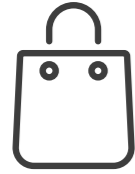


Jahresbericht 2024

Schaffhauserland Tourismus

Zahlen und Fakten 2024



Neue Produkte im Regio-Shop
4



Ausstellende im Visitor Centre
8



Verkaufte SHLT-Gutscheine
137



Verteilte Badetücher an der Sommerferien Badiaktion
300



Teilnehmende Personen an öffentlichen Führungen
1 298



Gäste Tourist Offices
40 204 Visitor Centre SH
15 671 Tourist Office St. a. Rh.
360 735 Info-Shop Rheinfall



Verteilte Prospekte über das Prospektportal Ostschweiz
21 989



Follower Social Media
4 285 Insta SHLT
7 597 Facebook SHLT
16 930 Insta Rheinfall
51 338 Facebook Rheinfall



Herkunftsländer Logiernächte
53% Schweiz
17% Deutschland
5% Vereinigte Staaten
25% übrige Herkunftsländer

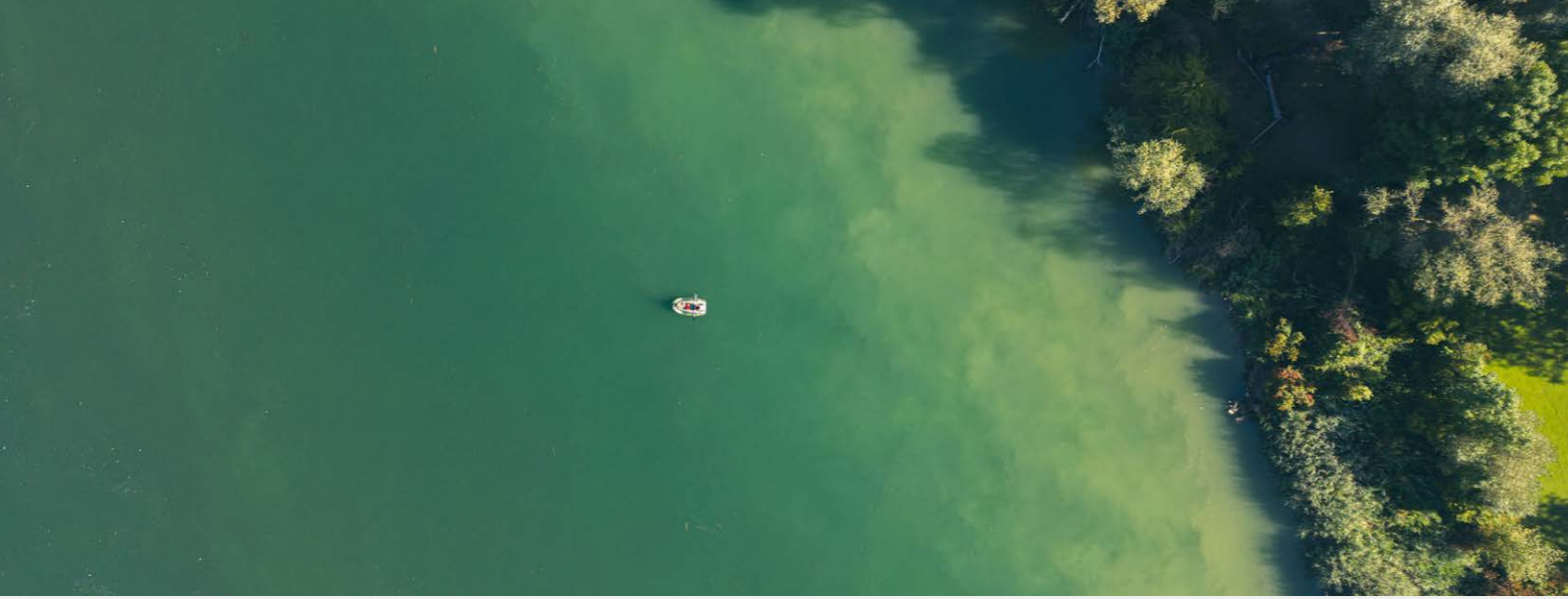


Inhalt

Verein Schaffhauserland Tourismus	5
Destinationsvermarktung	6
Destinationsentwicklung	12
Systemmanager	14
Bilanz per 31.12.2024	16
Erfolgsrechnung 2024 / Budget 2025	17
Anhang zur Jahresrechnung 2024	18
Revisionsbericht	21
Organe und operativer Betrieb	22

Schaffhauserland Tourismus
Vordergasse 73
8200 Schaffhausen
T +41 52 632 40 20
www.schaffhauserland.ch
info@schaffhauserland.ch

Fotos:
Melanie Duchene, Seraina Keiser, Julius Hatt, Tabea Hablützel, Roberta Fele



Noch äm Rägä schiint d'Sunne...

Das vergangene Tourismusjahr war zu Beginn von intensiven Regenfällen geprägt, welche sich auch auf den Tourismus auswirkten. Während Indoor-Aktivitäten profitierten, starteten Erlebnisse im Freien verhalten. Wer sich entschied nach Schaffhausen zu reisen, blieb im wahrsten Sinne des Wortes nicht im Regen stehen, sondern konnte aus einem breiten Angebot auswählen. Es zeigte sich eindrücklich die Vielseitigkeit des Schaffhauser Tourismusangebotes. Allen Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern, die mit ihren Angeboten das Schaffhauserland für Gäste und Einheimische zu einer abwechslungsreichen Erlebnisdestination machen, danken wir an dieser Stelle ganz herzlich für ihren unermüden Einsatz.

Ein grosser Dank gebührt auch der Geschäftsleitung und den Mitarbeitenden von Schaffhauserland Tourismus, welche es hervorragend verstehen, das Schaffhauserland im besten Licht darzustellen. Die Stabübergabe von Beat Hedinger zu Matthias Külling und Denise Ulrich wurde auf Januar 2025 vorbereitet. Samantha Schnewlin, Vertretung der Beherbergung, und Elsbeth Geiger, Rheinflall-Vertretung, wurden in den Vereinsvorstand gewählt. Ein weiterer Wechsel steht der Gastronomie-Vertretung bevor.

Insgesamt war Schaffhauserland Tourismus im Jahr 2024 erfolgreich unterwegs. Zwar konnten die Logiernächte mit dem schweizweiten Trend nur bedingt mithalten, dennoch war die Auslastung der Beherbergungsbetriebe gut. Wie auch in anderen Destinationen musste ein leichter Rückgang der Gästeführungen verzeichnet werden. Sehr erfolgreich darf die Fokuskampagne «Wasser» gewertet werden, da sie zu zusätzlichen Frequenzen und begeisterten Gästen führte.

Auf strategischer Ebene arbeiteten einzelne Vorstandsmitglieder und die Geschäftsführung intensiv an der Kantonalen Tourismusstrategie mit, welche die Leitplanken für die künftige touristische Entwicklung unserer Region vorgibt. Es ist die erste Tourismusstrategie, welche sich der Kanton Schaffhausen gegeben hat. Wir freuen uns über diesen historischen Meilenstein und werden unsere Professionalität zur Umsetzung der Strategie einsetzen.

Der Magnet im Schaffhauserland war im Jahr 2024 der Rheinflall! Die Hochwassermeldungen spülten sehr viele Touristinnen und Touristen an den grössten Wasserfall Europas, der noch imposanter wirkte als ohnehin. Dies liess die Wertschöpfung am Rheinflall zusätzlich ansteigen und brachte den Beteiligten Zusatzserträge.

Nun freuen wir uns auf ein erfolgreiches neues Tourismusjahr, das wettermässig allen Leistungsträgern zugutekommt. Auch im Jahr 2025 liegt der Fokus ganz beim Thema Wasser mit der Kampagne «Was willst du meer?». Vermehrt werden in der Kampagne Wassererlebnisse mit Land- oder Stadterlebnissen kombiniert. Auf dass sich wieder viele Gäste vom Schaffhauserland begeistern lassen und unseren Namen in die Welt hinaustragen.

Thomas Burkhardt
Co-Präsident

Remo Rey
Co-Präsident

Verein Schaffhauserland Tourismus

Der Verein Schaffhauserland Tourismus (SHLT) ist die Destinations-Management-Organisation im Kanton Schaffhausen. Er fördert die touristische Entwicklung der Destination «Schaffhauserland» und ist Drehscheibe und Koordinator des Tourismussystems.

Vision

- Schaffhauserland Tourismus ist das touristische Kompetenzzentrum im Schaffhauserland.

Mission

- Schaffhauserland Tourismus entwickelt Produkte und vermarktet den Schaffhauser Tourismus.
- Schaffhauserland Tourismus bringt das Schaffhauserland vorwärts.
- Schaffhauserland Tourismus entwickelt die «Tourismus-Destination Schaffhauserland» proaktiv.

Strategische Geschäftsfelder

- Destinationsvermarktung
- Destinationsentwicklung
- Systemmanager (Destinationskoordination)

Team Schaffhauserland Tourismus



Hinterer Reihe v.l.: Patrick Pozas, Ramona Schäfli, Sandra Keller, Amanda Suter, Katja Leu, Tugba Özer, Salome Dällenbach
Mittlere Reihe v.l.: Ekaterina Fetzer, Ursula Neukomm, Helen Eichenberger, Paul Mendoza, Corinne Müller, Danilo Piatti, Tanja Lampert, Ines Polivka, Leon Häni, Andrea Kummer, Beat Hedinger, Luisa Blaser, Denise Ulrich, Seraina Keiser
Vordere Reihe v.l.: Matthias Külling, Anna Chen, Adrian Provinski, Pia Sulser, Linda Stoll
nicht auf dem Bild: Elisabeth Schelling, Sabine Engl, Kathrin Kuiper, Valérie Giordani, Nara Hotz



Destinationsvermarktung: Vermarktung

Wasserjahr Schaffhauserland

Im Jahr 2024 lag der Fokus der Marketingkampagnen beim Thema Wasser. Unter dem Motto «Was willst du meer?» wurden verschiedene Massnahmen durchgeführt.

Plakatkampagne & ePanel

Von Mitte Mai bis Anfang Juni wurden über 20 Standorte in Winterthur, St. Gallen, Appenzell und Frauenfeld mit Plakaten sowie drei ePanels bespielt. Parallel lief eine Social Ads Kampagne, die eine Reichweite von 150'298, 469'976 Impressionen und 3'575 Link-Klicks erzielte. Dabei arbeiteten wir eng mit unseren Partnerbetrieben der URh und der Rheinfall Betriebs AG zusammen.

Schaffhauserland Badetuch

In den Sommerferien überraschten wir in neun Badis alle Schaffhauserinnen und Schaffhauser sowie Feriengäste mit dem Slogan «Schaffhauserland, ich liebs.» und verteilten über 300 Badetücher. Die Aktion erzielte 54'230 Views auf Instagram.

Working Bicycle

Vor den Herbstferien wurde das Thema Wasser in Zürich und Winterthur beworben. Über zwei Wochen waren 35 Velo-Werbeboxen unterwegs und weckten Kurzferien-Feeling im Schaffhauserland. Diese Aktion generierte 954'487 Bruttokontakte, 2'689 km Fahrstrecke und 5'551 h Standzeit im Stadtgebiet.

Spot Magazine

Das Spot Magazine, mit über 160'000 Lesenden pro Ausgabe, präsentierte in der Sommerausgabe den Biberpfad und

den Reiat und in der Winterausgabe das Langlaufen auf dem Randen und weitere Wintertipps in der Region.

Schweizer Familie

In der Dezember-Ausgabe der Schweizer Familie wurde der Weekend-Tipp gebucht. Der Beitrag war thematisch auf «Wasser-Erlebnisse im Winter» abgestimmt. Die Schweizer Familie erreicht mit einer Auflage von 113'600 Exemplaren rund 462'000 Lesende.

Schweiz Tourismus

Frühling und Herbstkampagne
Zusammen mit Thurgau Tourismus wurden im Frühling und Herbst gemeinsame Themen vermarktet. Im Frühling standen der Genusspfad, die Velosafari, die Schifffahrt und RheinWelten im Fokus, während im Herbst der Wii-Express, RheinWelten, Herbstfeste, die Ostschweizer Weinroute und die Weinwanderung Stein am Rhein beworben wurden. Diese Kampagnen erzielten insgesamt 1'910'546 Impressionen und 26'774 Klicks.

Städtekampagne Swiss Cities

Die Städtekampagne über Schweiz Tourismus teilte sich in drei Kampagnen auf: Im Juni wurden über vier Wochen Tipps zum erfrischenden Schaffhauserland vermarktet, im September folgte eine Teads-Kampagne sowie ein Watson-Beitrag zum Thema Kulturgenuss. Die Teads Kampagne generierte 230'492 Impressionen, 342 Klicks und 66'242 Personen, die das ganze Video schauten. Der Watson Beitrag erzielte 359'896 Front Views und 4'718 Story Views.

Weihnatskampagne

Im Winter wurde die Kampagne «Weihnachten in der Stadt» umgesetzt, mit einem Fokus auf die Märlistadt Stein am Rhein sowie weiteren Weihnatsstipps. Die Paid Ads auf Instagram und Facebook erzielten 5'000 Klicks, während die Videoproduktion für TikTok 16'400 Views und eine Engagement Rate von 6.21% erreichte.

Aktive Erholung

Komoot, ein Routenplaner für Outdoor-Aktivitäten, wurde genutzt, um je eine Collection zum Thema Wandern und Velo mit je fünf Touren im ganzen Schaffhauserland zu erstellen. Diese Kampagnen liefen im Frühling und Herbst und erzielten insgesamt 399'676 generierte Views und 5'599 generierte Klicks.

Brame Gamification

Im Bereich der Gamification-Massnahmen wurden drei Kampagnen erstellt: ein Gewinnspiel zum Fokusjahr Wasser mit 803 Teilnehmenden, der Schaffhauserland Adventskalender mit 56'325 Teilnehmenden und 412 Newsletter-Anmeldungen sowie die Kampagne «Welcher Schaffhauserland-Typ bist du» mit 129 Besuchenden.

«Die Aktivitäten rund ums Thema Wasser zeigen, wie wichtig dieses Element für das Schaffhauserland ist. Die Schönheit und Einzigartigkeit der Region können eindrucksvoll in Szene gesetzt werden und viele Geschichten warten darauf, erzählt zu werden.» Katja Leu, Produkt- & Marketingmanagerin



Newsletter Unique
Öffnungsrate

58.23%



Newsletter effektive
Klickrate

30.19%



Conversion
Broschüren Download

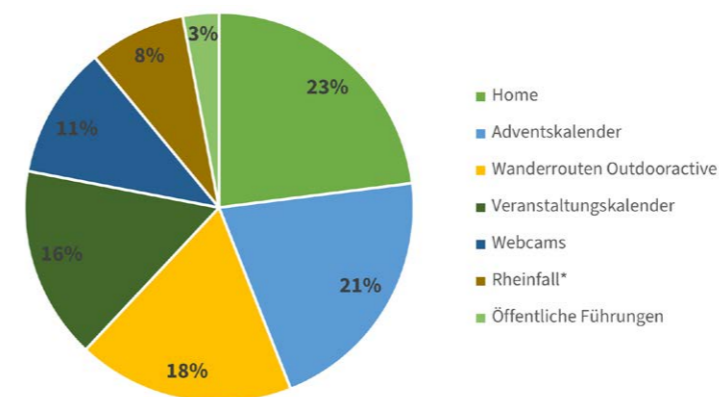
9223



Ereignis Page View
Webseite

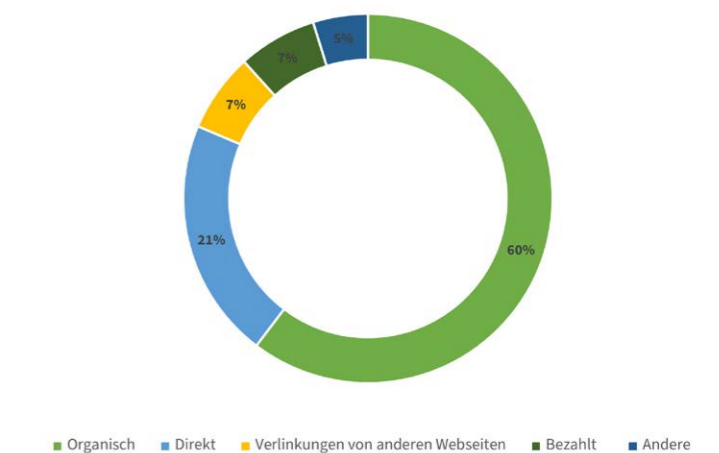
816 146

Top 7 aufgerufene Landingpages www.schaffhauserland.ch

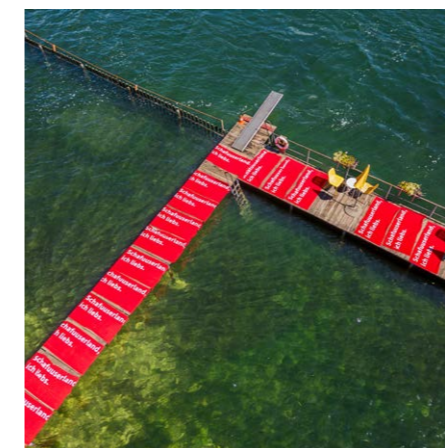


*für den Rheinfall existiert zusätzlich ein eigener Webauftritt

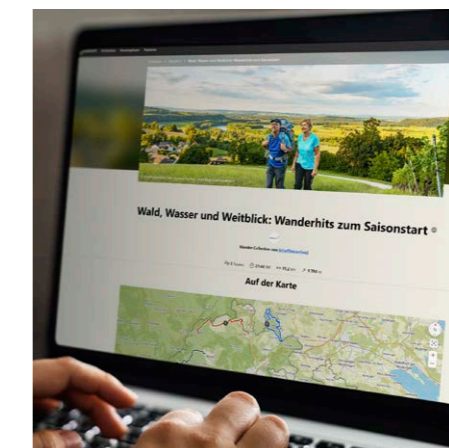
Nutzergewinnung www.schaffhauserland.ch



Badiaktion



Sponsored Collections Komoot



Plakatkampagne Fokusjahr Wasser



Destinationsvermarktung: Tourist Offices

Visitor Centre Schaffhausen

Unser Visitor Centre an der Vordergasse in der Schaffhauser Altstadt bleibt auch 2024 eine zentrale Anlaufstelle – nicht nur für weitgereiste Gäste, die unsere schöne Region entdecken, sondern auch für die einheimische Bevölkerung. Die Nachfrage nach unseren Service-Public-Leistungen bleibt weiterhin hoch. Besonders die Vorverkäufe für regionale Veranstaltungen und Konzerte ziehen viele Einheimische an, die bei uns ihre Tickets sichern. Das Angebot im Regio-Shop wurde 2024 weiter ausgebaut und erfreut sich wachsender Beliebtheit. Durch gezielte Beratungen und Angebote konnte unser Gästeberatungsteam erneut zahlreiche Zusatzverkäufe erzielen und regionale Produkte, auch die unserer Mitglieder, erfolgreich vertreiben. Die Vielfalt des Schaffhauserlands begeistert unsere Gäste immer wieder aufs Neue. Das Gästeberatungsteam teilt verborgene Highlights und inspiriert Gäste, die auf der Suche nach authentischen Erlebnissen sind. Im Jahr 2024 durften wir insgesamt 40'204 Gäste im Visitor Centre begrüßen – eine konstante Zahl, die das anhaltend hohe Interesse an unserem Angebot unterstreicht. Der digitale Screen im Schalterbereich bietet eine wertvolle Ergänzung zum persönlichen Austausch. Er unterstützt unser Team bei der Beratung und bietet den

Gästen die Möglichkeit, sich eigenständig über aktuelle Angebote zu informieren. Dank unserer zentralen Lage in der Schaffhauser Altstadt wird das Visitor Centre zudem gerne für Ausstellungen und externe Events genutzt, was zur weiteren Belebung unseres Hauses beiträgt.

«2024 steht für Innovation und Wachstum. Wir verbinden Tradition, Moderne und digitale Lösungen mit erstklassigem Service. So schaffen wir unvergessliche Erlebnisse und blicken optimistisch auf die neue Saison im Visitor Centre und freuen uns auf viele inspirierende Momente mit unseren Gästen.»
Patrick Pozas, Leiter Visitor Centre

Tourist Office Stein am Rhein

Seit 2024 empfangen wir unsere Gäste mit neu eingerichteten Tourist Office Stein am Rhein in einer freundlichen und offenen Atmosphäre. 15'671 Gäste nutzten unseren Service. Im Vergleich zum Vorjahr sind das 15 % weniger Besuche, aber dennoch deutlich mehr als im Jahr 2022. Unsere top vier der zentralen Aufgaben teilten sich auf in: 31 % Führungen, 23 % Beratung Umgebung (Rad-/Wanderrouten, Rheinfall etc.), 20 % Beratung Sehenswürdigkeiten Stein am Rhein, 13 % telefonische Auskunft. Neben den Beratungen der Gäste arbeiten wir aktiv mit der Stadt Stein am Rhein zu-

sammen. Mit Einsitz in der Begleitgruppe zur «Gesamtrevision Ortsplanung Stein am Rhein» sowie in der Arbeitsgruppe «Besucherlenkung der Stadt Stein am Rhein» können wir unsere Anliegen und Bedürfnisse im Sinne des Tourismus aktiv einbringen und mitgestalten.

Info-Shop am Rheinfall

Vergangenes Jahr führte der Rheinfall überdurchschnittlich viel Wasser, was die Naturgewalt des Rheinfalls noch eindrücklicher machte. Auf der Schaffhauser Seite werden 2024 rund 1.15 Millionen Besuchende geschätzt. 381'844 davon durften wir in unserem Info-Shop willkommen heissen, rund 106'000 davon alleine in den Monaten Juni und Juli. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht das Jahrestotal einer Zunahme von etwas mehr als 6.5 %. Unser Team im Info-Shop deckt 11 verschiedene Sprachen ab. Diese Fähigkeiten konnten wir wieder rege einsetzen. Generell durften wir im Info-Shop aber wieder Gäste aus aller Welt begrüßen. Die gestiegene Anzahl Besuchenden zeigt sich auch beim Umsatz des Warenverkaufs. 2024 konnte unser Team im Info-Shop am Rheinfall rund CHF 1'792'627.– erwirtschaften. Wie viele anderen Zahlen und Statistiken zur Rheinfall Saison 2024 entspricht auch dies einem Rekord.



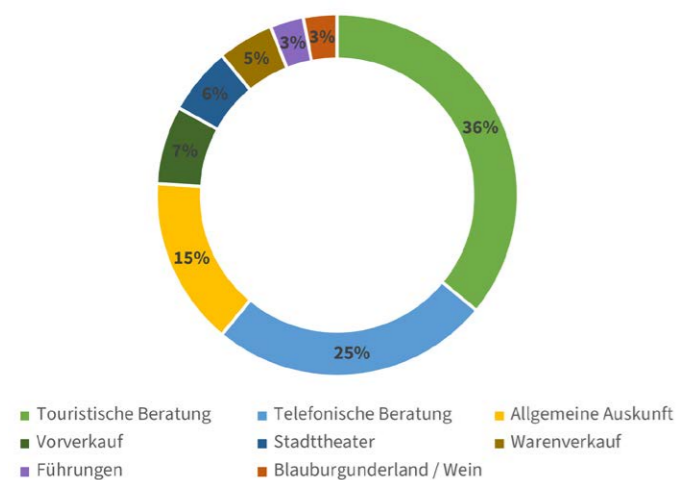
Destinationsvermarktung: Führungen

Das Jahr 2024 war erneut ein beeindruckendes Jahr voller Highlights und neuer Entwicklungen im Bereich Führungen. Trotz eines leichten Rückgangs bei den Gruppenführungen auf 964 im Vergleich zu 1'002 im Vorjahr stand die Zufriedenheit unserer Gäste klar im Mittelpunkt. Mit einer Gesamtbewertung von 9.3/10 wurde die hohe Qualität unserer Führungen erneut bestätigt. Ein besonderer Dank gilt unseren Gästeführerinnen und Gästeführern, die mit Engagement und Herzlichkeit unermüdlich unvergessliche Erlebnisse schaffen. Im Jahr 2024 verabschiedeten wir Heidemarlen Landmark und Erika Jacquemai nach beeindruckenden 42 Jahren als Gästeführerinnen in den

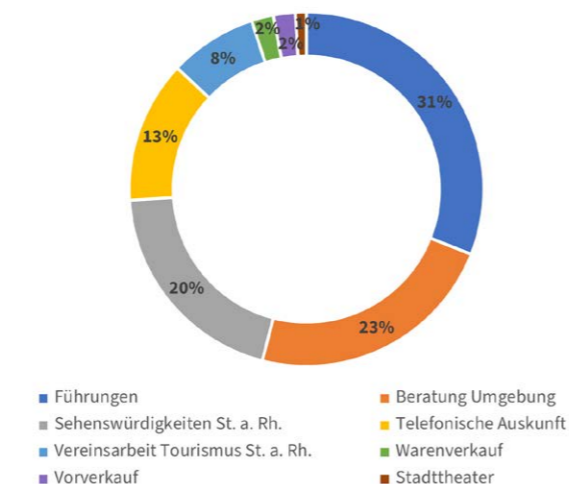
wohlverdienten Ruhestand. Beide prägten SHLT nachhaltig und wir danken ihnen herzlich für ihren aussergewöhnlichen Einsatz. Unser Führungsportfolio wurde weiter ausgebaut, um den Bedürfnissen unserer Gäste gerecht zu werden. Neu bieten wir Führungen für Menschen mit Sehbeeinträchtigungen in Schaffhausen und Stein am Rhein an, damit alle die Schönheit unserer Region über verschiedene Sinne erleben können. Unter den insgesamt 127 durchgeführten öffentlichen Führungen sticht insbesondere die neue Führung «Bäume erzählen Geschichten» hervor, die von Grün Schaffhausen entwickelt wurde und den Teilnehmenden faszinierende Anekdoten

sowie mythologische Hintergründe näherbringt. Ebenso neu ist unsere erste öffentliche Weidlingsfahrt, die es den Gästen ermöglicht, die Natur rund um den Rhein traditionell, motorlos und in aller Ruhe zu entdecken. Auch im digitalen Bereich gab es bedeutende Fortschritte: Mit «Mission Mittelalter» wurde in Stein am Rhein ein kostenloser Rätselspass lanciert, der Geschichte spielerisch erlebbar macht. 2024 war ein erfolgreiches Jahr, geprägt von neuen Ideen und grosser Leidenschaft, die unsere Gäste immer wieder aufs Neue begeistern.

Verteilung Beratung im Visitor Centre Schaffhausen



Verteilung Beratung im Tourist Office Stein am Rhein



Datenaufnahme mithilfe www.timeular.com

	Schaffhausen und Rheinfall		Stein am Rhein		Landschaft und Wein	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
private Gruppenführungen	513	471 (-8%)	359	351 (-2%)	130	142 (+9%)
öffentliche Führungen	74	76 (+3%)	41	49 (+20%)	6	2 (-67%)



Destinationsvermarktung: Gruppengeschäft und Seminare

Die Kooperation mit der Organisation Schweizer Gruppenreisen (SGR) wurde im Jahr 2024 weitergeführt. Es konnten 30 Buchungen mit insgesamt 1'160 Personen in unsere Destination vermittelt werden. Durch diese Rahmenprogramme für Gruppen wurde ein Umsatz von CHF 99'797.– generiert. Im Seminar und Tagungsbereich besteht eine Kooperation mit Seminarland Ostschweiz. Über diese Kooperation wur-

den 6 Seminare und eine Tagung in unsere Region vermittelt. Total waren es 171 Personen und 285 Logiernächte, was einem Umsatz von CHF 85'930.– entspricht.

Mit SGR und Seminarland kann SHLT auf zwei starke Partner zählen, welche unsere Angebote aktiv verkaufen und Gäste in unsere Region bringen. Auch in unseren Tourist Offices begrüßen wir viele Interessierte, welche auf

Reko-Tour sind und ihren Vereinsanlass, ihre Familienzusammenkunft oder ihre Klassenzusammenkunft im Schaffhauserland planen. Dank der breiten Fülle an Angeboten gelingt es unserem Team mit spannenden Vorschlägen und entsprechenden Unterlagen die Gäste von der Durchführung des Anlasses in unserer Region zu überzeugen.

Fachstelle Landschaft & Wein

Die von SHLT und RNPSH gemeinsam betriebene Fachstelle Landschaft & Wein blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück, in dem vielfältige Angebote Menschen aus der Region und darüber hinaus begeistert haben. 2'301 Gäste wurden im Jahr 2024 in 142 Gruppenbuchungen empfangen – ein deutlicher Beleg für die Attraktivität und Relevanz unserer Leistungen. Ein Highlight des Jahres war die Wiedereröffnung des Gipsstollens in Schleithelm am 2. November. Obwohl sich diese Neuerung noch nicht signifikant in den Gästezahlen 2024 widerspiegelte, steigt die Nachfrage seitdem kontinuierlich. Laufend treffen neue Buchungen ein, was das Potenzial dieses Angebots unterstreicht.

Zusätzlich bearbeitete die Fachstelle zahlreiche Gästefragen, die telefonisch, per E-Mail oder direkt vor Ort gestellt wurden. Diese umfassten nicht nur Buchungsanfragen für Führungen, sondern auch allgemeine Auskünfte, darunter Restaurant- und Hotelempfehlungen, Wander- und Fahrradwege sowie Informationen zur Anreise in die Region.

Neben der Organisation von Gruppenreisen fördert die Fachstelle die Vernetzung und den Austausch der touristischen Leistungsträger in der Region. Beim jährlichen Leistungsträgertreffen haben sich Frühjahr im Gmaandhuus Neunkirch rund 45 Personen getroffen.

Dabei präsentierte die Fachstelle die für 2024 geplanten Aktivitäten und informierte über das aktuelle Geschäft. Im zweiten Teil wurden danach gemeinsam Ideen für neue Projekte, Aktivitäten und neue Kooperationen und Zusammenarbeiten besprochen.

Um die optimale Vermarktung der Angebote zu gewährleisten, wurde im Herbst 2024 zudem in neues Werbematerial investiert. Bei einem Fotoshooting sind tolle neue Fotos und Bewegtbilder der Wöschwiiberführung, der Pferdefahrten und vom Gipsstollen, inklusive der neuen Stollenbahn, entstanden.

Destinationsvermarktung: E-Commerce und Ticketing

Im Jahr 2024 konnten wir über das Buchungssystem TOMAS nebst unseren Gruppenführungen, Gutscheinen, Tickets für unsere öffentlichen Führungen und Individualerlebnissen auch wieder Angebote von externen Leistungsträgern verkaufen. 20 Anbieter haben ihre Veranstaltungen und Erlebnisse über uns aufgeschaltet (neu im 2024 z. B. die IWC Fan-Führungen oder Explorial Neuhausen) und daraus wurden insgesamt 717 Buchungen generiert.

Total wurden für Tickets für öffentliche Führungen und Erlebnisse rund 1'270 Buchungen getätigt für mehr als 3'000 Teilnehmende. Nach wie vor buchte ein Grossteil online, nämlich 82.3% über unsere Webseite und 0.9% über externe Vertriebskanäle (wie z. B. Schweiz Tourismus oder RheinWelten). Die restlichen Buchungen wurden bei uns am Schalter oder via Telefon abgewickelt.

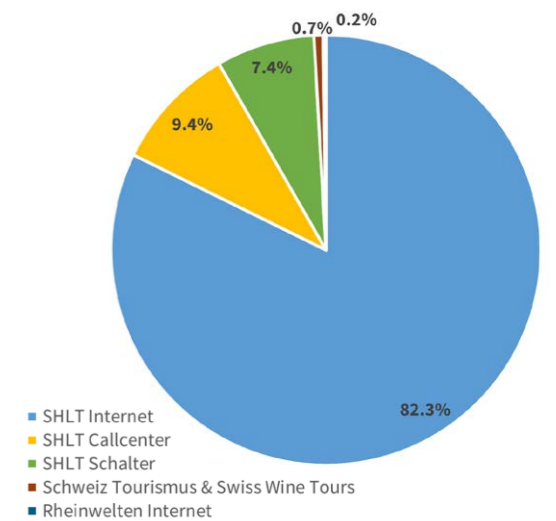
Für uns intern änderte sich im Dezember die Umbenennung (aufgrund der Übernahme) von TOMAS zu Holidu Smart Destination.

Zusätzlich waren wir über andere Systeme als Vorverkaufsstelle freigeschaltet für verschiedenste Veranstaltungen, wie zum Beispiel das Karfreitagskonzert, die Meisterkonzerte oder SHpektakel.



Nebst der Schweiz (91.97%) und den umliegenden Ländern gab es im Jahr 2024 auch Buchungen aus Übersee, nämlich Mexiko (0.16%) und Indien (0.08%).

Umsatz nach Vertriebskanal



Destinationsentwicklung: Produkt- und Projektmanagement

Das strategische Geschäftsfeld der Destinationsentwicklung befindet sich weiterhin im Aufbau. Im Produktmanagement lag der Fokus auf der Vernetzung und Weiterentwicklung bestehender sowie der Einführung neuer Produkte.

Travelise

In Zusammenarbeit mit Travelise, St. Gallen Bodensee Tourismus und Thurgau Tourismus entsteht die «Swiss Tours Surprises Ostschweiz» – ein einzigartiger All-inclusive-Überraschungsausflug. Ob mit Freunden, Familie, Kollegen oder allein: Diese Reise ermöglicht es, eine Schweizer Region aus einer neuen Perspektive zu entdecken, ganz ohne Planungsaufwand. Im Fokus stehen regionale Spezialitäten und Begegnungen mit lokalen Handwerkern. Das Angebot zur Ostschweiz wird im Jahr 2025 lanciert.

Genusspfad Stein am Rhein

Als Pendant zum Schaffhauser Angebot entstand der Genusspfad in Stein am Rhein, entwickelt in Zusammenarbeit mit lokalen Winzern und Gastronomen. An vier Stationen werden vier Gänge serviert, die die kulinarische Vielfalt der Region

erlebbar machen. Jeden Donnerstag und Freitag bietet sich so die Gelegenheit, Stein am Rhein auf genussvolle Weise neu zu entdecken.

Gin- oder Rum-Tasting

Gemeinsam mit THE_KE Schaffhausen wurde ein exklusives Gin- oder Rum-Tasting-Erlebnis entwickelt. In geselliger Runde lässt sich ein unvergesslicher Abend mit Apéro und Abendessen geniessen. Das erfahrene Team von THE_KE führt durch die Welt der Aromen und Geheimnisse verschiedener Gins oder Rums.

Velosafari

Auch in diesem Jahr waren Gäste aus der ganzen Schweiz mit dem E-Bike-Lastenrad mit Zeltaufbau im Schaffhauserland unterwegs. Im Vergleich zum Vorjahr wurde die Velosafari-Route von einer dreitägigen auf eine zweitägige Tour verkürzt und neu in der Region «Chläggi» angeboten. Die Teilnehmenden genossen eine Fahrt durch die malerische Weinbauregion des Schaffhauser Blauburgunderlandes. Daher wurde die Velosafari auch prominent in die Schweiz-Tourismus-Kampagne «Grape Escapes» integriert.

RheinWelten

Im Jahr 2024 ist das interkantonale NRP-Projekt in die erste Betriebsphase übergegangen. Ziel ist es, die Bekanntheit und Nutzung von RheinWelten zu erhöhen. Dafür wurden verschiedene Kommunikationsmassnahmen umgesetzt. So erkundete beispielsweise die Reisebloggerin TRAVELITA die Schaffhauser Erlebniswelt «Reben & Rheinfall».

Grand Tour Foto-Spot

Im März 2024 wurde in Stein am Rhein ein Foto-Spot von der Grand Tour of Switzerland gebaut. Dieser bietet eine malerische Aussicht auf die Altstadt und die Burg Hohenklingen. Der Foto-Spot ist Teil der Grand Tour of Switzerland, einer touristischen Route, die die schönsten und bedeutendsten Sehenswürdigkeiten der Schweiz miteinander verbindet. Auf der Grand Tour sind hauptsächlich Individualreisende unterwegs. SHLT konnte dieses Projekt gemeinsam mit der Unterstützung der Stadt Stein am Rhein umsetzen.

Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit

Mit Unterstützung von tfy-consult hat unsere interne Arbeitsgruppe die strategische Ausrichtung im Bereich Nachhaltigkeit erarbeitet. Unsere Vision ist es, die Region Schaffhausen nachhaltig zu gestalten und zu fördern, indem wir die regionale Kultur und Umwelt bewahren sowie positive Impulse für künftige Generationen

setzen. In der Arbeitsgruppe wurde ein Nachhaltigkeitskompass erarbeitet, der sich eng an den Sustainable Development Goals (SDGs) der UNO orientiert. In den vier Dimensionen – Ökologie, Soziales, Ökonomie und Governance – haben wir konkrete Ziele definiert, die wir nun gezielt und schrittweise umsetzen.

Weitere Informationen:
www.schaffhauserland.ch/nachhaltigkeit

Meilensteine Projekt Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeitskompass von Schaffhauserland Tourismus





Systemmanager (Destinationskoordination): Organisation und Kooperationen

Kantonale Tourismusstrategie

Im Februar 2024 wurde vom Kanton Schaffhausen die kantonale Tourismusstrategie präsentiert. Die Strategie wurde in enger Zusammenarbeit mit den relevanten lokalen Akteuren erarbeitet und legt den Grundstein für eine zukunftsorientierte Positionierung der Tourismusregion Schaffhausen. SHLT war mit zwei Personen im Kernteam der Arbeitsgruppe vertreten sowie im Sounding Board des Projektes aktiv. Die geschaffene Strategie definiert die strategischen Erfolgspositionen und gibt klare Stossrichtungen vor.

Tourismustag

Der Schaffhauser Tourismustag stand unter dem Motto «Entwicklung passiert nicht einfach, sie wird aktiv gestaltet – die kantonale Tourismusstrategie als Werkzeug zum gemeinsamen Erfolg». Rund 100 touristische Leistungsträger und Partnerinnen trafen sich, um mehr über die Mehrwerte, Chancen und Anknüpfungspunkte der neuen kantonalen Tourismusstrategie zu erfahren. Der Tourismustag eignete sich ausgezeichnet, um dieses Thema aufzugreifen, da es für die erfolgreiche Umsetzung die Beteiligung aller relevanten Akteure bedingt. Die Veranstaltung bot ebenfalls eine Plattform für den Austausch und die Vernetzung der lokalen Tourismusakteure.

Jubiläen

Im 2024 feierten einige unserer Stadtführerinnen und Stadtführer und Mitarbeitende Jubiläen: Luciana Marchetto, Uli Stamm 20 Jahre als Guides und Ines Polivka 10 Jahre als Mitarbeiterin.

Organisationsentwicklung

SHLT befindet sich in einem Transformationsprozess zu einer agilen Tourismusorganisation, um flexibel und schnell auf Marktveränderungen zu reagieren und sich kontinuierlich an eine komplexe Umwelt anzupassen. Die Vorteile für SHLT sind die Verteilung der Verantwortung und Entscheidungskompetenz, Effizienzsteigerung, Förderung individueller Stärken sowie die Anpassung an saisonale Schwankungen. Zwei Meilensteine auf diesem Weg waren die Teamworkshops zu den Themen «Mindset der Zukunft»: Was bedeutet Agilität für SHLT und was ist das Ziel? sowie «Agilität heisst mitmachen» mit Fokus auf psychologische Sicherheit und Feedbackkultur.

Werbewand Visitor Centre

Im Jahr 2024 hat SHLT die Verantwortung für die Werbewand im Visitor Centre vom Verein SHTotal aufgrund der Vereinsauflösung übernommen. SHLT konnte die bisherigen Vertragspartner übernehmen und hat die Einträge modernisiert und ergänzt mit mehr Bewegtbildern. Um die Präsenz auf den insgesamt 16 Bildschirmen zu optimieren und bestmögliche Sichtbarkeit zu bieten, überarbeitete SHLT das Konzept für die Werbewand. SHLT freut sich, dass ein Grossteil der bisherigen Partner sowie neue Partner auf der Wand aufgeschaltet werden konnten.

Weiterbildung mit TGT

Wiederum wurde mit Thurgau Tourismus die jährliche Teamweiterbildung durchgeführt. Der Fokus lag im Jahr 2024

auf dem Thema Zusammenarbeit zwischen Generationen im Team und im Kundenkontakt. Des Weiteren wurden Gruppenworkshops gestaltet: Entwicklung von Personas, barrierefreier Tourismus und Zusammenarbeit zwischen Generationen. Das Netzwerk und gegenseitiges Lernen wurde gepflegt. Synergien mit Thurgau Tourismus werden auch während dem Jahr im Bereich der Gästeberatung, Vermarktung oder Produktmanagement gebündelt.

Tourismuskonzept Stein am Rhein

Die Stadt Stein am Rhein hat 2024 die Erarbeitung eines touristischen Entwicklungskonzeptes in Auftrag gegeben. SHLT war in der Projektgruppe aktiv beteiligt. Das vorliegende Konzept zeigt die Entwicklungspotentiale für den Standort Stein am Rhein auf. Mit der Unterzeichnung einer gemeinsamen Charta bekräftigen die Stadt Stein am Rhein, der Gewerbeverein Stein am Rhein, Gastro Schaffhausen, SHLT und das Schaffhauser Blauburgunderland den Tourismus in Stein am Rhein anhand des vorliegenden Konzeptes gemeinsam weiterzuentwickeln.

Mitglieder

Mitglieder SHLT	2023	2024
Einzelpersonen	23	22
Firmen, Vereine, Organisationen	64	65
Touristische Anbieter	259	261
Touristische Anbieter (Partner)	32	28
Tourismusorganisationen	4	4
Gemeinden Kanton Schaffhausen	26	26
Gemeinden ausserhalb Kanton Schaffhausen	4	4
Total	412	410

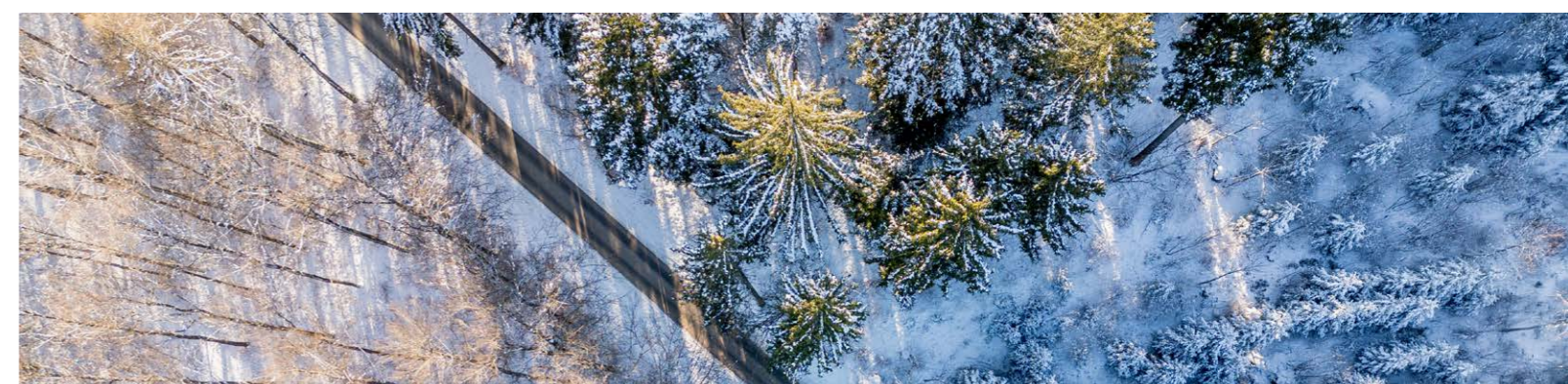
Logiernächte

Das Bundesamt für Statistik (BFS) zeigt im Jahr 2024 zufriedenstellende Zahlen. Die Hotellerie verzeichnete schweizweit rund 42.8 Millionen Logiernächte, was einem Anstieg von 2.6% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Besonders hervorzuheben sind die Übernachtungszahlen aus den Auslandsmärkten, insbesondere aus den USA, die mit einem Rekordergebnis von 3.5 Millionen Logiernächten und einem Wachstum von

13.9% gleich hinter Deutschland liegen. Der Heimmarkt und grösste Markt Schweiz bleibt 2024 auf hohem Niveau stabil mit 20.8 Millionen Logiernächten. Im Kanton Schaffhausen blieb das Niveau im Jahr 2024 stabil. Insgesamt wurden 138'220 Logiernächte generiert, was einem Rückgang von 247 Logiernächten im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Neben der Schweiz sind Deutschland gefolgt von den USA die wichtigsten

Märkte. Eine starke Zunahme konnte auch im Markt Frankreich verzeichnet werden. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt 1.6 Tage. Wie immer hat die Parahotellerie (Ferienwohnungen, Campingplätze und Kollektivunterkünfte) einen weiteren wichtigen Teil zu den Übernachtungen beigetragen. Schweizweit macht die Parahotellerie rund 30% aller Logiernächte aus.

Quelle: BFS	Logiernächte 2023	Logiernächte 2024	Veränderung absolut	Veränderung in %
Januar	5970	6439	469	+7.9%
Februar	6547	6827	280	+4.3%
März	9494	9111	-383	-4.0%
April	10559	12020	1461	+13.8%
Mai	14658	13750	-908	-6.2%
Juni	16638	14702	-1936	-11.6%
Juli	13964	15538	1574	+11.3%
August	17052	17709	684	+4.0%
September	16348	15114	-1234	-7.5%
Oktober	10855	11166	311	+2.9%
November	9088	8669	-419	-4.6%
Dezember	7321	7175	-146	-2.0%
Total	138467	138220	-247	0%



Bilanz per 31.12.2024

Verein Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen

in CHF	31.12.2024	31.12.2023
AKTIVEN		
Flüssige Mittel	1'447'083	1'212'928
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	142'111	130'293
Übrige kurzfristige Forderungen	9'741	11'926
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	138'176	121'749
Aktive Rechnungsabgrenzung	82'566	89'265
Total Umlaufvermögen	1'819'677	1'566'160
Finanzanlagen	1	1
Sachanlagen	12'550	16'732
Total Anlagevermögen	12'551	16'733
Total Aktiven	1'832'228	1'582'893
PASSIVEN		
Verbindlichkeiten	287'766	152'095
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	11'347	9'196
Passive Rechnungsabgrenzungen	94'959	143'752
Total kurzfristiges Fremdkapital	394'071	305'043
Rückstellungen Vermarktung	390'000	360'000
Rückstellungen Produkt- und Projektmanagement	130'000	100'000
Rückstellungen Veranstaltungen und Ticketing	80'000	80'000
Rückstellungen Service und Support	290'000	350'000
Total langfristiges Fremdkapital	890'000	890'000
Total Fremdkapital	1'284'071	1'195'043
Fondskapital zweckgebunden	41'736	41'736
Total Fondskapital zweckgebunden	41'736	41'736
Vereinskapital	346'113	232'022
Jahresgewinn (+)/-verlust (-)	160'307	114'091
Total Eigenkapital	506'420	346'113
Total Passiven	1'832'228	1'582'893

Erfolgsrechnung 2024 / Budget 2025

Verein Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen

in CHF	Effektiv 2023	Budget 2024	Effektiv 2024	Budget 2025
Beitrag Kanton Schaffhausen (TFG)	250'000	250'000	250'000	250'000
Beitrag Kanton Schaffhausen Kurtaxe (TFG)	359'243	360'000	388'902	370'000
Kanton Schaffhausen Beiträge Gemeinden (TFG) ab 2018	294'204	295'000	282'154	285'000
Beiträge übrige Mitglieder (ab 2019 inkl. Gemeinden ausserkant.)	39'360	39'800	38'314	37'000
Total Beiträge	942'807	944'800	959'370	942'000
Beiträge touristische Anbieter und Organisationen	140'099	118'000	124'063	117'400
Ertrag Leistungsverträge / Kooperationsvereinbarungen	234'843	237'000	213'003	193'000
Ertrag Erlebnisse	166'258	145'000	172'581	158'500
Ertrag Führungen	229'359	240'000	219'191	223'000
Ertrag Warenverkauf	1'693'759	1'583'500	1'792'627	1'720'500
Ertrag Produkt- und Projektmanagement	2'587	20'000	13'443	15'000
Ertrag Werbeverträge/-beiträge	180'954	194'000	232'379	156'000
Ertrag Veranstaltungen (Kommissionen)	6'567	2'200	23'036	31'000
Ertrag Diverses	15'800	10'100	18'594	18'100
Ertrag Raumvermietung SHLT	0	0	778	1'000
Total Erträge	2'670'226	2'549'800	2'809'695	2'633'500
Total Betriebsertrag	3'613'033	3'494'600	3'769'065	3'575'500
Aufwand Leistungsträger/-verträge	-110'535	-116'000	-178'296	-127'000
Aufwand Erlebnisse	-142'032	-135'400	-147'651	-133'300
Aufwand Führungen (mit Umbuchung Löhne)	-142'504	-105'000	-140'847	-137'000
Aufwand Wareneinkauf	-844'366	-870'400	-792'281	-869'400
Aufwand Produkt- und Projektmanagement	-37'341	-50'000	-127'598	-120'000
Aufwand Marketing	-282'458	-233'000	-307'333	-277'000
Aufwand externe Veranstaltungen	0	0	-20'935	-28'800
Aufwand Diverses	-79	0	0	0
Total Aufwand Dienstleistungen / Wareneinkauf	-1'559'314	-1'509'800	-1'714'941	-1'692'500
Personalaufwand	-1'551'161	-1'749'114	-1'705'138	-1'765'000
Raumaufwand / Energie, Unterhalt / Ersatz, Anschaffungen	-140'650	-109'000	-108'551	-137'000
Verwaltungsaufwand	-67'461	-62'000	-98'297	-69'000
Informatikaufwand	-138'283	-72'500	-115'020	-53'000
Total übrige Aufwände	-346'394	-243'500	-321'868	-259'000
Abschreibungen	-5'576	-4'200	-4'182	-2'000
Total Betriebsaufwand	-3'462'446	-3'506'614	-3'746'129	-3'718'500
Finanzaufwand	-82'949	-26'000	-83'737	-35'000
Finanzertrag	26'327	0	74'082	4'000
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand	-2'880	-1'000	-602	-1'000
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag	23'006	40'000	147'628	0
Periodengewinn (+) / Periodenverlust (-)	114'091	986	160'307	-175'000

Anhang zur Jahresrechnung 2024

Verein Schaffhauserland Tourismus, Schaffhausen

1. Allgemeine Angaben

Firma und Sitz:

Verein Schaffhauserland Tourismus, Vordergasse 73, 8200 Schaffhausen

Anzahl Vollzeitstellen (Erklärung OR 959c Abs. 2 Ziff. 2)

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50.

Name der Revisionsstelle

BMO Wirtschaftsprüfung AG, Querstrasse 5, 8212 Neuhausen am Rheinfall

2. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechtes (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 Beibehaltung von zum Abschlusszeitpunkt nicht mehr benötigten Rückstellungen wahrgenommen wird.

3. Angaben und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung

Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen zu Positionen der Bilanz und Erfolgsrechnung, soweit diese nicht bereits aus der Bilanz und Erfolgsrechnung ersichtlich sind.

in CHF	31.12.2024	31.12.2023
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		
gegenüber Dritten	74'968	35'087
gegenüber Mitgliedern	73'343	102'606
Wertberichtigungen	-6'200	-7'400
Total Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	142'111	130'293
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen		
Warenvorrat	138'176	121'749
Nicht fakturierte Dienstleistungen	0	0
Total Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	138'176	121'749
Aktive Rechnungsabgrenzung		
TA Beitrag Kanton Schaffhausen Kurtaxe (TFG)	68'751	62'237
TA Marketing/Basisprospekt	0	0
TA Erlebnisse und Führungen	4'710	3'714
TA Sozialversicherungen	7'184	22'034
TA Übrige	1'922	1'280
Total Aktive Rechnungsabgrenzungen	82'566	89'265

in CHF	31.12.2024	31.12.2023
Sachanlagen (Mobilien, Hard- & Software, Info-Shop, Visitor Centre)		
Anfangsbestand 01.01.	16'732	22'308
Anschaffungen	0	0
Abschreibungen	-4'182	-5'576
Schlussbestand 31.12.	12'550	16'732
Verbindlichkeiten		
gegenüber Mitgliedern	38'492	25'071
gegenüber Nichtmitgliedern	249'274	127'024
Total Verbindlichkeiten	287'766	152'095
Passive Rechnungsabgrenzung		
TP Lieferanten	35'223	1'636
TP Personal	51'976	66'487
TP Abschluss	5'000	5'000
TP Marketing / Basisprospekt	0	810
TP Informatik	0	50'000
TP Vorverkauf / Veranstaltungen	2'760	5'396
TP Unterhalt Mobilien	0	14'423
Total Passive Rechnungsabgrenzung	94'959	143'752

in CHF	31.12.2024	Bildung	Auflösung	31.12.2023
Rückstellungen				
Rückstellungen Vermarktung	390'000	0	0	360'000
- Projekte Leistungsvereinbarung	140'000	0	0	140'000
- Marketingprojekte und Webseite	185'000	30'000	0	155'000
- Publikationen	65'000	0	0	65'000
Rückstellungen Produkt- und Projektmanagement	130'000	30'000	0	100'000
Rückstellungen Veranstaltungen und Ticketing	80'000	0	0	80'000
Rückstellungen Service und Support	290'000	0	0	350'000
- Infrastruktur	30'000	0	0	30'000
- Restrukturierung Organisation SHLT	260'000	0	-60'000	320'000
Total Rückstellungen	890'000			890'000
Fondskapital				
Reiatfonds (zweckgebunden) ¹	33'736			33'736
Fonds Produktentwicklung Hallau (zweckgebunden) ²	8'000			8'000
Total Fondskapital (zweckgebundene Fonds)	41'736			41'736

¹ Zweckgebundener Fonds für Projekte für den Tourismus im Reiat (Kapital stammt aus Vereinsauflösung Reiat Tourismus)

² Zweckgebundener Fonds für die Produkteentwicklung für den Tourismus Hallau (Kapital stammt aus Vereinsauflösung Hallau Tourismus)

in CHF	31.12.2024	31.12.2023
Ausserordentlicher Ertrag		
Ticketing	0	0
Auflösung shTotal	18'444	0
Auflösung Rückstellungen Folgen der Pandemie	60'000	0
IT-Stundenpool	69'184	0
Anteil Dritter Organisationsplanung	0	9'285
Schweiz Tourismus (Bundesbeitrag Corona)	0	13'721
Total ausserordentlicher Ertrag	147'628	23'006
Ausserordentlicher Aufwand		
Miete Rheinflall 4 Jahre rückwirkend	0	2'880
Lieferantenrechnung	602	0
Ticketing	0	0
EO-Entschädigung 2021	0	0
Total ausserordentlicher Aufwand	602	2'880

4. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Verabschiedung der Jahresrechnung durch den Vorstand sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, welche die Aussagefähigkeit der Jahresrechnung 2024 beeinträchtigen könnten bzw. an dieser Stelle offengelegt werden müssten.

5. Weitere Angaben

Schaffhauserland Tourismus hat das Mandat zur Tourismusförderung seit dem 1.1.2018 inne. Mittels Leistungsvereinbarung zwischen dem Kanton Schaffhausen und Schaffhauserland Tourismus wurde festgelegt, mit welchen Massnahmen die Tourismusförderung umgesetzt wird. Dazu stehen die Beiträge gemäss Tourismusförderungsgesetz zur Verfügung. Das Mandat und die Leistungsvereinbarung gilt weiterhin für drei Jahre (2022-2025).

in CHF	31.12.2024	31.12.2023	
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	41'696	36'071	
Nicht bilanzierte Miete mit Restlaufzeit grösser als 1 Jahr:	Mietbeginn	Mietende	Jahresmiete
- Visitor Centre Vordergasse 73, Schaffhausen	1.11.2020	31.10.2030	83'962

BMO | WIRTSCHAFTSPRÜFUNG

Bericht der Revisionsstelle
zur eingeschränkten Revision
an die Mitgliederversammlung des
Vereins Schaffhauserland Tourismus
8200 Schaffhausen

8212 Neuhausen am Rheinflall, 25. März 2025 Br/RL

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins Schaffhauserland Tourismus 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. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Eine Mitarbeitende der uns nahestehenden BMO TREUHAND AG hat im Berichtsjahr bei der Buchführung mitgewirkt. An der eingeschränkten Revision war die Mitarbeitende nicht beteiligt.

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 bei der geprüften Einheit 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 (mit einer Bilanzsumme von CHF 1'832'228 und einem Jahresgewinn von CHF 160'307) nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entspricht.

BMO Wirtschaftsprüfung AG


Roland Brogié
Zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor


Raphael Lang
Zugelassener Revisionsexperte

Beilage: Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

BMO Wirtschaftsprüfung AG
Querstrasse 5, CH-8212 Neuhausen am Rheinflall
info@bmowp.ch, www.bmowp.ch, CHE-100.786.275 MWST



Organe per Ende 2024

Vorstand

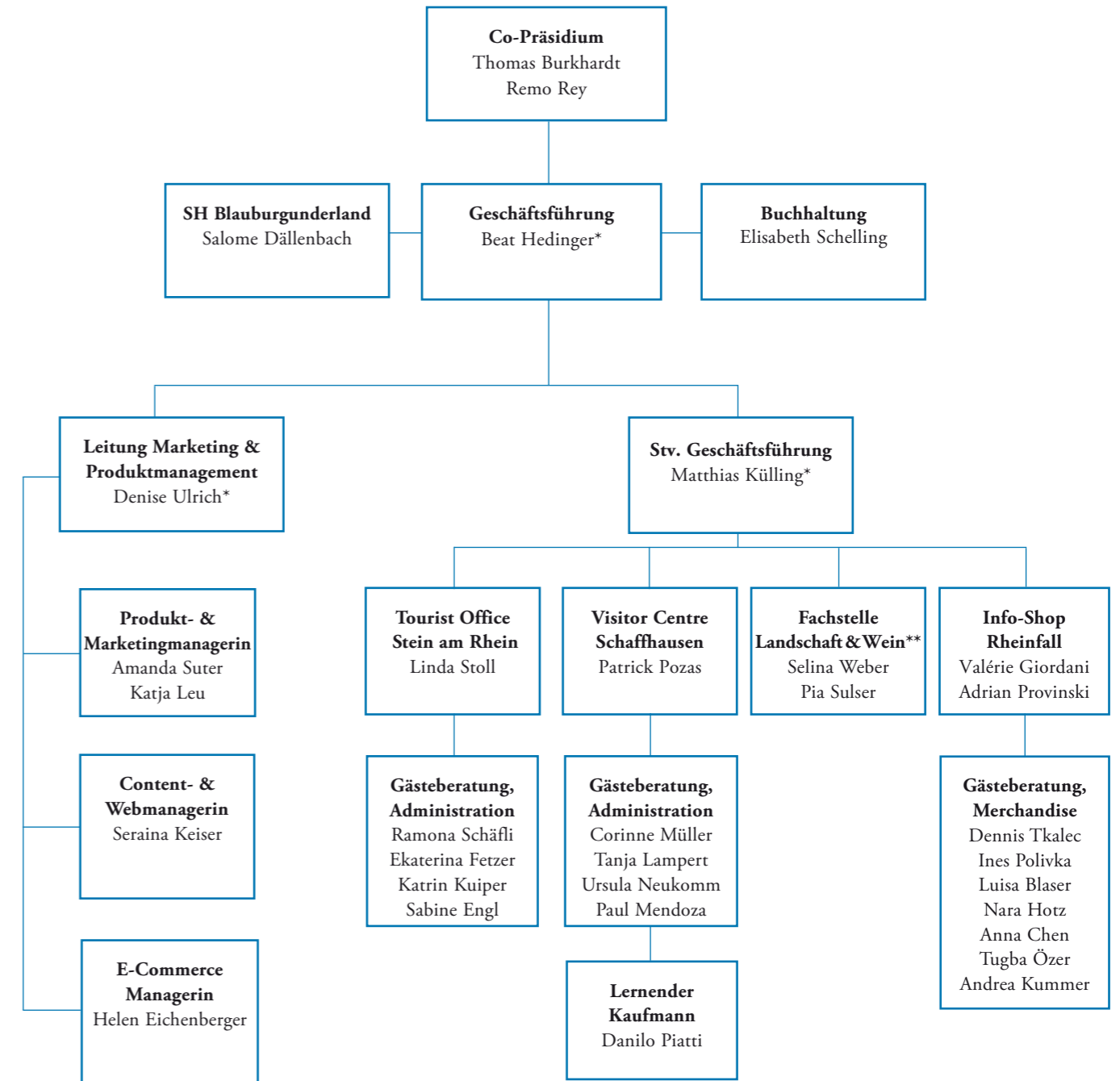
- Thomas Burkhardt Co-Präsident
- Remo Rey Co-Präsident, Schifffahrt/Transport
- Jens Lampater Kulturveranstaltungen
- Robert Spichiger Ländlicher Tourismus
- Michael Leibacher Freie Wahl
- Samantha Schnewlin Beherbergung
- Elsbeth Geiger Rheinflall
- Werner Feller Gastronomie (Wahl MV 2025)

Revisionsstelle

- BMO Wirtschaftsprüfung AG, Neuhausen am Rheinflall

Operativer Betrieb

Organigramm Schaffhauserland Tourismus (Stand Dezember 2024)



*Mitglied der Geschäftsleitung

**In Zusammenarbeit mit dem Regionalen Naturpark Schaffhausen und den lokalen Tourismusvereinen

regionale Produkte
lokale Produzenten

Regio-Shop

im Visitor Centre
Schaffhausen



www.schaffhauserland.ch