Ambassadors-Programm mit der Uni Bern vertieft wurde

und für die Jahre 2019 ff erfolgsversprechende Aktivitäten mit verschiedenen Fakultäten der Uni konkretisiert und vorangetrieben werden konnten. Auch der Einbezug des Wirtschaftsraums in das Ambassadors-Programm wurde positiv aufgenommen und die Rolle von Bern Welcome als Plattformen für verschiedene Anspruchsgruppen konnte damit ausgebaut werden.

<b>Auswertung</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	
<i>Business-Anlässe</i>	220	268	+ 21%
<i>Leisure-Anlässe</i>	6	10	+ 44%
<i>Anzahl angefragte Anlässe Total</i>		278	
<i>Anzahl durchgeführte Anlässe</i>		122	
<i>Anzahl Anlässe mit generierten Overnights über BM&amp;E</i>		59	
<i>% Anlässe mit generierten Overnights über BM&amp;E</i>		48.4%	

#### Events

Im Jahr 2018 erfolgte einerseits der Aufbau des neuen Bereichs. Darüber hinaus lagen die Tätigkeitsfelder in der Unterstützung und Vorbereitung von Anlässen wie Berner Weihnachten, Bern im All, Jazzwoche Bern und das Reportagen Festival Bern. Schliesslich wurde die Erarbeitung von Zusammenarbeitsprozessen mit dem Veranstaltungsmanagement gestartet.

#### Marktbearbeitung

Im 2018 wurde die neue Marktbearbeitungsstrategie von Bern Welcome zum ersten Mal umgesetzt. Dies heisst Fokussierung auf den Heimmarkt (Schweiz) und Europa. Die Fernmärkte wurden neu nur noch über «Content»-Marketing mit unseren Partnern Schweiz Tourismus und BE! Tourismus AG bearbeitet und auch nur noch dort, wo sie für derzeitige Wertschöpfung insbesondere in der Hotellerie unverzichtbar sind. Diese Neuausrichtung trägt erste Früchte, die Logiernächte und die daraus resultierende Wertschöpfung konnten für alle Zielgruppen gesteigert werden. Das Motto «Leistung vor Werbung» wurde in intensiven Gesprächen mit unseren Partnern diskutiert und umgesetzt. Für das Jahr 2019 zeichnen sich interessante Perspektiven ab. Bern Welcome gehört mit dieser Ausrichtung zu den wenigen Schweizer Pionieren, die sich «Local First» auf die Fahne geschrieben haben.

## Kampagnen und Projekte

#### Aarekampagne

Vom umfangreichen «Aareböötli»-Guide, über den Aaresong bis zu Aareschwimmkursen – der Sommer 2018 stand im Zeichen des «Urban Swimming Paradise» Bern. Herzstück der Kampagne waren die «Aaregeschichten»: In der Videoserie erzählen Bernerinnen und Berner ihre ganz persönliche Geschichte zur Aare. Die Videos wurden mit dem Schweizer Auftrags- und Werbefilm-Preis «Edi» ausgezeichnet.

#### Altstadtkampagne

Im Herbst lag der kommunikative Fokus auf den Themen «Altstadt und Shopping». Dazu gehörten Porträts von Berner Boutiquen, von Altstadt-Cafés ebenso wie von lokalen Designerinnen und

Designern. Mit der Videoserie «Laubengeschichten» erhielten die «Aaregeschichten» eine Fortsetzung.

#### Berner Weihnachten

Ob Weihnachtsmärkte, Schlittschuhlaufen, Fondue-Spezialitäten oder Pop-Up Locations – eine neue Faltkarte informierte 2018 über die zahlreichen Angebote in der Berner Weihnachtszeit. Ebenso fand erstmals ein offizieller Eröffnungsanlass statt. Ausserdem wurde der zweite #ilovebern-Adventskalender durchgeführt, begleitet von zahlreichen neuen Inhalten auf Bern.com.

#### Veranstaltungskalender

Das Projekt «Berner Veranstaltungskalender» wurde unter Einbezug vieler Akteure aus Kultur, Sport und der Stadt Bern gestartet. Bis Ende 2018 wurden sämtliche Bedürfnisse aufgenommen und ein Phasen-Plan für die Umsetzung erarbeitet. Der Go-Live-Termin wird voraussichtlich Ende August 2019 sein.

#### Bern App

Parallel zum Veranstaltungskalender läuft das Projekt Bern App. Nach dem Wechsel des technischen Partners sind die verschiedenen Bedürfnisse und Umsetzungsziele definiert. Der Go-Live wird analog zum Veranstaltungskalender Ende August 2019 erwartet. Hier gilt es aber zu beachten, dass es einen zweistufigen Go-Live geben wird. Im ersten Teil werden die Übernachtungsgäste mit der App bedient werden, da das Bern Ticket automatisiert in dieser hinterlegt werden kann. Im Q3-Q4 2019 wird anschliessend die Kampagne für Bernerinnen und Berner zum Nutzen der App lanciert werden.

#### «Tourismus macht Schule»

Das seit 2013 bestehende Sensibilisierungsprojekt für Schülerinnen und Schüler wurde erfolgreich auch im 2018 durchgeführt. Etliche Klassen erlebten verschiedenste Berufe und Tätigkeiten rund um die touristische Wertschöpfungskette. Der Tag ist jeweils ausgebucht und es freut uns, dass immer wieder neue Talente, welche in der Tourismus-Branche den Einstieg finden, dies über den Initialeffekt unseres Projektes getan haben.

#### Impressum

Herausgeber: Bern Welcome  
Redaktion und Gestaltung: Bern Welcome  
Druck: Boss Bern

# Statistiken

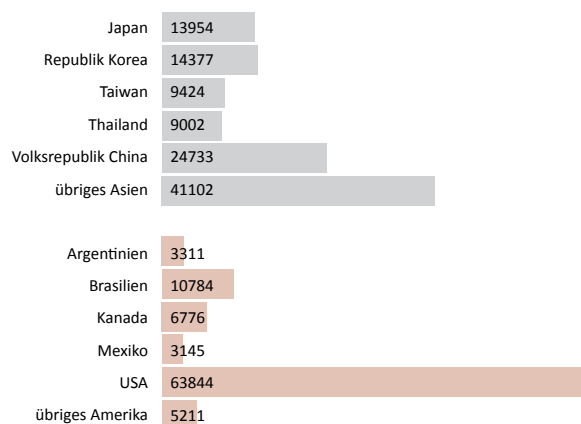
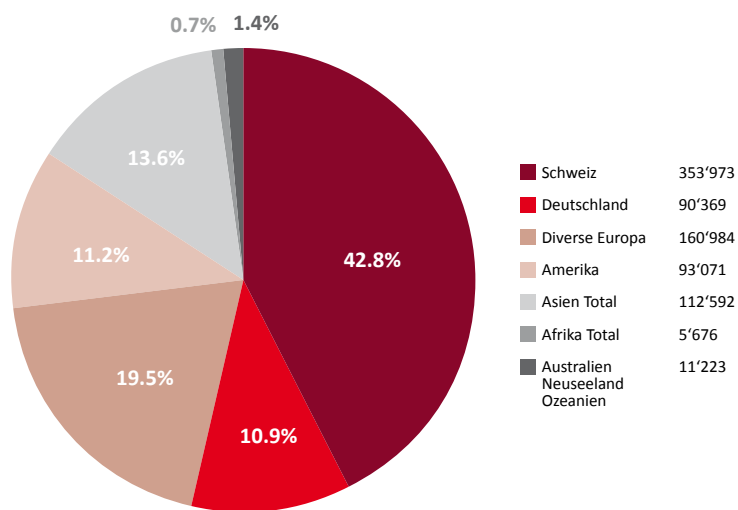
## 1. Logiernächte Region Bern

Januar - Dezember 2017/18			
	2018	2017	2017/18 in %
Stadt Bern	827'888	744'261	11.56%
Umgebung Bern*	140'056	148'334	-5.58%
Emmental	106'029	107'945	-1.77%
Gantrisch	39'640	37'696	5.16%
Oberaargau	63'388	64'272	-1.38%
<b>Total</b>	<b>1'179'414</b>	<b>1'102'508</b>	<b>6.98%</b>

## 2. Städtevergleich

	Total Logiernächte		Zu-/Abnahme in %		Anteil Ausland in %	
	2018	2017	2018	2018	2017	
<b>Bern</b>	828000	754000	9.81	57.2%	56.0%	
<b>Basel</b>	1375000	1318000	4.32	67.2%	65.5%	
<b>Genf</b>	2158000	2115000	2.03	86.0%	84.8%	
<b>Lausanne</b>	957000	922000	3.80	55.6%	54.3%	
<b>Luzern</b>	1399000	1343000	4.17	77.8%	74.8%	
<b>Zürich</b>	3448000	3195000	7.92	77.7%	72.4%	

## 3. Anteil Logiernächte 2018



## 4. Entwicklung der Logiernächte seit 1940

Jahr	verfügbare Betten	Logiernächte	Aufenthaltsdauer in Tagen	Auslastung verfügbarer Betten in %
1940	1'897	357'131	2.7	51.4%
1950	1'605	383'257	2.0	65.4%
1960	1'849	416'068	1.9	61.5%
1970	1'985	480'545	1.9	66.3%
1980	2'206	476'156	1.9	59.0%
1990	2'533	556'128	2.0	60.2%
1991	2'510	530'884	2.0	58.0%
1992	2'505	483'874	2.0	52.8%
1993	2'550	442'183	1.9	47.5%
1994	2'508	444'856	1.9	48.6%
1995	2'589	448'839	1.9	47.5%
1996	2'602	446'291	1.9	46.9%
1997	2'527	469'033	1.9	50.8%
1998	2'605	467'333	1.9	49.2%
1999	2'819	494'261	1.8	48.0%
2000	2'767	534'082	1.9	52.7%
2001	2'698	515'425	1.8	52.3%
2002	2'486	475'276	1.8	52.2%
2003	2'730	469'792	1.9	47.1%
2004	3'388	543'799	1.8	43.9%

Jahr	verfügbare Betten	Logiernächte	Aufenthaltsdauer in Tagen	Auslastung vorhandener Betten in %	Zimmer	Auslastung Zimmer in %
2004	3'463	554'100	1.8	43.7%	1'984	57.6%
2005	3'250	600'518	1.8	50.6%	1'895	63.8%
2006	3'239	647'787	1.8	54.8%	1'884	67.7%
2007	3'234	665'104	1.8	56.3%	1'882	70.1%
2008	3'339	666'765	1.8	54.6%	1'920	68.4%
2009	3'479	681'267	1.8	53.6%	2'019	65.7%
2010	3'439	674'495	1.7	53.7%	1'992	64.7%
2011	3'547	691'027	1.7	53.4%	2'046	65.0%
2012	3'595	686'967	1.7	52.2%	2'077	63.9%
2013	3'506	710'786	1.7	55.5%	2'066	66.5%
2014	3'455	718'575	1.6	57.0%	2'037	67.3%
2015	3'421	714'258	1.6	57.2%	2'017	67.2%
2016	3'387	710'754	1.6	57.3%	2'004	66.6%
2017	3'348	744'261	1.6	60.9%	1'961	70.7%
2018	3'777	827'888	1.7	60.0%	2'127	70.6%



## **Jahresabschluss**

01.Juli 2017 bis 31.12.2018

# Erfolgsrechnung 2018

Langjahr 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018

## Bilanz per 31. Dezember 2018

	2017/2018
Dividenertrag	0.00
Dienstleistungsaufwand	0.00
<b>Bruttogewinn</b>	<b>0.00</b>
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-6'620.10
Übriger Betriebsaufwand	0.00
<b>Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung und Wertberichtigung, Finanzerfolg und Steuern</b>	<b>-6'620.10</b>
Abschreibungen	0.00
<b>Betriebliches Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern (EBIT)</b>	<b>-6'620.10</b>
Finanzaufwand	-289.70
<b>Betriebliches Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>-6'909.80</b>
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Erfolg	0.00
<b>Jahresverlust vor Steuern</b>	<b>-6'909.80</b>
Direkte Steuern	-280.00
<b>JAHRESVERLUST</b>	<b>-7'189.80</b>

# Bilanz 2018

Langjahr 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018

<b>AKTIVEN</b>		<b>31.12.18</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Flüssige Mittel		94'090.20
		<b>94'090.20</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Beteiligungen		350'000.00
		350'000.00
		<b>444'090.20</b>
<b>PASSIVEN</b>		
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		
Transitorische Passiven		1'280.00
		<b>1'280.00</b>
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		
		<b>0.00</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Aktienkapital		450'000.00
Gesetzliche Gewinnreserve		
Gewinnvortrag		0.00
Jahresergebnis		-7'189.80
		<b>442'810.20</b>
		<b>444'090.20</b>

## Anhang

1) Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze	
Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts, insbesondere der Artikel des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt. Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze, welche nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind, sind nachfolgend beschrieben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird.	
In der Jahresrechnung wurden die nachfolgenden Grundsätze angewendet:	
<b>Beteiligungen</b>	
Die Beteiligungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen.	
	<b>31.12.18</b>
2) Erläuterungen zur Jahresrechnung	
	CHF
<b>Beteiligungen</b>	
Bern Meeting & Events AG, Bern nom. Kapital CHF 200'000, Anteil 100%	200'000.00
Bern Tourismus AG, Bern nom. Kapital CHF 150'000, Anteil 100%	150'000.00
	<b>350'000.00</b>
3) Weitere Angaben zur Unternehmung	
<b>Erklärung, ob Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt nicht über 10, 50 oder 250 liegt</b> Bern Welcome AG hat keine Angestellten.	
<b>Ereignisse nach dem Bilanzstichtag</b> Zum Zeitpunkt der Genehmigung der Jahresrechnung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die Darstellung und Aussage der Jahresrechnung beeinflussen.	

**Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Bern Welcome AG, Bern**

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Bern Welcome AG für das den Zeitraum vom 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018 umfassende Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Wir weisen darauf hin, dass gemäss den aktienrechtlichen Bestimmungen in Art. 699 Abs. 2 OR die ordentliche Generalversammlung jeweils spätestens 6 Monate nach dem Abschlussstichtag durchgeführt werden muss.

**BOMMER + PARTNER**  
**TREUHANDGESELLSCHAFT**



Hanspeter Kienberger  
zugelassener Revisionsexperte  
Leitender Revisor



Annemarie Wüthrich  
zugelassene Revisionsexpertin

Bern, 5. Juli 2019

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)

## **Jahresabschluss**

01.Juli 2017 bis 31.12.2018

## Erfolgsrechnung 2018

Langjahr 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018

## Bilanz per 31. Dezember 2018

	2017/2018
Erlöse Kanton / Stadt / Gemeinden	3'676'234.80
Erlös Übernachtungsabgabe	3'461'823.00
Anschubfinanzierung Kanton	50'000.00
<b>Erlöse Behörden</b>	<b>7'188'057.80</b>
Erlöse Partnerbeiträge	713'635.05
Erlöse Werbeplattformen	558'218.58
<b>Ertrag Partnermarketing</b>	<b>1'271'853.63</b>
<b>Sonstige Erträge</b>	<b>40'000.00</b>
Erträge Warenverkäufe	352'003.80
Ertrag Railticketing	216'948.95
Sonstige Erträge TI	265'878.72
<b>Erträge Tourist Information</b>	<b>834'831.47</b>
Erträge City Tours	886'136.02
Erträge Audio Guide	31'296.70
<b>Erträge City Tours</b>	<b>917'432.72</b>
<b>Erlösminderung</b>	
Veränderung Wertberichtigung Forderungen	-10'700.00
<b>BETRIEBLICHER ERTRAG AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN</b>	<b>10'241'475.62</b>
<b>Aufwand Marketing</b>	<b>-2'223'037.25</b>
<b>Aufwand BE! Tourismus AG</b>	<b>-661'500.00</b>
<b>Aufwand Tourist Information</b>	<b>-512'205.73</b>
<b>Aufwand City Tours</b>	<b>-249'018.12</b>
<b>DIENSTLEISTUNGSaufWAND</b>	<b>-3'645'761.10</b>
<b>Bruttogewinn 1</b>	<b>6'595'714.52</b>
Löhne und Gehälter FA	-3'300'878.55
Löhne und Gehälter SF	-470'851.60
Sozialleistungen	-739'316.20
Sonstiger Personalaufwand	-113'603.00
<b>PERSONALaufWAND</b>	<b>-4'624'649.35</b>
<b>Bruttogewinn 2</b>	<b>1'971'065.17</b>
Mietaufwand, NK und Energieaufwand	-475'722.10
Unterhalt und Reparaturen	-42'211.50
Versicherungen	-21'919.35
Abgaben und Gebühren	-1'583.40
Büromaterial, Drucksachen und Versand	-229'062.59
Telefon	-27'389.90
Jahresbericht, Mitgliedschaften	-34'323.25
Aufwand Buchführungs- und Beratungsaufwand	-223'445.15
Aufwand Verwaltungsrat	-127'791.35
Aufwand Revisionsstelle	-14'230.00
Informatikaufwand	-268'852.76
Reisespesen, Kundenbetreuung	-34'394.75
Vorsteuerkorrektur	-125'000.00
Sonstiger Verwaltungsaufwand	-95'484.25
<b>BETRIEBSaufWAND</b>	<b>-1'721'410.35</b>

<b>Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung und Wertberichtigung, Finanzerfolg und Steuern (EBITDA)</b>	<b>249'654.82</b>
Abschreibungen	-163'511.35
<b>Betriebliches Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern (EBIT)</b>	<b>86'143.47</b>
Finanzaufwand	-46'219.80
Finanzertrag	10'153.15
<b>Finanzerfolg</b>	<b>-36'066.65</b>
<b>Betriebliches Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>50'076.82</b>
Betriebsfremder Aufwand	0.00
Betriebsfremder Ertrag	17'796.80
<b>Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Erfolg</b>	<b>17'796.80</b>
<b>Jahresgewinn vor Steuern</b>	<b>67'873.62</b>
Direkte Steuern	-12'000.00
<b>JAHRESGEWINN</b>	<b>55'873.62</b>



## Bilanz 2018

Langjahr 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018

<b>AKTIVEN</b>		<b>31.12.18</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Flüssige Mittel		446'861.26
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		952'305.74
Forderungen ggenüber staatlichen Stellen		143'748.30
Übrige kurzfristige Forderungen		7'732.96
Vorräte		10'050.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen		868'394.90
		<b>2'429'093.16</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Wertschriften		86'611.00
Darlehen Verein Rosengarten-Bahn-Bern RGB		25'000.00
Beteiligung BE! Tourismus AG		48'000.00
Mobiliar und Einrichtungen		367'700.00
EDV		62'000.00
		<b>589'311.00</b>
		<b>3'018'404.16</b>
<b>PASSIVEN</b>		
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten		636'598.31
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		32'539.66
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligten und Organen		184'316.05
Kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		95'016.95
Passive Rechnungsabgrenzungen		574'333.90
		<b>1'522'804.87</b>
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		247'000.00
		<b>247'000.00</b>
<b>Rückstellungen</b>		
Rückstellungen gegenüber Vorsorgeeinrichtung		711'737.00
		<b>711'737.00</b>
<b>Fremdkapital</b>		<b>2'481'541.87</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Aktienkapital		150'000.00
Gesetzliche Kapitalreserve		330'988.67
Jahresergebnis		55'873.62
		<b>536'862.29</b>
		<b>3'018'404.16</b>

## Anhang

1) Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze	
Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts, insbesondere der Artikel des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt. Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze, welche nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind, sind nachfolgend beschrieben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird.	
In der Jahresrechnung wurden die nachfolgenden Grundsätze angewendet:	
<b>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>	
Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Einzelwertberichtigungen ausgewiesen. Auf dem Restbestand wird eine pauschale Wertberichtigung von 5% vorgenommen.	
<b>Anlagevermögen</b>	
Die Sachanlagen werden direkt abgeschrieben. Die Abschreibungen erfolgen nach der degressiven	
<b>Beteiligungen</b>	
Die Beteiligungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen.	
	<b>31.12.18</b>
2) Weitere Angaben zur Unternehmung	
	<b>CHF</b>
<b>Mietvertrag bis 31.12.2022</b>	
Gesellschaft zu Mittellöwen / Amthausgasse 4	513'980.00
<b>Leasingverträge</b>	
GrenkeLeasing AG Anlage 1, 01.08.2018 bis 01.08.2023	83'968.50
GrenkeLeasing AG Anlage 2, 01.08.2018 bis 01.08.2023	44'913.00
GrenkeLeasing AG Anlage 3, 01.10.2018 bis 01.10.2023	5'534.70
<b>Erklärung, ob Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt nicht über 10, 50 oder 250 liegt</b> Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.	
<b>Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen</b>	17'621.10
<b>Ereignisse nach dem Bilanzstichtag</b> Zum Zeitpunkt der Genehmigung der Jahresrechnung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die Darstellung und Aussage der Jahresrechnung beeinflussen.	
<b>Antrag Gewinnverwendung</b>	<b>31.12.2018</b>
Gewinnvortrag	0.00
Jahresergebnis	55'873.62
<b>Bilanzgewinn</b>	<b>55'873.62</b>
Dividendenausschüttung	0.00
Zuweisung an gesetzliche Reserven	3'000.00
<b>Vortrag auf neue Rechnung</b>	<b>52'873.62</b>

**Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Bern Tourismus AG, Bern**

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Bern Tourismus AG für das den Zeitraum vom 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018 umfassende Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Wir weisen darauf hin, dass gemäss den aktienrechtlichen Bestimmungen in Art. 699 Abs. 2 OR die ordentliche Generalversammlung jeweils spätestens 6 Monate nach dem Abschlussstichtag durchgeführt werden muss.

**BOMMER + PARTNER**  
**TREUHANDGESELLSCHAFT**



Hanspeter Kienberger  
zugelassener Revisionsexperte  
Leitender Revisor



Annemarie Wüthrich  
zugelassene Revisionsexpertin

Bern, 5. Juli 2019

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)
- Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung des Bilanzgewinns

## **Jahresabschluss**

01.Juli 2017 bis 31.12.2018

# Erfolgsrechnung 2018

Langjahr 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018

## Bilanz per 31. Dezember 2018

	<b>2018</b>
Erlöse Leistungsverträge & Partnerschaften	624'950.00
Dienstleistungserlöse Meetings	1'223'171.88
Dienstleistungserlöse Events	34'600.00
Übrige Erlöse	208'632.76
<b>Betrieblicher Ertrag aus Lieferungen und Leistungen</b>	<b>2'091'354.64</b>
Dienstleistungsaufwand Meeting	-1'015'639.06
Dienstleistungsaufwand Events	-130'198.99
<b>Bruttogewinn</b>	<b>945'516.59</b>
Personalaufwand	-907'569.30
Raumaufwand	-37'083.37
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-31'484.93
<b>Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung und Wertberichtigung, Finanzerfolg und Steuern (EBITDA)</b>	<b>-30'621.01</b>
Abschreibungen	0.00
<b>Betriebliches Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern (EBIT)</b>	<b>-30'621.01</b>
Finanzertrag	3'796.32
Finanzaufwand	-997.52
<b>Betriebliches Ergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>-27'822.21</b>
Betriebsfremder Ertrag	341.25
Erfolg betriebliche Liegenschaft	0.00
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Erfolg	0.00
<b>Jahresgewinn vor Steuern</b>	<b>-27'480.96</b>
Direkte Steuern	-450.00
<b>JAHRESVERLUST</b>	<b>-27'930.96</b>

## Bilanz 2018

Langjahr 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018

<b>AKTIVEN</b>		<b>31.12.18</b>
<b>Umlaufvermögen</b>		
Flüssige Mittel		179'489.18
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		16'787.00
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber Beteiligten und Organen		142'667.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen		60'000.00
		<b>398'943.18</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Mobiliar und Einrichtungen		1.00
		1.00
		<b>398'944.18</b>
<b>PASSIVEN</b>		
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten		114'977.40
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten		89'297.66
Passive Rechnungsabgrenzungen		21'326.05
		<b>225'601.11</b>
<b>Langfristiges Fremdkapital</b>		
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten		0.00
		<b>0.00</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Aktienkapital		200'000.00
Gesetzliche Gewinnreserve		1'274.03
Gewinnvortrag		0.00
Jahresergebnis		-27'930.96
		<b>173'343.07</b>
		<b>398'944.18</b>

## Anhang

<b>1) Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze</b>	
Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts, insbesondere der Artikel des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt. Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze, welche nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind, sind nachfolgend beschrieben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird.	
In der Jahresrechnung wurden die nachfolgenden Grundsätze angewendet:	
<b>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</b>	
Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Einzelwertberichtigungen ausgewiesen. Auf dem Restbestand wird eine pauschale Wertberichtigung von 5% vorgenommen.	
<b>2) Angaben über die Übernahme Bern Incoming GmbH</b>	
Gemäss Sacheinlagevertrag vom 15.01.2018 wurden sämtliche Aktiven sowie Passiven der Bern Incoming GmbH per 01.07.2017 übernommen. Aus der Übernahme resultierte ein Passivüberschuss von CHF 1'274.03, welcher auf die Gewinnreserven verbucht worden ist.	
	<b>31.12.18</b>
<b>3) Weitere Angaben zur Unternehmung</b>	
	CHF
<b>Erklärung, ob Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt nicht über 10, 50 oder 250 liegt</b> Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 10 Mitarbeitenden.	
<b>Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen</b>	<b>18'299.50</b>
<b>Ereignisse nach dem Bilanzstichtag</b> Zum Zeitpunkt der Genehmigung der Jahresrechnung sind keine Ereignisse eingetreten, welche die Darstellung und Aussage der Jahresrechnung beeinflussen.	

**Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Bern Meetings & Events AG, Bern**

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Bern Meetings & Events AG für das den Zeitraum vom 1. Juli 2017 bis 31. Dezember 2018 umfassende Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Wir weisen darauf hin, dass gemäss den aktienrechtlichen Bestimmungen in Art. 699 Abs. 2 OR die ordentliche Generalversammlung jeweils spätestens 6 Monate nach dem Abschlussstichtag durchgeführt werden muss.

**BOMMER + PARTNER**  
**TREUHANDGESELLSCHAFT**



Hanspeter Kienberger  
zugelassener Revisionsexperte  
Leitender Revisor



Annemarie Wüthrich  
zugelassene Revisionsexpertin

Bern, 5. Juli 2019

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang)