uri
DIE SEELE DER SCHWEIZ

Uri Tourismus AG
Jahresbericht 2020

Vorwort

Für viele ist Tourismus gleichbedeutend mit Reisen. Wir machen uns auf den Weg, entdecken spektakuläre Landschaften und multikulturelle Grossstädte. Doch plötzlich sind viele Grenzen zu. Das Reisen ist stark erschwert, und die Leute bleiben zuhause. Balkonien ist angesagt. Statt nach Down Under reist man nach «Haustralien», statt ins Baltikum nach «Bettland», und in Österreich sind die «Dahamas» populär. Humor ist, wenn man trotzdem lacht.

Das Corona-Virus hat viele Menschen hart getroffen, im persönlichen Umfeld ebenso wie im Berufsleben. Die Einschränkungen sind ungewohnt. Vieles wurde verunmöglicht. Trotz allem Schlimmen sind aber auch schöne Dinge (wieder) in den Vordergrund gerückt. Dazu gehören Ferien in der Schweiz. Warum in die Ferne schweifen… Ich bin vor allem beruflich viel in unserem Land unterwegs und kann es nur empfehlen.

Rebekka Wyler
Verwaltungsrätin Uri Tourismus

Unser Land mit mehreren Sprachen und Kulturen bietet zahlreiche Möglichkeiten. Viele von Ihnen kennen das Gefühl: Wenn man durch den Gotthard ins Tessin fährt oder durch den Tunnel Richtung Genfersee, hat man am Ausgang (wo natürlich die Sonne scheint!) immer ein wenig das Gefühl, im Ausland zu sein, unterwegs in die Ferien. Nicht umsonst wird der Weinberg beim Tunnelausgang im Lavaux «Clos des Billets» genannt: Als man die Fenster in den Zügen noch öffnen konnte, sollen immer wieder Leute aus der Deutschschweiz angesichts der sonnigen Landschaft ihr Retourbillet aus dem Fenster geworfen haben. Auch wer im Tessin bei Airolo wieder ans Tageslicht kommt, kennt dieses Gefühl. Und es braucht dazu nicht zwingend einen Tunnel. In der Bäckerei in Sent im Unterengadin sprechen die Leute Rätoromanisch, und plötzlich ist man ganz woanders. Man munkelt, vielen Unterländern gehe es auch im Schächental oder im Goms so… Die Sprache ist anders, man isst und trinkt andere Spezialitäten, und doch ist man noch zuhause, in der «Willensnation» Schweiz!

Wir alle hoffen, dass die Corona-Pandemie möglichst schnell vorbeigeht oder zumindest unter Kontrolle gebracht werden kann. Gleichzeitig können wir den grundsätzlichen Fragen, vor die uns die aktuelle Krise stellt, nicht ausweichen. Wie wollen wir, dass es weitergeht? Ganz allgemein, aber auch im Tourismus. Was sind wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltige Modelle, die längerfristig Einkommen sichern und Arbeitsplätze garantieren? Nutzen wir die Zeit – auch auf einer Fahrt ins Tessin oder ins Lavaux – darüber nachzudenken.

Das bekannte Unbekannte oder wie Frau und Herr Schweizer ihre Heimat wieder für sich entdeckten.

Kein Rückblick auf das Jahr 2020 wird ohne ein Thematisieren des ominösen und nun omnipräsenten Virus auskommen. Aber, und das kann nicht genug oft gesagt und betont werden, es muss und wird eine Zeit danach geben. Die einzige Zeit, die wir proaktiv gestalten können, ist unsere Zukunft, und diese wird unter den neuen Vorzeichen nicht mehr dieselbe sein wie zuvor.

Maurus Stöckli
Geschäftsführer Uri Tourismus

Das vergangene Jahr forderte uns alle immens, aber nicht nur im Schlechten. Das Bewusstsein für das Nahe, das Lokale nahm stark zu. Viele Schweizerinnen und Schweizer entdeckten die Vorzüge ihrer Heimat und machten sich auf, das bekannte Unbekannte zu erkunden. Die Schweiz wurde zur Nation der «Bäcker» und «Gärtner», und ein eigentliches Rückbesinnen auf das Echte und Wahre fand statt. Parallel dazu erlebte unsere Gesellschaft einen riesigen Digitalisierungsschub. Plötzlich rückten Randregionen ins Zentrum der medialen Aufmerksamkeit. Attraktive Home-Office- und Home-Schooling-Möglichkeiten in Bergregionen mit viel Natur und Raum zum Atmen sorgten für eine spürbare «Stadtflucht». «Viel Nichts», sprich: viel Raum und tiefe Gästefrequenzen wurden im 2020 zum entscheidenden Argument für oder gegen eine Ferienregion. Restriktive Ein- und Ausreisebestimmungen sorgten für einen Boom der Ferien auf Balkoninen bzw. von Tages- und Kurztrips in der sicheren Schweiz.

Wer die Ferienregion Uri etwas besser kennt, hat beim Lesen der vorhergehenden Zeilen sicher bemerkt, dass für viele der neuen Anforderungen an eine Ferien- und Freizeitregion Uri wie geschaffen ist. Der Kanton Uri ist der Mehrheit der Schweizer Bevölkerung ein Begriff, aber nicht viel mehr. Traditionen und Brauchtum werden bei uns noch hochgehalten – nicht gekünstelt inszeniert, sondern in den Alltag integriert. Unbekannte Perlen, modern «hidden gems» genannt, gibt es bei uns noch unzählige, so dass sich jeder Gast in Uri, falls gewünscht, auch ohne grosse Menschenansammlungen entspannen kann. Wer sich für die Schweizer Geschichte interessiert, und das taten im Sommer auch ganz viele Gäste aus der Romandie, kommt an unserem Kanton, charmant «die Seele der Schweiz» genannt, nicht vorbei. Mediterranes Feeling gibt es nicht nur am Mittelmeer oder in der Schweizer Sonnenstube «ennet» dem Gotthard, sondern auch am Urnersee. Und Wassersport-Bedingungen, welche sich nicht vor der internationalen Konkurrenz zu verstecken brauchen.

Zugegeben, es gibt sicher auch einige Gründe, welche auf den ersten Blick gegen einen Abstecher nach Uri sprechen, beispielsweise diese steilen Bikewege, aber auch hier fanden gewiefte Köpfe neue Lösungen. Dank der IG Bike Uri und dem E-Bike-Land Uri verfügt der Kanton nun über 34 Ladestationen, welche dafür sorgen, dass keinem Gast mehr der «Pfuus» ausgeht. Gleichzeitig ist festzuhalten: Die Übernachtungskapazitäten und -qualitäten im Urner Unterland haben teilweise noch Luft nach oben.

Aber den Kopf in den Sand zu stecken, war noch nie Sache von Uri Tourismus. So wurden für den Corona-Sommer 2020 in Windeseile gemeinsam mit unseren Standorten-Partnern unsere zwölf TempCamps mit 110 temporären Wohnmobil-Stellplätzen aus dem Boden gestampft. Eine tolle Geschichte mit nationaler Medienpräsenz und noch mehr positiven Gäste- und Partnerrückmeldungen.

Kommunikativ wurden die zahlreichen Sommeraktivitäten von der mehrfach ausgezeichneten Kampagne «Uri – eine Weltreise zu Fuss» begleitet. Diese stammt ursprünglich von den Elektrizitätswerken Altdorf, und zwar aus dem Jahr 2006. Tolle Bildaufnahmen von F.X. Brun erinnern an weltbekannte Orte.

Nachhaltig erfolgreicher Tourismus ist ein Zusammenwirken und ein Miteinander von verschieden Partnern und Parteien. Ein oft vergessen gehender und unterschätzter Erfolgsbaustein ist der Miteinbezug und das Engagement der einheimischen Bevölkerung. Wer möchte sich in seinen Ferien nicht willkommen und wertgeschätzt fühlen? Ein freundliches «Grüezi», «bitte» oder «gärn gscheh», und schnell ist das Eis gebrochen. Mit der gemeinsam mit Andermatt Urserntal Tourismus lancierten Kampagne Gast&Geber wollen wir das Gastgeber-Bewusstsein der Urner Bevölkerung auf charmante Art und Weise weiter stärken.

Nebst den umfangreichen Vorarbeiten für die Sommer-Saison nutzten wir die Zeit auch, um Uri Tourismus als Organisation weiterzuentwickeln. So haben wir im vergangenen Jahr diverse unternehmensinterne Optimierungen vorgenommen. Es wurden eine Online-Lösung zur Kontakt- und Rechnungsverwaltung implementiert, die Prozess-Landkarte überarbeitet, das Marketing-Konzept weiterentwickelt und eine neue Systematik für das Projektmanagement aufgebaut.

Im letzten Jahr wurden viele unserer Partner wie auch wir selbst durch die Auswirkungen der Pandemie mächtig durchgerüttelt, finanziell getroffen und durch das «Hü und Hopp» stark gefordert. Die aktuellen touristischen Rahmenbedingungen bieten auch für das Jahr 2021 die grosse Chance, Frau und Herrn Schweizer von den Vorzügen unserer einzigartigen Region zu überzeugen. Nutzen wir diese und packen die Herausforderungen gemeinsam an!

Die im Jahr 2020 lancierte Kampagne «Gast&Geber» hat eine Hauptbotschaft: Du bist Gastgeber in deinem Wohnkanton und gleichzeitig Gast in deinem wunderschönen Uri.

Jasmin Gisler
Mitarbeiterin Tourist Information

Die Vision: Urnerinnen und Urner sind stolz auf Uri als Ferien- und Freizeitregion. Was heisst das für Sie? Für mich heisst es zum Beispiel, dass ich als Mitarbeiterin der Tourist Information täglich die Möglichkeit erhalte, den Kanton Uri mit neuen Augen zu sehen. Als Urnerin ist für mich hier manches selbstverständlich. Im Kontakt mit Gästen merke ich, was für eine neue Welt sich den Touristen bei einem Aufenthalt in Uri öffnet.

Dass die Schweiz mehrere Dialekte besitzt, wissen wir. Wie einzigartig diese sind, merken wir erst beim Besuch einer anderen Dialektregion. Oder in meinem Fall in der Beratung am Schalter. Bei Erwähnungen wie: «ds Museum ds Birgglä», «ds Schiff ds Fliälä» oder «ds Bähnli ds Schpiirgä» schaute man mich verständnislos an. Damit will ich nicht sagen, dass der Sommer 2020 zum ersten Mal Frau und Herr Schweizer in den Kanton Uri führte. Die Zunahme vor allem von Schweizer Gästen in den Sommermonaten war jedoch spürbar.

Im Sommer erhielten wir viele Anfragen für die Badeinseln Lorelei, den Seewlisee in Silenen und Wanderungen wie dem Schächentaler Höhenweg. «Cheschtlich» war die Reaktion einer Familie aus der Stadt Basel zum Fahrplan auf den Klausenpass. Ihr Plan war auf «regelmässiger» Anfahrt vom Postauto zum Klausenpass aufgebaut. Dass regelmässig für diese Linie vier Mal täglich heisst, warf die Pläne über den Haufen, da es bereits zwei Uhr nachmittags war. Auf den Klausenpass gings für diese Familie am nächsten Morgen – und der verbleibende Nachmittag führte sie nach «Fliälä».

Als Gast in Uri durfte ich in diesem Jahr mit meinen Geschwistern an einem frischen Junimorgen auf dem See paddeln. Das noch ausstehende Stück vom Schächentaler Höhenweg bewanderte ich mit einer Urner Kollegin, und an einem frühen Samstagmorgen genossen wir vom Schwarzgrat den Ausblick zum Urnersee. Mit meinem Grosi marschierte ich über den Surenenpass. Mit einer Kollegin aus Luzern lief ich den Wildheuerpfad und mit Kollegen aus Bern führte die Reise ins Maderanertal. Diese und viele weitere Ausflüge haben mich als Gast in Uri fasziniert.

Es gab sie auch bei uns, die herausfordernde Zeit wegen des Virus. Am Schalter waren wir mit Umbuchen, Stornieren oder Verschieben von Führungen bemüht, jederzeit eine Lösung für unsere Gäste zu finden. Die Flexibilität und das Verständnis unserer Guides hat uns die Arbeit enorm erleichtert. Und auch in der Krise durften wir auf unsere Partner zählen.

Obwohl uns im Jahr 2020 vorgegeben wurde, auf Abstand zu gehen, haben es Einheimische mit ihrer urchigen Art geschafft, Gästen Nähe zu vermitteln. Wir hatten viele Familien oder Gruppen, die auf der Schnitzeljagd «Wo ist Walterli?» unterwegs waren. Oft haben sie mir erzählt, dass Einheimische immer fragten, ob man weiterhelfen könne, wenn sie planlos durch die Gegend irrten. Eine andere Gruppe fand einen Standort beim Tatort Tell nicht. Spontan suchte ein Urner mit, und gemeinsam entdeckten sie den Posten.

In dieser Zeit habe ich gelernt, das Selbstverständliche zu schätzen. Wie oft hörte ich in diesem Jahr: «Wie schön es doch hier ist», «Sie leben aber schön hier». Oder beim Beraten für Wanderungen: «Ah, Uri ist ja doch grösser als man denkt».

Ja, das Jahr 2020 hat von uns allen viel gefordert. Es hat mir aber geholfen meine Aufmerksamkeit dem «selbstverständlichen» zu widmen. Wir alle sind Gast&Geber im wunderschönen Uri. Ich bin stolz auf Uri als Ferien- und Freizeitregion. Gemeinsam wollen wir das Gastgeber-Bewusstsein der Urner Bevölkerung auf charmante Art und Weise weiter stärken.

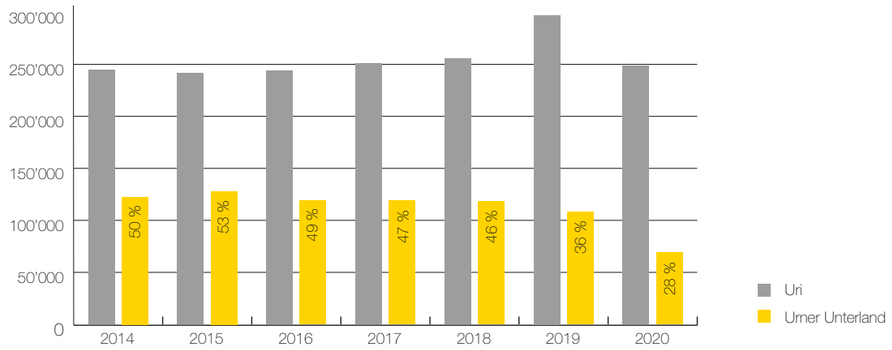
Üblicherweise macht der Verwaltungsratspräsident im Jahresbericht einige allgemeine Überlegungen über die Entwicklung des Tourismus in Uri und zur Unternehmung selber. Das vergangene Jahr hat von den Mitarbeitenden unserer Gesellschaft aber derart viel gefordert, weshalb ich es richtig finde, wenn sie zu Wort kommen. Insbesondere weil es das ganze Team trotz den vielen Unwegsamkeiten auch in dieser speziellen Zeit hervorragend geschafft hat, unseren Gästen Uri und seine Schönheiten schmackhaft zu machen. Verschiedene Angebote wie zum Beispiel TempCamp fanden weit über unseren Kanton hinaus Anklang und beweisen, dass der kleine Kanton Uri mit seinen vielfältigen touristischen Nischen auch in Zukunft gefragt ist. Dem Team von Uri Tourimus sei Dank.

Markus Züst, Verwaltungsratspräsident

Zahlen und unsere Gäste

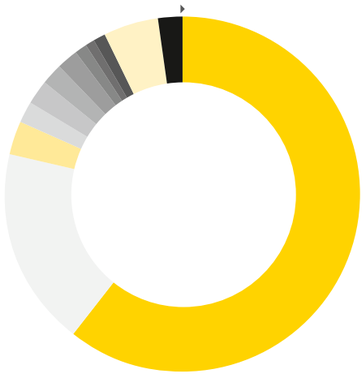
Mit dem Schiff über den Urnersee gleiten.

Entwicklung der Logiernächte in der Hotellerie



Entwicklung der Logiernächte in der Hotellerie
Im Unterland wurden 69'189 Logiernächte und damit ein Minus von 36% (-38'000 LN) zum Vorjahr gezählt. Mit lediglich 248'419 Logiernächte bescherte das Corona-Jahr ein kantonales Minus von 16% und damit rund 50'000 Logiernächte weniger als das florierende Vorgängerjahr. Am meisten Einbussen verzeichneten die Gruppenhotels, wo teilweise ein Rückgang von über 70% zu erkennen ist. Das Schächental erreichte eine leichte Zunahme der Übernachtungszahlen, was auf wanderbegeisterten Gäste zurückzuführen ist.

Anteil Logiernächte 2020 der Hotelgäste nach Herkunftsland im Urner Unterland



	Anteil	Veränderung Vorjahr
Schweiz	60%	18.48%
Deutschland	18%	–42.24%
Niederlande	3%	–46.24%
Ungarn	2%	5.67%
Belgien	2%	–64.67%
Frankreich	2%	–0.70%
Italien	2%	–16.61%
Ukraine	1%	13.83%
Vereinigtes Königreich	1%	–62.53%
Österreich	1%	–60.59%
übriges Europa	5%	–54.72%
übrige Länder	2%	–25.10%

Anteil Logiernächte 2020 der Hotelgäste nach Herkunftsland im Urner Unterland
Die Gäste aus der Schweiz sind noch immer die treuste Kundengruppe und haben im Corona-Jahr weitere 18% gegenüber 2019 zugelegt. Die Hotelgäste aus Deutschland haben sich zum Vorjahr halbiert. Der Markt China ist ganz eingebrochen, da die Einreise nicht möglich war. Weiter besuchten vor allem Gäste aus den Nachbarsländern das Urner Unterland.

2020 im Fokus von Corona

Das TempCamp im Rebberg Buchholz Silenen.

Das Jahr 2020 schrieb auch positive Geschichten. Nach kurzem Stillstand und Neuorganisation packte Uri Tourismus die Chance und nutze die Lockdown-Pause für das Vorantreiben spannender Projekte. Die Kreativität und Motivation war auch bei den touristischen Partnern zu spüren. Einmal mehr zeigte sich: «Gemeinsam sind wir stark».

E-Mountainbikeland Uri
E-Biken ist im Kanton Uri im Trend. Die rund 550 Kilometer Wegnetz auf den offiziellen Bikerouten laden Gäste aller Altersklassen ein, Ziele zu erreichen, die ohne Motor nur mit viel Muskelkraft zu bewältigen sind. Die IG Bike Uri hat sich mit ihrem Projekt zum Ziel gesetzt, ein flächendeckendes Netz an Ladeinfrastrukturen für E-Bikes im Kanton aufzubauen. Die insgesamt 34 Ladestationen entlang der offiziellen Bikerouten und im Urner Talboden wurden Anfang Sommer installiert und in Betrieb genommen. Uri Tourismus unterstützte das Projekt kommunikativ, unter anderem mit der Lancierung einer neuen Bike-Broschüre.

Gastro-Coaching in der Krise
Mitten in der Corona-Krise lancierten die beiden Urner Tourismusorganisationen gemeinsam mit Gastro Uri ein Coaching-Angebot für Gastronomiebetriebe. Sämtliche Hotels, Restaurants, Bars und Cafés im Kanton wurden schriftlich über das Angebot eines zweistündigen Coachings durch den erfahrenen Coach Thomas Camenzind von der Firma foodroots informiert. Das kostenlose Angebot wurde von 20 Betrieben genutzt, welche im Anschluss eine Zusammenfassung der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen erhalten haben.

Relaunch «Uri, eine Weltreise zu Fuss»
Die Kampagne «Uri – eine Weltreise zu Fuss» wurde im Jahr 2006 zum 111-jährigen Bestehen der Elektrizitätswerke Altdorf (EWA) lanciert und durch die beiden kreativen Köpfe Tino Steinemann und F.X. Brun geschaffen. Die Bildaufnahmen zeigen Urner Sujets im Vergleich zu weltbekannten Touristenmagneten und beweisen, wie «nahe» die Welt im Kanton Uri ist. Passend zum Corona-Sommer, wo Ferien im Ausland nicht möglich waren, liess Uri Tourismus gemeinsam mit dem EWA die Kampagne nochmals aufleben. Damit wurden Einheimische auf die Schönheit des Kantons aufmerksam gemacht und Gäste aus nah und fern angelockt.

UTAG-Partner-Event in neuer Form
Die letzten Jahre durfte Uri Tourismus im Herbst jeweils seine Partner persönlich zum jährlichen Austausch in grosser Runde begrüssen. Da dies 2020 jedoch aus bekannten Gründen nicht möglich war, wurde der Anlass unkompliziert in «digitaler» Form durchgeführt. Damit der kulinarische Genuss trotzdem nicht zu kurz kam, wurde mit der Einladung auch ein Glace-Gutschein als Dank für die gute Zusammenarbeit mitgeschickt.

TempCamp
Schon während des Lockdowns zeigte sich der Trend zum «Wildcampieren» entlang dem Urnersee. Um hier Gegensteuer zu geben, erstellten die Urner Tourismusorganisationen temporäre Stellplätze, sogenannte «TempCamps». Dank der Unterstützung des Kantons und der Gemeinden konnte das Projekt innerhalb weniger Wochen realisiert werden. Anfangs Juli konnten die ersten temporären Stellplätze eröffnet werden. Die zwölf verschiedenen TempCamps mit insgesamt mehr als 110 Stellplätzen stiessen bei Campern auf grosse Nachfrage. Auch den Stellplatzbetreibern gefiel die neue Rolle als Gastgeberinnen und Gastgeber, sodass viele von ihnen interessiert sind, das Projekt weiter zu verfolgen.

Faszination Eisenbahn am Gotthard
In Zusammenarbeit mit der Stiftung SBB Historic und dem Gotthard Panorama Express konnte Uri Tourismus eine neue, ganz besondere Erlebnisfahrt auf der Gotthard-Nordrampe anbieten. An nur einem Tag erfahren Gäste (fast) alles zur Eisenbahngeschichte am Gotthard. Der Start erfolgt in Erstfeld mit der Fahrt des historischen Erlebniszugs «San Gottardo» bis nach Göschenen. Unterwegs erzählt eine Fachperson aus der Bauzeit des Gotthardbahntunnels. Nach der Besichtigung des Visierstollens geht es mit dem Gotthard Panorama Express talwärts bis nach Flüelen. Nach dem Mittagessen im Restaurant MIXX folgt zum Abschluss der Besuch des Gotthard Tunnel-Erlebnisses im Basistunnel, wo einem der moderne Eisenbahnbau nähergebracht wird.

Urner Miteinander in Reinkultur
Alle aufgeführten Projekte konnten nur dank der sehr guten Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand, unseren Partner-Institutionen und den touristischen Leistungsträgern realisiert werden. Hierfür ein grosses «Dankä». Ein besonderes Dankeschön geht an das Team der Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH für das stets unkomplizierte und konstruktive Miteinander. Gemeinsam bringen wir Uri vorwärts.

Tourist Information

Jasmin Schuler, Leiterin Tourist Information

Bei herrlichem Wetter in Unterscächen langlaufen.

Uri Tourismus betreibt mit sieben Mitarbeitenden in Altdorf und Erstfeld eigene Tourist Informationen und führt in Zusammenarbeit mit der Treib-Seelisberg-Bahn in Seelisberg auf Mandatsbasis eine weitere touristische Anlaufstelle.

Business-Software für Kleinunternehmen
Den Start ins neue Jahr nutze Uri Tourismus, um mit der Business Software Bexio die Buchungsabläufe für Führungen sowie einen Teil der Buchhaltung digitalisieren zu können. Vereinfachte Abläufe, ein einheitliches Erscheinungsbild und eine digitale Rechnungstellung ermöglichen es dem ganzen Team, seine Arbeiten effizienter ausführen zu können.

Uri Tourismus geht neue Wege
Seit 2015 betrieb Uri Tourismus gemeinsam mit Andermatt-Urserntal Tourismus mit TOMAS eine eigene Online-Buchungsplattform für die touristischen Leistungsträger der beiden Destinationen. Trotz grossem personellem und finanziellem Engagement konnte sich die Plattform bei den Leistungsträgern des Urner Unterlandes nicht wie gewünscht etablieren und die für den Betrieb notwendigen Mittel generieren. Aus diesem Grund hat die Geschäftsleitung von Uri Tourismus beschlossen, den Betrieb der eigenen Plattform per 31. Dezember 2020 einzustellen. Im August 2020 durfte Uri Tourismus die Zusammenarbeit mit der Schweizer Ferienwohnungsplattform E-Domizil weiter ausbauen. Durch diese Zusammenarbeit profitieren vor allem die Ferienwohnungspartner. Die Präsentation der Unterkunft erfolgt ohne Fixkosten auf der Webseite von E-Domizil sowie auf zahlreichen Partnerportalen. Nur bei einer erfolgreichen Buchung wird vor Überweisung der Mietgutschrift eine Kommission von 7% beziehungsweise 15% abgezogen.

Sechsmal mehr Gäste
Die jährlichen Frequenzerhebungen von Anfang Juli haben ergeben, dass Uri Tourismus im Vergleich zum Vorjahr in den Tourismusbüros in Erstfeld, Seelisberg und Altdorf sechsmal höhere Kundenfrequenzen hatten. Die Schweizerinnen und Schweizer verbrachten ihre Ferien im eigenen Land, was den Tourist Informationen zu einem erfolgreichen Sommer verhalf. Die Wirkungsstätten Tells, die unzähligen Besuche an den Hot Spots wie der Alp Aesch, am Golzernsee oder im Reussdelta sorgten für ein grosses Besucheraufkommen, was sehr viel Freude bereitete. Gäste aus der Romandie und Gäste mit mehrtägigen Aufenthalten bescherten dem Personal an der Tourist Information eine abwechslungsreiche Sommersaison mit vielen Gästekontakten.

Keine Töne aus den Konzertsälen
Reihenweise wurden in diesem Jahr Veranstaltungen abgesagt. Darunter auch grössere Festivals wie das Tonart, das Volksmusikfestival oder die Dezembertage. Auch die Tellspielgesellschaft verschob ihre Produktion vorerst auf das nächste Jahr. Die unzähligen Absagen führten auch an der Tourist Information zu einem Besuchereinbruch.

Ticketsysteme mit schwerem Stand
Keine Veranstaltungen heisst auch kein Ticketvorverkauf. Das im 2019 neu gewonnene Dienstleistungsmandat mit dem LZ Corner stand unter einem schlechten Stern. So schloss CH media per Ende 2020 ihre Vorverkaufsstellen in Luzern, Stans und auch in Altdorf.

Führungen
Mit Schutzkonzepten für Gäste und Guides versuchte Uri Tourismus, die Führungen weiterhin durchzuführen. Im März kam dann aber der grosse Stopp, und es mussten unzählige Führungen verschoben oder storniert werden. Im Juni durfte nach einer gut dreimonatigen Pause wieder gestartet werden. Mit fünf respektive sechs Führungen waren die Unsicherheiten noch deutlich zu spüren. Im August konnten bereits zehn Führungen durchgeführt werden. Ein Hoch verspürten man im September mit 45 Führungen, wobei sich im Oktober die zweite Welle bemerkbar machte und die Buchungen wieder zurück auf 22 Führungen gingen. All dies führte zu einem grossen Mehraufwand für das Personal. Gab es doch unzählige Umbuchungen und Stornierungen. Ein angenehmer Nebeneffekt waren jedoch der zusätzliche Kundenkontakt und die sehr positiven und willkommenen Rückmeldungen, die die Mitarbeitenden erhielten. Während des ganzen Jahres konnten leider im Erhaltungs- und Interventionszentrum keine Führungen durchgeführt werden. Auch das Gotthard Tunnel-Erlebnis verzeichnete einen herben Rückschlag. In diesem Jahr konnten gerade einmal knapp 600 Personen begrüsst werden. In einem normalen Jahr hätte man das Zehnfache erwarten können.

Tourist Information Erstfeld
Mit dem Fahrplanwechsel im Dezember wurde entschieden, die Tourist Information erneut vorübergehend zu schliessen. Aufgrund des Rückgangs der Kundenfrequenz, der coronabedingten Schliessung des Gotthard Tunnel-Erlebnisses im September und dem Abbau des Billettgerätes der Auto AG Uri im Dezember erwies sich dieser Entscheid als sinnvoll.

Mit der Seilbahn Stäfeli-Äbnetalp geht es hoch hinaus.

Marketing

Diana Mattli, Leiterin Marketing und Verkauf

Im vergangenen Jahr konnte das Marketingteam neue Angebote ausarbeiten und bestehende Angebote weiterentwickeln. Mit einer Bachelorarbeit zu Lokalprodukten wurde die Grundlage für neue Angebote geschaffen.

Marketingkonzept
Uri Tourismus nutzte den Lockdown, um ein Marketingkonzept zu erarbeiten. Einiges war bereits vorhanden, anderes musste noch diskutiert und ergänzt werden. Schlussendlich wurde ein stimmiges Konzept verabschiedet.

Alpbeizli-Pass
Bereits seit 2015 gibt es den Alpbeizli-Pass, welcher in Zusammenarbeit mit der Korporation Uri erarbeitet wurde. Ziel des Alpbeizli-Passes ist es, neue Wanderungen sowie neue Alpbeizli und Regionen zu entdecken. Bei jedem besuchten Alpbeizli kann mit einer persönlichen Stempelkarte ein Stempel gesammelt und Ende Saison können tolle Preise gewonnen werden. Damit das Sammeln auch für Stammgäste attraktiv bleibt, wurde das Konzept des Alpbeizli-Passes nach sechs Sommern überarbeitet. Zudem wird der Pass neu auf den gesamten Kanton Uri ausgeweitet.

Weiterentwicklung Kugelbahn Gotthard Raststätte
Die Kugelbahn in der Gotthard Raststätte macht die Gäste auf die vielfältigen Möglichkeiten im Kanton Uri aufmerksam. Die seit 2018 bestehende Bahn konnte im vergangenen Jahr gemeinsam mit BinaryOne mit einer digitalen Stele, weiteren Figuren in der Bahn und Postkarten ergänzt werden. Die Besucherinnen und Besucher finden auf der Stele Informationen zu Erlebnissen und Sehenswürdigkeiten, Fotos, Videos und ein Käsestapel-Spiel und können sich dadurch für ihren nächsten Besuch im Kanton Uri inspiriren lassen.

Neue Broschüre «Tell»
Auf die Sommersaison 2020 lancierte Uri Tourismus die Broschüre «1291 – von Helden und Geschichten». Diese gibt den Gästen einen Überblick über die Orte und Erlebnisse, welche in Uri und in Schwyz rund um die Tellsgeschichte und den Gründungsmythos der Schweiz besucht werden können.

Meet the locals
Eine ehemalige Mitarbeiterin von Uri Tourismus, Jeamine Arnold, hat 2019 in ihrer Bachelorarbeit aufgezeigt, dass im Kanton Uri Potenzial für ein «Meet the Locals»-Konzept vorhanden ist. Dabei soll das touristische Angebote durch Aktivitäten zusammen mit der einheimischen Bevölkerung erweitert werden. Mit dem Luzerner Andreas Gassmann und seinem Konzept «VisitLocals» konnte ein geeigneter Partner gefunden werden, welcher zugleich auch die richtige Plattform für persönliche Angebote bereitstellen kann.

Lokalprodukte
Das grosse Interesse an lokalen und einheimischen Produkten nimmt weiter zu. Im Rahmen ihrer Bachelorarbeit untersuchte Angelika Arnold, Studentin an der FH Graubünden, ob und wie diese Produkte touristisch vermarktet werden können. Dabei ergaben sich zwei Ideen, um die Urner Produzenten verstärkt in den touristischen Fokus zu setzen: Betriebsbesichtigungen sowie eine Foodreise. Die Umsetzung dieser Ideen wird Uri Tourismus im 2021 beschäftigen.

Kooperation SOB
Seit Dezember 2020 betreibt die SOB (Schweizerische Südostbahn) die neue Fernverkehrslinie über die Gotthard Bergstrecke unter dem Namen Treno Gottardo. In diesem Zusammenhang wurde ein nationaler Marktplatz lanciert, auf welchem Erlebnisse entlang der Strecke online buchbar sind. Gemeinsam mit den touristischen Partnern konnte Uri Tourismus mehrere Urner Angebote aufschalten, welche online buchbar sind.

Social Media
Die sozialen Netzwerke Facebook, Instagram und LinkedIn werden durch Uri Tourismus regelmässig gepflegt, sodass im vergangenen Jahr auf sämtlichen Plattformen ein Zuwachs an Abonnenten respektive Followern verzeichnet werden konnte. Im Januar konnte gemeinsam mit der Biel-Kinzig AG das erste Instameet in den Urner Bergen durchgeführt werden. Das gemachte Bild- und Videomaterial wurde durch die Teilnehmenden auf Instagram gepostet und konnte dadurch einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden.

Datenkooperation
Uri Tourismus ist seit letztem Jahr Teil des Projekts «Datenkooperation in der Region Luzern-Vierwaldstättersee», welches von der Hochschule Luzern geleitet wird. Das Projekt beinhaltet drei Teilprojekte und fördert den Aufbau von spezifischem Wissen im Datenmanagement und der -analyse. Anhand von Trackingdaten wurde eine Mobilitätsstudie über die gesamte Zentralschweiz in Auftrag gegeben, der Google-Analytics Account von fünf touristisch beteiligten Partnern wird testweise zusammengelegt und der Chat für Kundenanliegen wird während einer halbjährigen Pilotphase mit sechs touristischen Partnern gemeinsam genutzt. Die Anfragen können somit gebündelt und Synergien genutzt werden.

Aus der Unternehmung

Vom Golzernsee hat man einen herrlichen Blick zum Bristen.

Die Corona-Pandemie führte zu einem abrupten Stopp im gewohnten Tagesgeschäft. Uri Tourismus nutzte diesen Halt dazu, um interne Prozesse und Abläufe zu hinterfragen und zu optimieren. 2020 legte Uri Tourismus den internen Fokus auf folgende Themen:

Unternehmenskommunikation
«Tue Gutes und sprich darüber» – während das Marketingkonzept seinen Fokus auf Einheimische und Gäste legt, legt das neue Kommunikationskonzept seinen Fokus auf die weiteren Anspruchsgruppen. Das Papier will, dass alle Zielgruppen Uri Tourismus als positiv und professionell wahrnehmen. Die Zielgruppen erkennen Uri Tourismus als wichtigste Ansprechpartnerin rund um den Urner Tourismus. Alle Zielgruppen haben Vertrauen in die Arbeit von Uri Tourismus und multiplizieren die Botschaften zum Wohle des Urner Tourismus.

Prozesslandkarte
Die Kernaufgaben von Uri Tourismus sind im Urner Tourismusgesetz aus dem Jahr 2013 definiert. Wir haben diese Aufgaben neu gebündelt und fokussieren uns neben den klassischen Führungs- und Unterstützungsprozessen auf folgende Kernprozesse: Angebotsgestaltung, Vermarktung, Beratung und Verkauf. Die Prozesslandkarte ist sehr schlank gehalten und orientiert sich an der Unternehmensgrösse von Uri Tourismus.

Projektmanagement – Aufbau und Weiterentwicklung
Uri Tourismus nutzte den Lockdown zur schrittweisen Einführung einer neuen Projektmanagement-Systematik. Diese garantiert ein einheitliches Vorgehen und regelt die Verantwortlichkeiten und Lieferobjekte ebenso wie die Ressourcenplanung inklusive Stundenerfassung. Auch hier kommt das neu eingesetzte System Bexio zum Zuge und ermöglicht eine effiziente Arbeitsweise.

Nachhaltigkeits-Charta
Nachhaltigkeit ist das Modewort der Zeit. Uri Tourismus hat hier Nägel mit Köpfen gemacht und 2020 ein Leitpapier erarbeitet, welches die Basis für das zukünftige Handeln und Arbeiten vorgibt. Neben klassischen Umweltthemen werden im Papier auch soziale und wirtschaftlichen Handlungsempfehlungen formuliert.

«Uri Tourismus zum Mitmachen»
Uri Tourismus überarbeitete im 2019 das Partnermodell und startete per 1. Januar 2020 mit der Umsetzung. Das neue Modell schafft Transparenz und bietet Unterkünften, Gastronomiebetrieben sowie Erlebnisanbieter verschiedenste Marketingaktivitäten. Uri Tourismus durfte viel Lob für das Modell «Uri Tourismus zum Mitmachen» entgegennehmen. Trotzdem gingen die Anmeldungen nur zaghaft und nach mehrfachem telefonischem Nachfassen ein. Uri Tourismus ist weiterhin bestrebt, die Tourismussensibilisierung bei den Leistungsträgern zu intensivieren und dadurch mehr Partner zu gewinnen.

Aber auch diverse destinationsübergreifende Projekte konnten 2020 in Angriff genommen bzw. erfolgreich weitergeführt werden.

Wiege der Schweiz 2.0 – die Umsetzung startet
Unter dem Namen «Wiege der Schweiz» werden alle Attraktionen rund um die Gründungsgeschichte der Schweiz und den Mythos Tell gebündelt und verknüpft. Bereits bestehende Anziehungspunkte wie das Rütli, der Weg der Schweiz oder die Hohle Gasse werden zeitgerecht aufgefrischt und in und zu neuen Produkten kombiniert. Das Thema der Schweizer Gründungsgeschichte und des Tell-Mythos' sind wichtige Bestandteile der Kultur und werden dank dem Projekt «Wiege der Schweiz» auf eine neue, moderne Art Schweizerinnen und Schweizern sowie auch Gästen von nah und fern erlebbar gemacht. Dadurch entsteht ein neuer, sowohl destinations- als auch kantonsübergreifender Erlebnisraum von (inter)nationaler Ausstrahlung. Das Projekt wird durch eine Interessensgemeinschaft bestehend aus den drei Tourismusorganisationen; Uri Tourismus, Erlebnisregion Mythen und Schwyz Tourismus AG aktiv vorangetrieben.

Destinationsentwicklung Luzern-Vierwaldstättersee 2030
In diesem interkantonalen Projekt der neuen Regionalpolitik wird bis 2022 intensiv über die zukünftige strategische, aber auch organisatorische Ausrichtung des Zentralschweizer Tourismus diskutiert. Im Besonderen werden auch die Rollen und Aufgaben der kantonalen und regionalen Tourismusorganisationen reflektiert und hinterfragt. Erste Workshops konnten durchgeführt werden, jedoch verzögert sich die Weiterarbeit aus bekannten Gründen.

Gast&Geber-Kampagne
Im Rahmen der kantonalen Tourismussensibilisierung starteten Andermatt-Urserntal Tourismus und Uri Tourismus vor zwei Jahren das Projekt Gast&Geber. Auf Plakaten und in den schriftlichen Medien zeigten sich Bilder und Geschichten von klassischen wie auch von weniger bekannten Urner Gast&Geber-Persönlichkeiten. In diesem Zusammenhang erhielten alle Urner Haushaltungen eine Weihnachts-Postkarte mit einer Wettbewerbsfrage. Dabei durfte ein hoher Rücklauf von rund drei Prozent festgestellt werden. Detailinformationen: www.gastundgeber.ch

Sponsoren der Uri Tourismus AG

Eine Daueraufgabe von Uri Tourismus ist die Akquise von neuen Werbe-, Dienstleistungs- und Sponsoringpartnern bzw. das Halten bestehender Partner. In einem Markt, welcher immer volatiler, unberechenbarer und umkämpfter wird, sind langjährige, auf Vertrauen basierende (Sponsoring-)Partnerschaften ein nicht zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil.

Unsere Sponsoren

Uri Tourismus freut sich, auf langjährige Sponsoring-Partner zählen zu dürfen:

Urner Kantonalbank

GOTTHARD RASTSTÄTTE

KORPORATION URI

ARNOLD DIE NATUR IST UNSER ELEMENT.

arnoldreklamen

AUTO AG URI BEWEGT

ANGEL SANCHEZ FOTOGRAFIE UND TEXT

BDO

BINARY ONE

COMDATANET IT & Communication

die Mobiliar Generalagentur Uri

GISLER DRUCK.

PORR

iSware

workingpoint

Dienstleistungspartner der Uri Tourismus AG

Im Sinne der Nutzung von Synergien durfte Uri Tourismus im vergangenen Geschäftsjahr zahlreiche Dienstleistungen für Dritte erbringen:

AUTO AG URI
Einwohnergemeinde Altdorf
Einwohnergemeinde Erstfeld
Erhaltungs- und Interventionszentrum Erstfeld
IG Tourismus Uri
IG Gotthard Tunnel-Erlebnis
Kellertheater im Vogelsang
Regionalmanagement Tourismus
SBB Historic – Stiftung Historisches Erbe der SBB
SBB Historic Team Erstfeld
Tell-Museumsgesellschaft Bürglen
Theater Uri
Verband Urner Seilbahnen und Skilifte
Verein Gottardo-Wanderweg
Verein Urner Wanderwege

(Über-) Regionale Zusammenarbeit
Auch im Bereich der regionalen und überregionalen Zusammenarbeit konnten Synergien genutzt und spannende Kooperationen und Projekte umgesetzt werden - herzlichen Dank an diese Organisationen:

unsere Werbepartner
den Kanton Uri, insbesondere die Volkswirtschaftsdirektion
die Trägergemeinden des Urner Unterlands
die Tourismusvereine und -Kommissionen
die Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH
der Verein Tourismusregion Klewenalp
die touristischen Partnerorganisationen der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee
Schweiz Tourismus
die Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee
die Treib-Seelisberg-Bahn
die Hochschule Luzern
unsere Kreativagenturen

Ein grosses und herzliches DANKE an alle unsere Sponsoren, Partner und Aktionäre für die wertvolle Unterstützung und das Vertrauen im vergangenen Geschäftsjahr.

Finanzen

Auf der Musenalp wird man mit feinen Köstlichkeiten verwöhnt.

Jahresrechnung

Die Corona-Krise hat in der Jahresrechnung tiefe Spuren hinterlassen. Trotzdem kam die Unternehmung mit einem blauen Auge davon. Uri Tourismus schliesst das Geschäftsjahr 2020 mit einem Ertrag von CHF 1’534’186 ab. Dies entspricht 12% weniger Umsatz im Vergleich zum 2019. Der Aufwand beträgt CHF 1’549’801. Daraus resultiert ein Jahresverlust von CHF 15’615.

Aktiven
Uri Tourismus weist Aktiven im Umlaufvermögen von CHF 561’913 und im Anlagevermögen von CHF 3’474 aus.

Passiven
Die Passiven setzen sich aus dem Fremdkapital in der Höhe von CHF 221’567 sowie dem Eigenkapital von CHF 343’820 zusammen. Darin enthalten sind Rückstellungen in der Höhe von CHF 64’000. Davon entfallen CHF 49’000 auf Ausgaben in der Marktbearbeitung und die Kosten einer allfälligen Wiedereröffnung der Tourist Information in Erstfeld. Zusätzlich wurde für den Rückbau der Infrastruktur des Gotthard Tunnel-Erlebnisses eine langfristige Rückstellung über CHF 15’000 gebildet.

Betriebsertrag (Nettoerlöse aus Lieferungen/Leistungen)
Der Betriebsertrag beläuft sich auf CHF 1’534’186. Im Vergleich zum Vorjahr sind dies CHF 217’814 weniger Umsatz. Dies betrifft vor allem die Bereiche der Vermittlung Dritter wie beispielsweise SBB Historic oder Gotthard Tunnel-Erlebnis. Bei den Führungen im Gotthard Tunnel-Erlebnis konnten lediglich CHF 12’820 Einnahmen verzeichnet werden – im Vergleich zum Vorjahr mit CHF 126’599 entspricht dies einem Umsatzeinbruch von 90 Prozent. Die Leistungen in den beiden Projekten «Wiege der Schweiz» und «TempCamp» konnten wir im Rahmen der Angebotsentwicklung verrechnen und somit einen Teil des Umsatzes verbessern. Bei den Dienstleistungen entfielen erstmals CHF 90’000 aus dem beendeten Zusammenarbeitsvertrag mit der Klewenalp.

Direkter Aufwand
Der direkte Aufwand mit CHF 592’415 fällt tiefer aus als vorgesehen. Insbesondere die Aufwendungen für die Vermittlung Dritter führte entsprechend dem Minderumsatz auch zu tieferen Ausgaben.

Personalaufwand
Der Aufwand im Personalbereich belief sich auf CHF 774’047, was einer Reduktion um 10% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Der Corona-Lockdown führte zu einer Reduktion der Öffnungszeiten bei den Tourist Informationen in Altdorf und Erstfeld, zu Kurzarbeit und zu entsprechenden Kurzarbeitsentschädigungen im Umfang von CHF 53’291. Aufgrund der Corona-Restriktionen (z.B. Gruppengrösse) war das Gotthard Tunnel-Erlebnis nur für vier Monate geöffnet. So fanden nur wenige Führungen statt, was die Aufwendungen für die Guides stark reduzierte.

Übriger betrieblicher Aufwand
Der übrige betriebliche Aufwand fällt im Vergleich zum Vorjahr um CHF 22’216 tiefer aus. Insbesondere die Kosten im Verwaltungsbereich konnten weiter gesenkt werden.

Abschreibungen
Der Datenserver wird aus systemtechnischen Gründen bereits im Jahr 2021 ersetzt. Dies führte zu Extra-Abschreibungen von CHF 6’650 und totalen Abschreibungen von CHF 18’569.

Erfolgsrechnung vom 1. Januar bis 31. Dezember 2020

	2020	2019
Vergleich Erfolgsrechnung 2020 - 2019	**CHF**	**CHF**
Nettoerlöse aus Lieferungen/Leistungen	**1'534'185.55**	**1'751'999.51**
Direkter Aufwand	**–592’414.50**	**–652’531.95**
Personalaufwand	**–774’046.80**	**–864’295.75**
Übriger betrieblicher Aufwand	**–163’882.05**	**–186’097.85**
Abschreibungen auf Positionen des Anlagevermögens	**–18’569.00**	**–42’352.45**
Finanzaufwand und -ertrag	**–888.36**	**–1’445.09**
Ausserordentlicher, einmaliger und periodenfremder Erfolg	**0.00**	**2’134.55**
Jahresverlust/-gewinn	**–15’615.16**	**7’410.97**

Details zur Erfolgsrechnung 2020

	2020	2019
Betriebsertrag	**CHF**	**CHF**
Nettoerlöse aus Lieferungen/Leistungen		
Verkäufe Tourist Information (Online und Schalter)	**4’931.90**	**11’302.30**
Einnahmen und Provisionen aus Vermittlung Dritte	**63’921.94**	**257’384.66**
davon Einnahmen Führungen und Fahrten SBB Historic	4’503.45	45’443.67
davon Einnahmen Führungen Gotthard Tunnel-Erlebnis	12’819.69	126’599.29
davon Verlustausgleich aus Schwankungsreserve GTE	44’635.00	0.00
davon Einnahmen weitere Vermittlungen Dritte	1’091.90	79’591.15
davon Provisionen aus Vermittlung Dritte	871.90	5’750.55
Einnahmen UTAG Produkte und Marketing	**106’025.86**	**97’566.35**
davon Einnahmen UTAG Produkte	49’565.61	41’223.15
davon Einnahmen aus Marketing	56’460.25	56’343.20
Einnahmen Ticketing	**2’941.75**	**10’106.90**
Einnahmen öffentliche Hand	**895’350.30**	**909’173.85**
davon Kantonsbeitrag TourG	399’295.00	403’780.00
davon Gemeindebeiträge TourG	364’269.75	371’183.95
davon Dienstleistungsmandate öffentliche Hand	131’785.55	134’209.90
Einnahmen Dienstleistungen Dritte und Sponsoring	**276’143.05**	**423’618.15**
davon Einnahmen Dienstleistungen	164’795.10	317’065.10
davon Einnahmen Sponsoring	111’347.95	106’553.05
Einnahmen Projekte	**178’620.20**	**31’850.00**
Erlös übriger Ertrag	**6’250.55**	**10’997.30**
Total Nettoerlöse aus Lieferungen/Leistungen	**1’534’185.55**	**1’751’999.51**
Betriebsaufwand		
Direkter Aufwand		
Wareneinkauf	2’235.50	7’798.60
Ausgaben aus Vermittlung Dritte	73’231.30	164’863.60
Ausgaben UTAG Produkte und Marketing	173’767.80	244’606.85
Ausgaben Dienstleistungsmandate öffentliche Hand und Partner	113’810.75	97’164.05
Ausgaben Dienstleistungen für Dritte und Sponsoring	26’759.10	51’368.30
Ausgaben Projekte	165’406.40	31’850.00
Ausgaben Interessenvertretung/Tourismus-Sensibilisierung	5’030.50	2’616.65
Tourist-Informationen/übrige Ausgaben	32’173.15	52’263.90
Total direkter Aufwand	**592’414.50**	**652’531.95**
Personalaufwand		
Löhne und Entschädigungen	650’621.85	727’723.80
davon Leistungen von Sozialversicherungen	**–53’291.15**	**0.00**
davon Entschädigungen Führungen Gotthard Tunnel-Erlebnis	13’035.00	45’360.00
Sozialversicherungsaufwand	112’871.45	110’120.70
Übriger Personalaufwand	10’553.50	26’451.25
Total Personalaufwand	**774’046.80**	**864’295.75**
Übriger betrieblicher Aufwand		
Raumaufwand	56’918.00	57’489.85
URE/Leasingaufwand mobile Sachanlagen	6’213.05	2’118.25
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren, Bewilligungen	4’635.65	5’791.15
Energie- und Entsorgungsaufwand	2’860.40	3’156.80
Verwaltungs- und Informatikaufwand	49’825.95	58’645.50
Übriger Betriebsaufwand/Werbeaufwand	43’429.00	58’896.30
Total übriger betrieblicher Aufwand	**163’882.05**	**186’097.85**
Abschreibungen auf Positionen des Anlagevermögens	**18’569.00**	**42’352.45**
Finanzaufwand und -ertrag	**888.36**	**1’445.09**
Ausserordentlicher, einmaliger und periodenfremder Erfolg	**0.00**	**–2’134.55**
Jahresverlust/-gewinn	**–15’615.16**	**7’410.97**

Bilanz per 31. Dezember 2020

	31.12.2020	31.12.2019
Aktiven	**CHF**	**CHF**
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	505’033.37	465’955.08
Forderungen Lieferungen/Leistungen	27’324.55	77’547.90
Übrige kurzfristige Forderungen	2’376.05	2’537.65
Vorräte	101.00	611.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen	27’077.90	52’379.60
Total Umlaufvermögen	**561’912.87**	**599’031.23**
Anlagevermögen		
Mobile Sachanlagen	3’474.00	22’043.00
Total Anlagevermögen	**3’474.00**	**22’043.00**
Total Aktiven	**565’386.87**	**621’074.23**
Passiven		
Fremdkapital		
Fremdkapital kurzfristig		
Verbindlichkeiten Lieferungen/Leistungen	62’485.35	92’323.30
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	27’015.85	34’906.50
Passive Rechnungsabgrenzungen	60’608.95	49’317.55
Rückstellungen kurzfristig	49’000.00	33’000.00
Total Fremdkapital kurzfristig	**199’110.15**	**209’547.35**
Fremdkapital langfristig		
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	7’457.00	52’092.00
Rückstellungen langfristig	15’000.00	0.00
Total Fremdkapital langfristig	**22’457.00**	**52’092.00**
Total Fremdkapital	**221’567.15**	**261’639.35**
Eigenkapital		
Aktienkapital	144’500.00	144’500.00
Gesetzliche Gewinnreserven	23’500.00	23’500.00
Freiwillige Gewinnreserven	200’000.00	200’000.00
Verlustvortrag	–8’565.12	–15’976.09
Jahresverlust/-gewinn	–15’615.16	7’410.97
Total Eigenkapital	**343’819.72**	**359’434.88**
Total Passiven	**565’386.87**	**621’074.23**

Anhang zur Jahresrechnung 2020

	2020	2019
Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze	**CHF**	**CHF**
Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere die Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962), erstellt.		
Eigene Aktien		
Anfangsbestand am 01.01.	0.00	400.00
+ Zugänge	0.00	0.00
– Abgänge	0.00	– 400.00
Schlussbestand am 31.12.	0.00	0.00
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	**7’097.95**	**6’628.20**
Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen		
Nicht über 50 Vollzeitstellen	zutreffend	zutreffend
Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung		
– Auflösung nicht mehr benötigter Rückstellungen	0.00	4’265.55
– Diverses	0.00	– 2131.00
Total	**0.00**	**2’134.55**

Antrag über die Verwendung des Bilanzverlustes 2020

Der Verwaltungsrat schlägt vor, den Bilanzverlust wie folgt zu verwenden:

	2020	2019
Vortrag	**– 8’565.12**	**– 15’976.09**
Jahresverlust/-gewinn	– 15’615.16	7’410.97
Bilanzverlust	**– 24’180.28**	**– 8’565.12**
Einlage in die gesetzlichen Gewinnreserven	0.00	0.00
Einlage in die freiwilligen Gewinnreserven	0.00	0.00
Vortrag auf die neue Rechnung	**– 24’180.28**	**– 8’565.12**

Bericht der Revisionsstelle

Tel. +41 41 874 70 70
Fax +41 41 874 70 80
www.bdo.ch

BDO AG
Marktgasse 4
6460 Altdorf

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision
an die Generalversammlung der

Uri Tourismus AG, Altdorf

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang (Seiten 19, 21 und 22), der Uri Tourismus AG für das am 31. Dezember 2020 abgeschlossene 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.

Altdorf, 9. April 2021

BDO AG

Beat Marty	ppa. Beat Blaser
	Leitender Revisor
Zugelassener Revisionsexperte	Zugelassener Revisionsexperte

Beilage
Jahresrechnung

BDO AG, mit Hauptsitz in Zürich, ist die unabhängige, rechtlich selbstständige Schweizer Mitgliedsfirma des internationalen BDO Netzwerkes.

Mitarbeitende

Stand 31. Dezember 2020

Maurus Stöckli
Geschäftsführer

Diana Mattli
Leiterin Marketing (GL)

Jasmin Schuler
Leiterin Tourist Information (GL)

Sybille Jauch
Unternehmensentwicklung (25%)

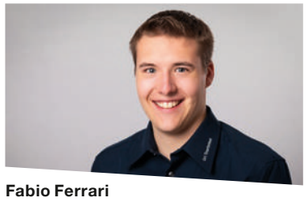
Markus Baumann
Finanzen (40%)

Marina Medici
Projektleiterin und Führungssupport (GL)

Evelin Walker
Projektleiterin (90%)

Melina Wechsler
Projektleiterin

Evelyne Wendler
Praktikantin Marketing (20%)



Fabio Ferrari
Tourist Information

Jasmin Gisler
Tourist Information (80%)

Barbara Hiltbrunner
Tourist Information (60%)

Anja Müller
Tourist Information (10%)

Anina Fässler
Praktikantin Marketing (20%)
Austritt Mai

Marius Eller
Tourist Information (10%)
Austritt Juni

Sarah Rohrer
Praktikantin Tourist Information (50%)
Austritt September

Guides

Für die breite Palette an Führungen, welche vom Rundgang im Reussdelta über Dorfrundgänge in Altdorf, Erstfeld und Bauen bis hin zu Theatertouren in Altdorf und Erstfeld sowie Führungen im SBB Depot Erstfeld und im Gotthard Tunnel-Erlebnis reichen, ist Uri Tourismus auf zahlreiche Guides angewiesen:

Andrea Marxen
Bruno Pagani
Charly Infanger
Charly Simmen
Claudia Furrer
Edwin Muther
Eugen Herger
Gerhard Danioth
Heinz Keller
Herbert Roseng
Hugo Biasini
Jenny Würsch
Josef Zurfluh
Kurt Feubli
Lea Briker
Lisbeth Arnold-Heim
Marcel Huwyler
Markus Indergand-Kieliger
Martina Ziegler
Max Gisler
Pascal Mangold
Paul Arnold
Robert Schlatter
Roland Humair
Roland Seehaus
Sandra Lussmann-Arnold
Ueli Hurschler
Walter Jauch
Werner Danioth

Uri Tourismus bedankt sich herzlich bei den motivierten Guides und freut sich auf weiterhin gute Zusammenarbeit.

Impressum

Textredaktion: Mitarbeitende Uri Tourismus
Revisionsstelle: BDO AG, Altdorf
Grafik/Design: syn Agentur für Gestaltung, Stans/Altdorf;
Uri Tourismus
Bildrechte: Angel Sanchez | Christian Perret | Marlies Planzer | Sascha Krähenbühl | Valentin Luthiger | Art of Fotografie GmbH

Verwaltungsrat

Markus Züst	
Funktion im Verwaltungsrat	Verwaltungsratspräsident
Im Verwaltungsrat seit	2019
Wohnort	Altdorf
Aktuelle berufliche Tätigkeit	Rechtsanwalt und Notar, Advokaturbüro Züst, Altdorf

Pia Bellmont	
Funktion im Verwaltungsrat	Vizepräsidentin und Vertretung Gemeinde Flüelen
Im Verwaltungsrat seit	2013
Wohnort	Flüelen
Aktuelle berufliche Tätigkeit	Leiterin Rektorat, Gemeindeschulen Schwyz, Schwyz

Andreas Bossart	
Funktion im Verwaltungsrat	Vertretung Gemeinde Altdorf
Im Verwaltungsrat seit	2013
Wohnort	Altdorf
Aktuelle berufliche Tätigkeit	Geschäftsführer, HUBROL AG, Altdorf

André Hafner	
Funktion im Verwaltungsrat	Vertretung Gemeinde Seelisberg
Im Verwaltungsrat seit	2018
Wohnort	Seelisberg
Aktuelle berufliche Tätigkeit	Inhaber und Geschäftsführer, HAFNER AG, Stans

Rebekka Wyler	
Funktion im Verwaltungsrat	Kommunikation
Im Verwaltungsrat seit	2018
Wohnort	Erstfeld
Aktuelle berufliche Tätigkeit	Generalsekretärin (Jobsharing), SP Schweiz, Bern

Zacharias Ziegler	
Funktion im Verwaltungsrat	Recht
Im Verwaltungsrat seit	2016
Wohnort	Bürglen
Aktuelle berufliche Tätigkeit	Rechtsanwalt, Dubach Rechtsanwälte Notariat, Hergiswil

Daniel Kaufmann	
Funktion im Verwaltungsrat	Mitglied
Im Verwaltungsrat seit	2016
Wohnort	Root
Aktuelle berufliche Tätigkeit	Geschäftsführer, Gotthard Raststätte A2 Uri AG, Schattdorf

Aaron Bohl	
Funktion im Verwaltungsrat	Vertretung Gastro Uri
Im Verwaltungsrat seit	2020
Wohnort	Altdorf
Aktuelle berufliche Tätigkeit	Geschäftsführer, «Kafe im griänä Hüüs», Altdorf

Titelbild: Es herrscht Morgenstimmung am Urnisee.
Rückseite: Die Spurensuche «Tatort Tell» begeistert Gross und Klein.

uri
DIE SEELE DER SCHWEIZ

LUZERN
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

Schweiz.

Uri Tourismus AG
Schützengasse 11 | 6460 Altdorf
Tel. +41 (0)41 874 80 00
info@uri.swiss | www.uri.swiss