uri
DIE SEELE DER SCHWEIZ

Uri Tourismus AG
Jahresbericht 2022

Vorwort

Mehr Wert / Mehrwert für Uri schaffen – unser Daseinszweck
Neben Agilität oder Empowerment gehört auch der Begriff Purpose zu den gängigen Begriffen im Themenfeld New Work: Purpose stammt aus dem Englischen und bedeutet auf Deutsch so viel wie Absicht, Aufgabe, Bestimmung, Intention oder Sinn. Warum stehe ich jeden Morgen auf? Was treibt mich an? Welchen Sinn hat mein Tun? Warum arbeite ich bei der Uri Tourismus AG? Warum bin ich am Schalter in der Gästeinformation tätig, als Projektleiter:in, Buchhalter oder Geschäftsführer? Bezogen auf die Arbeitswelt: Welchen höheren Zweck verfolgen wir bei bzw. mit der Uri Tourismus AG? Schnell gestellt, aber nicht immer einfach beantwortete Fragen. Im Rahmen unserer internen Kulturentwicklung Uri Tourismus 2.0 haben wir uns im vergangenen Jahr intensiv unter anderem mit Fragen zur Sinnhaftigkeit unserer Tätigkeit und zu unserer Daseinsberechtigung beschäftigt.

Kritisch betrachtet, könnte man sich jetzt fragen: Hat die Uri Tourismus AG zu wenig Selbstvertrauen, wenn sie sich Gedanken zu ihrer Daseinsberechtigung macht oder einfach zu wenig zu tun, um der Frage nach der Sinnhaftigkeit ihrer Arbeit nachzugehen? Im Zuge des zunehmenden Fachkräftemangels, der beschränkten finanziellen Mittel im Gerangel um die «besten» Mitarbeitenden, aber auch dem Anspruch folgend ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, rücken diese Fragen immer mehr ins Zentrum einer modernen Unternehmenskultur. Dies zeigen auch exemplarisch unsere letzten Vor- bzw. Einstellungsgespräche.

Natürlich kann der Purpose eines jeden Menschen und jedes Unternehmens völlig unterschiedlich sein. Für die einen ist es Nachhaltigkeit, andere Unternehmen wollen Menschen auf der ganzen Welt zusammenbringen oder technische Innovationen hervorbringen, die die Welt verändern. Wir von der Uri Tourismus AG haben uns für eine einfach zu merkende, aber trotzdem weitreichende Antwort entscheiden: WIR SCHAFFEN MEHRWERT FÜR URI.

Wofür braucht es aber nun diesen Purpose? Ganz einfach: Er ist der Antrieb intrinsischer Motivation, der Motor allen Handelns. Wer einen Sinn in einer Sache sieht, geht zielgerichtet und unbeirrbar vor. Statt sich mit Jobfrust morgens aus dem Bett zu quälen, geniessen wir den Arbeitstag. Wir tun etwas, das unseren Werten und Zielen entspricht, was uns Freude macht. Wir treffen auf gleichgesinnte Kollegen, unsere Ideen finden Anklang und wir sind ins Unternehmen eingebunden. Wer seinen Purpose in (s)einem Unternehmen findet, hat Spass im Beruf, arbeitet effizienter wie auch effektiver und ist schliesslich erfolgreicher.

An diesem Sinn richtet sich unser ganzes Tun und Handeln aus. Wir schaffen Mehrwert für Uri, indem wir…

- Uri verbinden - Netzwerke schaffen und pflegen
- Uri sichtbar machen - Region kommunizieren und vermarkten
- Uri vermitteln - Erlebnisse und Angebote verkaufen
- Uri weiterentwickeln - Angebote schaffen und optimieren
- Uri leben - mit Herzblut für Uri einstehen

Diese Ausführungen beschreiben sehr exakt, warum es die Uri Tourismus AG braucht und was es heisst sich für die Uri Tourismus AG zu engagieren. Sie lassen uns aber auch sehr viele Freiheiten, wie dieser Mehrwert im Detail auszusehen hat.

Egal ob Urnerin oder Urner, Luzernerin, Aargauerin oder Nidwaldner, wir Uri Tourismus-Mitarbeitende stehen mit Herzblut und Leidenschaft für unser wunderschönes Urner Unterland und unsere Erlebnisregion ein. Und das jeden Tag, von früh bis spät und nicht nur von 8 bis 5 Uhr und nicht bloss an Wochentagen. Ganz einfach beseelt von Uri – der Seele der Schweiz.

Maurus Stöckli, Geschäftsführer

Alles Gute!
Ein Abschiedsgespräch mit Pia Bellmont und Andreas Bossart

Seit mehr als zehn Jahren – länger als es die Uri Tourismus AG überhaupt gibt – waren Pia Bellmont und Andreas Bossart für den Tourismus tätig. Nun scheiden beide aufgrund des Rücktritts aus dem jeweiligen Gemeinderat aus dem Verwaltungsrat der AG aus. Marina Medici, Mitarbeiterin der UTAG, blickt mit ihnen zurück und in die Zukunft.

Marina Medici: Wer von euch beiden war länger für die Uri Tourismus AG bzw. die Vorgängerorganisation tätig?
Andreas Bossart: Ich musste heute Morgen kurz nachschauen. Im Jahr 2010 wurde ich in den Gemeinderat Altdorf gewählt und war somit ab 2011 im Amt und damit auch im Verein Altdorf Tourismus. Im Herbst 2012 wurde das Urner Tourismusgesetz angenommen. Seither vertrete ich die Gemeinde Altdorf im Verwaltungsrat der Uri Tourismus AG. Seitens Gemeinde gründeten wir im Jahr 2015 den Tourismusausschuss Altdorf mit Mandatssitz von der Uri Tourismus AG. Der Ausschuss kümmert sich verstärkt um den Altdorfer Tourismus und setzte tolle Geschichten wie zum Beispiel den «Altdorfer Wuchämärcht plus» um.
Pia Bellmont: Ich trat im Jahr 2008 in den Gemeinderat Flüelen ein und war ebenfalls im Verkehrsverein Flüelen mit dabei. Über eine Arbeitsgruppe bin ich dann zum Verein Tourist Info Uri gekommen. Es ging darum, ein Tourismusgesetz für den Kanton Uri zu entwickeln und durch das Stimmvolk genehmigen zu lassen. Den grössten Teil der Arbeit am neuen Gesetz leistete Claudia Zgraggen in Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern. Ich war damals Mitglied im Vorstand der Tourist Info Uri.
Marina Medici: Um die Frage abschliessend zu beantworten – Pia ist somit etwas länger dabei als Andreas.

Marina Medici: Was war wichtig bei der Entwicklung des neuen Gesetzes?
Pia Bellmont: Ich erinnere mich, dass der Verteilschlüssel zahlreiche Diskussionen ausgelöst hat: Wer bekommt wieviel Geld? Wer muss wieviel beisteuern? Auch ich musste im Gemeinderat Überzeugungsarbeit leisten, um den Mehrwert des Tourismusgesetzes darzulegen und den doch grösseren Budgetposten zu rechtfertigen.
Andreas Bossart: Der Gemeinderat Altdorf stand ohne grössere Diskussionen hinter dem Verteilschlüssel. Der Verteilschlüssel sorgte aber nach der Annahme des Gesetzes bei einzelnen Gemeinden für Fragen: «Was bekommen wir eigentlich für das Geld?». Die Geschäftsführerinnen der UTAG waren immer bereit für ein Gespräch mit den Gemeinden, um darzulegen, welche Leistungen abgedeckt sind (und welche nicht). Mir scheint, dass sich die Legitimation durch das von Maurus Stöckli ins Leben gerufene Gefäss des Erfahrungsaustausches mit den Gemeindevertretungen nochmals verbessert hat. Viele Gemeinden haben wieder Tourismuskommissionen gegründet, sind vor Ort aktiv und auch ausserhalb des offiziellen Erfahrungsaustausches im regen Kontakt mit der UTAG.

Marina Medici: Wisst ihr, wie viele Personen in den letzten zehn Jahren für die Uri Tourismus AG tätig waren?
Andreas Bossart: Ich schätze, es waren zwischen 48 und 54 Personen.
Pia Bellmont: Ich vermute, es waren um die 50.
Marina Medici: Seit 2012 arbeiteten und arbeiten insgesamt 44 Personen als Festangestellte oder im Praktikum bei der UTAG. Ausgenommen davon sind die Guides und die Verantwortlichen der Abendkasse – mit diesen sind es gegen 100 Personen.
Andreas Bossart: Dann lagen wir ja beide sehr gut mit unserer Schätzung. Die Vorgängerinnen wie auch Maurus Stöckli und das Team leisteten und leisten noch immer Top-Arbeit. Der Verwaltungsrat konnte stets, auch in herausfordernden Zeiten, auf das Team zählen.

Marina Medici: An welches Vorkommnis könnt ihr euch noch gut erinnern?
Pia Bellmont: An den Verwaltungsratssitzungen war ich stark gefordert mit den Abkürzungen und Bezeichnungen der zahlreichen Projekte und Organisationen. Da ich im Alltag wenig direkte Berührungspunkte mit dem Fachgebiet Tourismus hatte, stellten viele Themen zu Beginn eine Herausforderung dar. In solchen Fällen einfach mal zuhören und keine verräterischen Fragen stellen, bis man den Durchblick erlangt und sich einbringen kann.
Andreas Bossart: In den letzten vier, fünf Jahre, mit dem Einstieg des neuen Geschäftsführers Maurus Stöckli, kam viel Bewegung in die Unternehmung, und die UTAG wurde von aussen verstärkt wahrgenommen. Das neue Team rund um Maurus Stöckli hat es geschafft, mehr Verständnis für den Tourismus bei der Bevölkerung zu wecken. Dieser verstärkte Fokus auf die Vermarktung konnte allerdings nur angepackt werden, weil sich die Organisation in den Jahren davor dem Aufbau gekümmert hatte. Ich kann es nicht oft genug sagen: Gute Führungspersonen und ein engagiertes Team haben die UTAG erfolgreich geprägt.
Pia Bellmont: Mir haben auch der Zusammenhalt und die positive Ausstrahlung des Teams immer imponiert. All die Jahre gab es kaum Knatsch oder schnelle und unerklärbare Abgänge.

Marina Medici: Gab es ein Projekt, welches ihr nicht besonders gut fandet?
Pia Bellmont: Den Kasten in Flüelen beim Bahnhof…
Marina Medici: Du meinst den digitalen Infopoint, wo Gäste wie auf einer Webseite Informationen abrufen konnten?
Pia Bellmont: Genau. Ich glaubte nicht an eine lange Lebenszeit und fand es auch nicht sehr hygienisch, dass da alle mit den Fingern drauf rumwischten. Da war ich skeptisch. Schöne und nützliche Infrastrukturen erachte ich als viel wichtiger. Im kleineren Rahmen dann lieber ein schönes und bequemes Bänkli als ein Fotospot, der zum Selfie-Machen einladen soll.

Marina Medici: Wohin soll sich der Tourismus im Urner Unterland bewegen?
Andreas Bossart: Die wenigen Hotels im Urner Unterland stossen an ihre Grenzen, um mehr Übernachtungsgäste willkommen zu heissen, deswegen sehe ich vor allem das Potenzial im Tagestourismus. Für diese Tagesgäste brauchen wir grössere und spannende Attraktionen, welche aber auch Geld kosten. Ideen gibt es sicher, aber oftmals hapert es mit der Finanzierung. Darum werden viele Ideen nicht weiterverfolgt. Mein Wunsch wäre es, dass die beiden Tourismusorganisationen eine Einheit werden, um gemeinsam den Tourismus im gesamten Kanton Uri zu koordinieren und weiterzubringen.
Marina Medici: Pia, teilst du die Meinung von Andreas, dass das Urner Unterland und das Urner Oberland als Einheit auftreten sollten?
Pia Bellmont: Ich bin nicht sicher, welcher Weg der richtige ist. Was ich mir vor allem wünsche, wären mehr kleine Hotels oder Pensionen, die zeitgemäss ausgestattet sind, familiär geführt werden und den Charme besitzen, der zum Bleiben und Wiederkommen einlädt. Das passt auch zu Uri.
Andreas Bossart: Ich sehe das auch so. Die kleinen, feinen Unterkünfte sind sicherlich beliebt. Damit so etwas funktioniert, braucht es Gastgeber:innen mit Herzblut und viel Engagement – solche Leute zu finden, ist sehr schwierig, wie die letzten Jahre gezeigt haben.

Marina Medici: Seid ihr auch touristisch im Kanton Uri unterwegs? Ich würde meinen, Pia trifft man eher auf einem Wanderweg und Andreas in einem Restaurant….
Pia Bellmont: Richtig, ich bin vorwiegend auf unseren Wanderwegen unterwegs und geniesse dort die Abwechslung.
Andreas Bossart: Ich gehe auch gerne wandern, nehme mir auch gerne mehr Zeit für lange Spaziergänge. Und ja, ich geniesse gerne gutes Essen in Restaurants. Habe aber auch eine grosse Schwäche für Fiat500 und eine langjährige Verbindung zum Zirkus Knie, welche ich gerne pflege.

Marina Medici: Wie würde euer favorisierter Ausflug im Urnerland aussehen?
Andreas Bossart: Ich würde mit dem Fahrrad auf den Klausenpass fahren, den Schächentaler Höhenweg entlang bis zum Berggasthaus Eggberge rattern und dort etwas Feines geniessen.
Pia Bellmont: Ich besuche nach Möglichkeit einmal im Jahr die Kröntenhütte um anschliessend im Fulenseeli zu baden. Ein Bad in diesem Bergsee ist ausgesprochen wohltuend – eine Offenbarung.

Marina Medici: Was würdest du einem Gast empfehlen?
Andreas Bossart: Ich würde ihn auf einen Rundgang durch Altdorf einladen, sowie auf eine Rundreise durch das Untere Reusstal, verbunden mit einem guten Essen. Man kann hier so viel Schönes entdecken, da ist es wirklich schwierig, das Beste rauszupicken. Für mich sind die Eggberge, der Schächentaler Höhenweg mit dem Klausenpass aber auch das Arni und die Alpen überhaupt Hotspots für den Tourismus in Uri.

Im Gespräch mit Pia Bellmont und Andreas Bossert.

Marina Medici: Zum Abschluss, was gebt ihr der Uri Tourismus AG mit auf den Weg?
Pia Bellmont: Kontinuität in der Zusammenarbeit mit den Gemeinden. Der rege stattfindende Austausch ist wertvoll für beide Seiten. Durch diesen Erfahrungsaustausch bleiben auch die oftmals wechselnden Gemeinderäte auf dem aktuellen Stand und sind gut involviert.
Andreas Bossart: Weiter so! Die Organisation ist auf dem richtigen Weg. An Bewährtem dranbleiben, aber auch immer wieder Neues ausprobieren. Dazu braucht es weiterhin ein starkes Team bei der UTAG.

Fokusjahr 2022: Urner Seilbahn-Eldorado

Die Seilbahn bringt die Gäste ins Biel-Kinzig Gebiet.

Fokus ist nicht, «JA» zu sagen zu einer Sache, sondern «NEIN» zu sagen, zu den hundert anderen guten Ideen. (Steve Jobs)

Das Fokusjahr 2022
Zum ersten Mal arbeitet die Uri Tourismus AG im Sommer 2022 mit einem «thematischen Fokusjahr». Dieses entstand aus der Überlegung, dass die Marketingmittel mehrheitlich für das definierte Thema eingesetzt werden und damit eine grössere Werbewirkung erzielt wird. 2022 standen die Seilbahnen im Zentrum, 2023 der Urner Alpsommer, und 2024 wird der Fokus auf das Thema Mythos Tell gelegt.
Damit das Fokusthema auch wahrgenommen wurde, wurde die Gästeinformation entsprechend dekoriert. Während des Sommers 2022 stand eine Gondel in der Gästeinformation. Diese machte auf die Vielzahl an Seilbahnen und das Urner Seilbahneldorado aufmerksam. Zudem konnte man beim Wettbewerb verschiedenste Seilbahn-Preise gewinnen. Als Hauptpreis winkte gar ein Fondue in der ausgestellten Gondel.

UKB-Seilbahnaktion
Mit dem Umzug der Urner Kantonalbank an den Bahnhof Altdorf wurde eine Woche lang ein Gewinnspiel durchgeführt. Dabei hatten alle Besucher:innen am neuen Standort die Möglichkeit, Gutscheine im Wert von 20 Franken für die Urner Seilbahnen zu gewinnen. Die Gutscheine können bis Ende 2023 bei allen im Seilbahnführer aufgeführten Seilbahnen eingelöst werden. Insgesamt wurden Gutscheine im Wert von über 25’000 Franken verteilt. Bis Ende 2022 wurden Gutscheine im Wert von knapp 10’000 Franken eingelöst. Die Kosten der Seilbahnaktion werden aus dem Sponsoringbeitrag der Urner Kantonalbank und von der Uri Tourismus AG getragen.

Social-Media: Seilbahn-Serie «Yyseri Bähndli»
Von Mitte Mai bis Anfang Oktober wurden die Urner Seilbahnen während 21 Wochen prominent auf Facebook und Instagram präsentiert. Jeweils am Donnerstag erschien unter dem Titel «Yyseri Bähndli» ein neuer Beitrag. Neben der Vorstellung der Seilbahn, einem passenden Ausflugstipp und ansprechendem Bildmaterial, wurden die Beiträge mit dem Hashtag #seilbahneldoradouri versehen. Des Weiteren wurden spezielle Aktionen wie die Bürgeraktion der Korporation Uri, der Isenthaler Seilbahn-Fotowettbewerb oder das 100-Jahr-Jubiläum der Haldi-Seilbahn in die Serie miteinbezogen. Die Seilbahn-Serie genoss auf Social Media grosse Beliebtheit – die Beiträge wurden rege geteilt, geliked und kommentiert. Auch erhöhte es die Anzahl Followers auf allen Kanälen.

Seilbahnticket Isenthal
Gemeinsam mit Isenthal Tourismus konnte im Sommer 2022 der «Isenthaler Bähndlipass» umgesetzt werden. Dabei kommt der Gast mit nur einem Ticket in den Genuss von sieben verschiedenen Seilbahnen: Furggelen, Gietisflue, Gitschenen, Horlachen, Musenalp, Obere Bärchi und Oberalp. Im Ticket inkludiert ist je eine Retourfahrt bei jeder Seilbahn. Erhältlich waren die Tickets bei den teilnehmenden Seilbahnen, im Gasthaus Tourist, im Hotel Urirotstock, im Dorfladen Isenthal sowie bei der Uri Tourismus AG.

Skilift-Challenge
Auf die Wintersaison 2022/2023 wurde die Skilift-Challenge ins Leben gerufen. Nach dem Motto «Schlepp- statt Sessellift» wurden die kleinen Skigebiete im Urner Unterland in Szene gerückt. Auf humorvolle Art und Weise wurde der zäheste Skifahrer respektive die ausdauerndste Snowboarderin gesucht. Ziel war es, alle sechs Skilifte in der Knipskarte abzuknipsen. Bereits nach drei besuchten Skiliften durfte die Karte eingeschickt respektive abgegeben werden und es gab für die strapazierten Muskeln eine kleine Belohnung. Alle eingereichten Knipskarten kamen am Schluss in eine Endverlosung mit verschiedenen Preisen. Auf Grund des schneearmen Winters 2022/2023 war die Rücklaufquote im ersten Jahr schlecht. Grund genug, die Skilift-Challenge nächsten Winter nochmals zu lancieren.

Tell-Pass Zwei für Eins Aktion
Im Sommer 2022 beteiligte sich die Uri Tourismus AG an der Tell-Pass Aktion «2 für 1». Gäste welche für mindestens zwei Nächte und zwei Personen im Zeitraum vom 1. Mai bis zum 31. Oktober 2022 in einem Hotel in der Erlebnisregion Uri übernachteten, profitierten von einem zweiten kostenlosen Tell-Pass. Aus den angeschriebenen Partnerhotels haben drei an der Aktion teilgenommen. Es wurden insgesamt 28 Tell-Pässe bestellt.

Kooperationsprojekt «Wiege der Schweiz»

Das Rütli, die Gründungsstätte der Schweiz.

Verbunden werden auch die Kleinen gross beziehungsweise die Schwachen mächtig. (Friedrich Schiller, Wilhelm Tell)

Die Wiege der Schweiz wächst und wächst
So wie die Urkantone im früheren Geschichtsverständnis Verbündete um Verbündete gewannen, kamen bei der Wiege der Schweiz neue Partner hinzu. Mit dem Verein Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee, mit Stoos-Muotatal Tourismus, der Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees und der Schweizerischen Südostbahn gewann das Projekt vier neue strategische Partner. Zudem vertiefen per 2023 der Verein Tourismusregion Klewenalp-Vierwaldstättersee und die ausgewiesene Luzerner Kreativagentur Erlebnisplan ihre Zusammenarbeit mit der Wiege der Schweiz. Beide gehören neu der Trägerschaft an.
Im 2022 war die Wiege der Schweiz auf diversen Schweizer Werbeplattformen präsent. Während zwei Kommunikationswellen wurde mittels Display- und Native Ads sowie Social Media- und Newsletter-Beiträgen erfolgreich auf den interkantonalen Erlebnisraum aufmerksam gemacht. Auf Watson kam die Top-10-Bucketlist inklusive neuem Kurzvideo bei den Usern sehr gut an, zusammen mit dem Tarifverbund Nordwestschweiz wurde die Kulinarik-Tour beworben. Ergänzend zu den Onlinekampagnen wurde die Faltkarte dem Magazin «Essenz» der Schweizerischen Südostbahn beigelegt, es erschienen diverse Printartikel sowie während des Eidgenössischen Schwing- und Älplerfests ein Kurzvideo in den öffentlichen Verkehrsmitteln in Basel. Weiter wurden Velo-Werbeboxen mit verschiedenen Sujets der Wiege der Schweiz versehen und waren an gut frequentierten Standorten der Stadt Rapperswil unterwegs.

Neue Webseite
Wandervögel, historisch Interessierte, Genussmenschen und Familien finden seit Mitte Juni 2022 auf www.wiegederschweiz.ch Inspirationen und Planungshilfen für ihren nächsten Ausflug. Mystische Fotos, ansprechende Videos und Illustrationen lassen die Besucher:innen bereits zu Hause den Charme der Region erleben. Neben Tipps rund ums Wandern und zu den Sehenswürdigkeiten runden Empfehlungen für Restaurants und Übernachtungen, buchbare Angebote und Veranstaltungshinweise den Internetauftritt ab.
Im Hintergrund ist die neue Webseite ein Pilotprojekt der Region Luzern-Vierwaldstättersee im Bereich Open Data. Ziel dieser überregionalen Zusammenarbeit ist es, die gemeinsame Nutzung von Daten und digitalem Content über die Grenzen der einzelnen Organisationen und Firmen hinweg zu fördern. Vom sogenannten Data- und Content-Hub, einer zentralen Datenplattform mit touristischen Informationen, sollen künftig Informationen für beispielsweise Webseiten, Apps oder auch Infoscreens angeliefert werden. Eine solche Open-Data-Lösung bringt insbesondere zwei Vorteile: Sie reduziert den Aufwand für die Pflege des Contents, und dieser kann auf verschiedenen Kanälen und mehrfach verwendet werden. Für die Umsetzung wurde lokales Know-How genutzt. Denn die Konzeption, das Design, die Webseite sowie die Schnittstellen zum Data- und Content-Hub hat das Urner Unternehmen BINARY one GmbH realisiert.

Fotospots: wegweisend, informierend und verbindend
In der Erlebnisregion Wiege der Schweiz reihen sich zahlreiche Sehenswürdigkeiten aneinander, wobei beliebte Ausflugsziele und Gedenkstätten seit Mitte Juni 2022 mit eleganten Fotospots in Szene gesetzt werden. Von Küssnacht am Rigi bis Bürglen und von Seelisberg bis zum Sattel wurden Fotospots errichtet. Sie zeigen berühmte Tellstätten wie das Rütli und das Telldenkmal, Gedenksstätten wie das Zwyssighaus und die Schlacht bei Morgarten, und entzücken durch einen faszinierenden Ausblick. Weitere Fotospots werden im Juni 2023 realisiert. Damit keiner der 23 Fotospots verpasst wird, gibts unter www.wiegederschweiz.ch/fotospots eine detaillierte Übersicht.
Die Fotospots stammen aus der Feder von Erlebnisplan. Um ein durchgängiges Gesamterscheinungsbild zu erzeugen und den Wiedererkennungswert zu erhöhen, wurde beim Fotospot ein Schweizerkreuz mit Pfeil verwendet – das Logo der Wiege und des Wegs der Schweiz. Das rote Schweizerkreuz zeigt die Richtung und definiert einen besonders schönen Bildausschnitt, eine Kerbe hilft beim Selfie, integrierte Texttafeln vermitteln Spannendes zu einem spezifischen Thema und mittels QR-Code erhalten die Gäste umfassendere Informationen zum Fotospot sowie weiteren Spots in der Umgebung. Die Fotospots machen den Raum nicht nur besser erlebbar und animieren die Gäste zum «Schiessen» von Erinnerungsfotos, sondern sollen durch die Verknüpfung auf den sozialen Netzwerken auch eine grosse Reichweite erhalten.

Kulinarik-Tour «Wiege der Schweiz»
Die neue Kulinarik-Tour beginnt wahlweise in Altdorf oder Brunnen und verbindet das Naturerlebnis mit Geschichte und Genuss. Die drei Gänge des Schwur-Menüs werden in unterschiedlichen Restaurants serviert, der Hauptgang zum Beispiel neben der Rütliwiese und das Überraschungsdessert entspannt am Seeufer in Brunnen. Zwischen den Gängen regt Fortbewegung den Appetit an: zu Fuss auf dem Weg der Schweiz, mit dem Schiff auf dem Vierwaldstättersee und mit der über 100-jährigen Bergbahn von Treib nach Seelisberg.

Von Uri für Uri

Unterwegs auf dem Haldi ob Schattdorf,

Motivation ist Dinge zu tun, die uns wichtig sind, zusammen mit Menschen, die uns wichtig sind. (Sheryl Sandberg)

Urner Schulreisen mit der Dätwyler-Stiftung
Die Dätwyler Stiftung lud im Frühling/Sommer 2022 erstmalig in Zusammenarbeit mit der Uri Tourismus AG Urner Primarschulklassen ein, ihre Schulreise im eigenen Kanton durchzuführen. Zur Auswahl standen sechs verschiedene Schulreise-Programme, welche von den Lehrpersonen ausgewählt werden konnten. Die Programme wurden von der Uri Tourismus AG zusammengestellt und organisiert, sodass die Lehrpersonen ein Sorglospaket bekamen. Finanziert wurden die Schulreisen durch die Dätwyler Stiftung. Insgesamt 28 Schulklassen machten vom Angebot Gebrauch. Am beliebtesten waren die Schulreisen mit Tieren, Lama- und Ziegentrekking. Nach den positiven Rückmeldungen der Lehrpersonen und ihrer Schulklassen wird das Angebot im Frühling/Sommer 2023 wiederholt und gar auf zehn verschiedene Schulreise-Programme ausgebaut.

Neuer Imagefilm – Erleben statt Durchfahren
Gemeinsam mit der Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH und Filmemacher Martin Wabel von der Firma bildsektor wurden während rund einem Jahr Ideen für einen neuen Imagefilm entwickelt. Es wurde organisiert, gefilmt, geschnitten und getestet. Am 16. Dezember war es so weit, und der Film konnte im Theater Uri dem Premierenpublikum vorgestellt werden. Der Film stiess sogleich auf grossen Anklang. Innerhalb von einer Woche konnten schon über 12‘000 Views auf Youtube registriert werden und auch auf den Social Media wurde der Film über 40‘000-mal geliked, kommentiert und geteilt.
Mit dem gemeinsamen Imagefilm wollen die beiden Urner Tourismusorganisationen mit einem Augenzwinkern zeigen, dass sich Ferien im Kanton Uri durchaus lohnen. Der Film greift die zentrale Frage auf, was denn eigentlich in einem «Imagefilm» über Uri gezeigt werden müsste. So wird das Publikum fast wie bei einem Brainstorming durch die Region geführt. Der Film ist auf den Social-Media-Kanälen der Uri Tourismus AG sowie auf der Webseite zu finden: www.uri.swiss/film

Folierung Postautos
Mit dem Fahrplanwechsel im Dezember 2022 hat die Auto AG Uri (AAGU) die meisten Urner Postauto-Linien übernommen. Aus markenrechtlichen Gründen darf die AAGU das Postauto-Gelb nicht verwenden, weshalb bei den fünf Autos ein neues Design zwingend war. Der neue Look der ehemaligen Postautos ist in Zusammenarbeit mit der Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH und der AAGU entstanden. Die Busse kommen neu als «Liebesbrief an Uri» angerollt und sind eine Hommage an unseren schönen Heimatkanton. Urnerinnen und Urner sowie alle Uri-Liebhaber sind nun aufgefordert, ihre Liebesbotschaft an den Kanton Uri mit Bild und Text zu zeigen und auf www.liebesbriefeanuri.ch hochzuladen. Ende 2023 werden die besten Sujets ausgewählt und aufs Bus-Heck geklebt.

Start-up-Weekend Uri
Die Uri Tourismus AG führte gemeinsam mit der Standortförderung Uri und dem Working Point das erste Start-up-Weekend Uri durch. Vier Teams nahmen teil, bestehend aus angehenden Unternehmer:innen, die ihre Geschäftsidee in einem inspirierenden Umfeld weiterentwickelt haben. Ihre Geschäftsideen reichten voneinerAlgenmanufakturfürCO2-armeProdukteübereinGeschäftsmodell im Bereich alkoholfreier Getränke und einer Plattform für automatisierte Dienstleistungen bis hin zu datenbasierten Beratungsdienstleistungen. Das Ziel war, aufzuzeigen, dass der Kanton Uri über bestes Potenzial für Wissensarbeitende und Jungunternehmen verfügt. Zum einen durch seine geografische Lage an der europäischen Nord-Süd-Achse. Zum anderen, weil Wissensarbeitende verstärkt flexible Arbeitsmodelle wählen und dies gerne mit Freizeit kombinieren.

Informationsabend für Ferienwohnungs-Besitzer:innen
Im November durfte die Uri Tourismus AG mehr als ein Dutzend Ferienwohnungsbesitzer:innen zum ersten Informationsabend zusammen mit e-domizil begrüssen. Tobias Haas, Leitung Operations von e-domizil, gab spannende Einblicke in die Onlinevermarktung und deren Vorteile.
Ziel dieses Informationsanlasses war es, die Hemmschwelle der Onlinebuchbarkeit zu senken und unsere Ferienwohnungsbesitzer:innen für dieses Thema zu sensibilisieren. Ein erfolgreicher Informationsabend für bestehende und potenzielle Partner.

Gast&Geber Event des Jahres 2022
Die vielfältigen und zahlreichen Veranstaltungen vom Guggenfest über die Chilbi bis zu Tanz- und Theaterveranstaltungen machen Uri zur attraktiven Ferien- und Freizeitregion. Um die Urner Events und Kultur nach der Pandemie wieder anzukurbeln, wurde im Rahmen der Tourismus-Sensibilisierungskampagne der beiden Urner Tourismusorganisationen der Gast&Geber Event des Jahres ins Leben gerufen. 33 Events hatten sich beworben, 30 davon konnten stattfinden. Die meisten der 683 eingegangenen Stimmen erhielt das 35-Jahr-Jubiläum der Altdorfer Chyybääderli Guggä. Neben der Auszeichnung durften sie den mit 3’000 Franken dotierten Preis der Dätwyler Stiftung entgegennehmen. Auf dem zweiten Platz ist das 25. Urner Kantonale Schützenfest, und Rang drei geht an den Bristenlama-Weihnachtsplausch.

Projekte über die Grenzen Uris hinaus

Aussicht von der Bärchi, Isenthal.

**Menschen, die miteinander arbeiten, addieren ihre Potenziale.
Menschen, die füreinander arbeiten, multiplizieren diese.
(Steffen Kirchner)**

Kaffeerahm-Deckeli-Kampagne mit Emmi
Uri in millionenfacher Ausführung gab es im Juni 2022. Rund sieben Millionen Kaffeerahmdeckeli der Schweizer Milchverarbeiterin Emmi waren in den Regalen von Coop, Volg und Spar sowie in den Gastronomiebetrieben zu finden. Die 20 unterschiedlichen Sujets auf den Kaffeerahm-Deckeli stammen aus der beliebten Kampagne «Uri – eine Weltreise zu Fuss», die vor mehr als 15 Jahren zum ersten Mal veröffentlicht wurden. Mit diesen Bildern konnte bereits während dem Kaffeegenuss vom nächsten Ausflug in den Kanton Uri geträumt werden.

Kooperation Swiss Wine Tour
Die Uri Tourismus AG ist seit Mitte Oktober 2022 offizielle Partnerin von Swiss Wine Tour – als erste Tourismusorganisation der Zentralschweiz! Unsere beiden Angebote rund um Weine mit den Winzern vom Belmite-Rebberg in Altdorf – auf Wunsch auch mit einem Nachtessen im Suworowhaus – sind nun auch auf der Website von Swiss Wine Tour zu finden.

Kantonaler Auftritt am Zürcher Sächsilüüte
Nach zwei pandemiebedingten Verschiebungen klappte es endlich mit der Durchführung des Zürcher Sechseläutens mit Uri als Gastkanton. Vom 22.-25. April 2022 gelang es mit dem Auftrittsmotto «Wahre Freunde», die Herzen der Zürcher:innen zu gewinnen. Die Uri Tourismus AG durfte im kantonalen OK tatkräftig mitwirken und stemmte zusammen mit Andermatt-Urserntal Tourismus vor allem die personellen Einsätze in den zwei Ausstellungszelten auf dem Lindenhof. Dort zeigten sechs Räume, in einer spielerischen, überraschenden und teilweise provokativer Weise Gegensätzliches und Gleiches zum Thema «Wahre Freunde». Im grossen Festzelt unterhielt die Urner Musik- und Kulturszene täglich Besucher:innen, teilweise wurde sogar auf den Bänken stehend mitgefeiert. Urner Spezialitäten gab es an der Marktstrasse auf dem Lindenhof zu kaufen. Organisationstalent forderte der «Kinderumzug» am Samstag sowie der Montagsumzug «Zug zum Feuer», bei welchen eine grosse Urner Präsenz verlangt war. Gemäss Rückmeldungen von Seiten Gästen sowie der Mitwirkenden darf dieser Auftritt, an welchem über 200 Urner:innen beteiligt waren, als gelungen in die Geschichte eingehen.

Velo-Event Klausen-Monument
Am Sonntag, 11. September 2002, gehörte die Strecke zwischen Unterschächen und Linthal ganz den Bikerinnen, Rennvelofahrern, Gravelbike-Enthusiasten und Tourenfahrenden. Autofreie Tage sind auf Schweizer Passstrassen eine Seltenheit. Ist dann mal ein Pass für den Motorfahrzeugverkehr gesperrt, ist die Begeisterung der Velofahrer:innen gross. Rund 4’000 Velofahrende nahmen im Rahmen des «Klausen Monument» die Strecke über den Klausenpass unter die Räder. Visit Glarus, die Uri Tourismus AG als Trägerin des Events sowie das überregionale Organisationskomitee vom Verein KLAUSEN MONUMENT sind überglücklich über den grossen Andrang. Nachdem anfangs Jahr die Zukunft des Anlasses aufgrund des plötzlichen Rückziehers des Hauptsponsors noch in den Sternen gestanden hatte, war die Genugtuung umso grösser, dass man den Anlass aus eigener Kraft stemmen konnte und von der Velofamilie gleich derart belohnt wurde. Die Teilnehmenden zeigten sich vom Anlass und der Organisation begeistert und taten dies auch gerne kund. Dass keinerlei Unfälle zu verzeichnen waren, setzt dem Ganzen die Krone auf.

Gast&Geber «Blick hinder d’Kulissä vo Üri»
Im August fand bereits der vierte «Blick hinder d’Kulissä»-Event statt. Dabei erhielten (Heimweh-)Urner:innen sowie Freunde des Urnerlands einen exklusiven Einblick in die Gisler 1843 AG. Beim Urner Medienhaus erfuhren die Gäste nicht nur, wie das «Urner Wochenblatt» entsteht, sondern auch wie Inserate geschaltet und gedruckt werden. Anschliessend führte der Historiker Ralph Aschwanden die Gruppe auf eine kulinarische Beizentour. Dabei wurde jeder Gang in einem anderen Restaurant serviert. Zwischen den Häppchen zum Essen gab es Häppchen zur Geschichte der Altdorfer Beizen. Ein Mix aus amüsanten Anekdoten, Geschichten und Gaumenschmaus. Mit 20 Teilnehmenden war der Event gut besucht. Die geplante Ausgabe im Urner Oberland wurde von Oktober auf Mitte Januar 2023 verschoben.

Tourismus im Urner Unterland in Zahlen

Die Terrasse des Restaurant Pizzeria Moosbad Da Sergio.

Uri in Zahlen

Logiernächte im Urner Unterland: 92’595
+18%

Herkunft:
54% (48’000) aus der Schweiz
und
20% (17’000) aus Deutschland

Gästekontakte
am Schalter, Telefon, per Mail:
64’164

Gotthard Tunnel-Erlebnis:
3’699 Personen
(342 Gruppen)

Anzahl Führungen
inkl. Personenzahl:
3010 Personen
(152 Gruppen)

Tatort Tell:
655 Personen
(71 Gruppen)

Wo ist Walterli?:
521 Personen
(59 Gruppen)

Mitarbeit in
gemeindeinternen
Tourismuskommissionen:
3

278 Partnerbetriebe

Sponsoren der Uri Tourismus AG

Eine Daueraufgabe der Uri Tourismus AG ist die Akquise von neuen Werbe-, Dienstleistungs- und Sponsoringpartnern sowie das Halten bestehender Partner. In einem Markt, welcher immer volatiler, unberechenbarer und umkämpfter wird, sind langjährige, vertrauensvolle Partnerschaften ein nicht zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil. Wir danken unseren Sponsoren herzlich für ihre Treue!

Unsere Sponsoren

Die Uri Tourismus AG 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 1843

Provisio ERFOLG DURCH WEITSICHT

iSware

workingpoint

Dienstleistungspartner der Uri Tourismus AG

Mit dem Ziel der Nutzung von Synergien durfte die Uri Tourismus AG im vergangenen Geschäftsjahr zahlreiche Dienstleistungen für Dritte erbringen:

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

(Über-) Regionale Zusammenarbeit
Auch im Bereich der regionalen und überregionalen Zusammenarbeit konnten Synergien genutzt und spannende Kooperationen und Projekte umgesetzt werden. Wir danken folgenden Organisationen:

unseren Werbepartnern
dem Kanton Uri, insbesondere der Volkswirtschaftsdirektion
den Trägergemeinden des Urner Unterlands
den Tourismusvereinen und -kommissionen
der Andermatt-Urserntal Tourismus GmbH
den touristischen Partnerorganisationen der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee
Schweiz Tourismus
der Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee
der Treib-Seelisberg-Bahn
dem Verein Tourismusregion Klewenalp
der Hochschule Luzern
unseren Kreativagenturen

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

Finanzen

Unterwegs auf dem Tatort Tell.

Jahresrechnung

Die Uri Tourismus AG schliesst das Geschäftsjahr 2022 mit einem Ertrag von CHF 1’750’999 ab. Dies entspricht 18 Prozent mehr Umsatz im Vergleich zum 2021. In den Vorjahren mussten wir noch Umsatzrückgänge verbuchen. Gleichzeitig erhöht sich der Aufwand auf CHF 1’745’390. Dank den tieferen Ausgaben resultiert erfreulicherweise ein Jahresgewinn von CHF 5’609.

Aktiven
Die Uri Tourismus AG weist ein Umlaufvermögen von CHF 817’428 aus. Das Anlagevermögen beläuft sich auf CHF 205’006. Hier fällt der Kauf von Obligationen im Wert von CHF 200’000 auf. Die Einführung eines Negativzinses durch die UKB führte zu diesem Schritt. Die mobilen Sachanlagen sind auf einen Franken abgeschrieben.

Passiven
Die Passiven setzen sich aus dem Fremdkapital in der Höhe von CHF 638’066 sowie dem Eigenkapital von CHF 384’368 zusammen. Die passiven Rechnungsabgrenzungen beinhalten vor allem Abgrenzungen zum Projekt «Wiege der Schweiz», das wir weiterführen. Die Rückstellungen in der Höhe von CHF 191’000 betreffen hauptsächlich Ausgaben in der Marktbearbeitung, die für 2024 anstehende Neulancierung des Internetauftritts sowie Reserven für die strategischen Geschäftsfelder im Marketing.

Betriebsertrag (Nettoerlöse aus Lieferungen/Leistungen)
Der Betriebsertrag beläuft sich auf CHF 1’750’999. Im Vergleich zum Vorjahr sind dies CHF 262’964 mehr. Das ist vor allem auf die erfreulichen zusätzlichen Führungen im Gotthard-Tunnel, einen durch uns organisierten Kongress sowie das Projekt «Wiege der Schweiz» zurückzuführen. Auch unsere eigenen Produkte und Marketingleistungen haben sich leicht positiv entwickelt. Derweil blieb der Ticketverkauf unter den Erwartungen. Es wird immer mehr online gebucht. Dank den ordentlichen und ausserordentlichen Beiträgen der öffentlichen Hand können wir den Grundauftrag weiterhin sicherstellen.

Direkter Aufwand
Der direkte Aufwand mit CHF 859’779 fällt entsprechend dem Mehrumsatz ebenfalls höher aus. Insbesondere die Aufwendungen für die Vermittlung Dritter, Ausgaben für die Marktbearbeitung und das Projekt «Wiege der Schweiz» führten entsprechend dem Mehrumsatz zu diesen höheren Ausgaben.

Personalaufwand
Der Aufwand im Personalbereich belief sich auf CHF 741’911, was einer leichten Erhöhung um 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Die im Vorjahr eingeleitete Personalreorganisation konnte sinnvoll weiterentwickelt werden. Eine Mutterschaft, eine neue Stellenbesetzung, vermehrter Einsatz der Guides beim Gotthard Tunnel Erlebnis sowie eine leichte Lohnerhöhung führten zu diesem Resultat.

Übriger betrieblicher Aufwand
Der übrige betriebliche Aufwand fällt mit CHF 145’438 leicht höher aus. Während die Kosten im Verwaltungsbereich wiederum leicht gesenkt werden konnten, nahmen die IT-Kosten weiter zu.

Abschreibungen
Im Gegensatz zum Vorjahr kam es zu keinen wesentlichen Investitionen. Deshalb fielen die Abschreibungen gering aus.

Erfolgsrechnung vom 1. Januar bis 31. Dezember 2022

	2022	2021
Vergleich Erfolgsrechnung 2022 - 2021	**CHF**	**CHF**
Nettoerlöse aus Lieferungen/Leistungen	**1’750’998.71**	**1’488’034.35**
Direkter Aufwand	**-859’778.79**	**-579’362.97**
Personalaufwand	**-741’911.30**	**-693’762.40**
Übriger betrieblicher Aufwand	**-145’438.45**	**-139’675.25**
Abschreibungen auf Positionen des Anlagevermögens	**-1’846.25**	**-42’120.90**
Finanzaufwand und -ertrag	**-742.24**	**-641.84**
Gewinn aus Veräusserung Anlagevermögen	**0.00**	**2’321.25**
Ausserordentlicher, einmaliger u. periodenfremder Erfolg	**4’327.25**	**147.15**
Jahresgewinn/-verlust	**5’608.93**	**34’939.39**

Details zur Erfolgsrechnung 2022

	2022	2021
Betriebsertrag	**CHF**	**CHF**
Nettoerlöse aus Lieferungen/Leistungen		
Verkäufe Tourist Information (Online und Schalter)	**6’622.90**	**5’805.20**
Einnahmen und Provisionen aus Vermittlung Dritte	**159’528.90**	**36’312.30**
davon Einnahmen Führungen und Fahrten SBB Historic	12’152.75	2’646.40
davon Einnahmen Führungen Gotthard Tunnel-Erlebnis	91’310.25	30’257.10
davon Einnahmen Kongresse	32’854.25	1’323.10
davon Einnahmen weitere Vermittlungen Dritte	9’631.80	1’768.10
davon Provisionen aus Vermittlung Dritte	13’579.85	317.60
Einnahmen UTAG Produkte und Marketing	**109’063.30**	**83’621.85**
davon Einnahmen UTAG Produkte	34’317.60	29’390.85
davon Einnahmen aus Marketing	74’745.70	54’231.00
Einnahmen Ticketing	**7’301.03**	**2’774.85**
Einnahmen öffentliche Hand	**870’326.60**	**873’553.65**
davon Kantonsbeitrag TourG	400’140.00	401’017.50
davon Gemeindebeiträge TourG	365’620.55	366’936.00
davon Dienstleistungsmandate öffentliche Hand	104’566.05	105’600.15
Einnahmen Dienstleistungen Dritte und Sponsoring	**231’200.10**	**227’019.15**
davon Einnahmen Dienstleistungen	141’749.70	130’681.10
davon Einnahmen Sponsoring	89’450.40	96’338.05
Einnahmen Projekte	**366’048.35**	**250’000.00**
Erlös übriger Ertrag	**907.53**	**8’947.35**
Total Nettoerlöse aus Lieferungen/Leistungen	**1’750’998.71**	**1’488’034.35**
Betriebsaufwand		
Direkter Aufwand		
Wareneinkauf	3’205.85	3’663.70
Ausgaben aus Vermittlung Dritte	110’772.05	18’086.35
Ausgaben UTAG Produkte und Marketing	303’275.74	204’159.95
Ausgaben Dienstleistungsmandate öffentliche Hand u. Partner	105’081.65	90’236.22
Ausgaben Projekte	300’756.30	229’721.75
Ausgaben Interessenvertretung/Tourismus-Sensibilisierung	5’923.30	4’008.20
Tourist-Informationen/übrige Ausgaben	30’763.90	29’486.80
Total direkter Aufwand	**859’778.79**	**579’362.97**
Personalaufwand		
Löhne und Entschädigungen	596’945.95	578’952.90
Leistungen von Sozialversicherungen	-18’694.20	-24’698.75
Entschädigungen Führungen Gotthard Tunnel-Erlebnis	31’777.55	15’405.00
Sozialversicherungsaufwand	107’405.15	103’875.30
Übriger Personalaufwand	24’476.85	20’227.95
Total Personalaufwand	**741’911.30**	**693’762.40**
Übriger betrieblicher Aufwand		
Raumaufwand	53’679.00	48’975.05
URE/Leasingaufwand mobile Sachanlagen	0.00	1’512.50
Sachversicherungen, Abgaben, Gebühren, Bewilligungen	4’773.30	3’604.05
Energie- und Entsorgungsaufwand	1’711.90	2’510.00
Verwaltungs- und Informatikaufwand	40’104.10	41’440.95
Übriger Betriebsaufwand/Werbeaufwand	45’170.15	41’632.70
Total übriger betrieblicher Aufwand	**145’438.45**	**139’675.25**
Abschreibungen auf Positionen des Anlagevermögens	**1’846.25**	**42’120.90**
Finanzaufwand und -ertrag	**742.24**	**641.84**
Gewinn aus Veräusserung Anlagevermögen	**0.00**	**-2’321.25**
Ausserordentlicher, einmaliger und periodenfremder Erfolg	**-4’327.25**	**-147.15**
Jahresgewinn/-verlust	**5’608.93**	**34’939.39**

Bilanz per 31. Dezember 2022

	31.12.2022	31.12.2021
Aktiven	**CHF**	**CHF**
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	721’195.99	699’718.96
Forderungen Lieferungen/Leistungen	53’941.25	41’727.20
Übrige kurzfristige Forderungen	5’576.50	8’045.25
Vorräte	501.00	1.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen	36’213.00	20’427.45
Total Umlaufvermögen	**817’427.74**	**769’919.86**
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	205’000.00	5’000.00
Mobile Sachanlagen	6.00	5.00
Total Anlagevermögen	**205’006.00**	**5’005.00**
Total Aktiven	**1’022’433.74**	**774’924.86**
Passiven		
Fremdkapital		
Fremdkapital kurzfristig		
Verbindlichkeiten Lieferungen/Leistungen	146’728.55	135’679.65
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	32’024.05	23’553.60
Passive Rechnungsabgrenzungen	209’403.15	142’023.10
Rückstellungen kurzfristig	191’000.00	65’000.00
Total Fremdkapital kurzfristig	**579’155.75**	**366’256.35**
Fremdkapital langfristig		
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	43’909.95	14’909.40
Rückstellungen langfristig	15’000.00	15’000.00
Total Fremdkapital langfristig	**58’909.95**	**29’909.40**
Total Fremdkapital	**638’065.70**	**396’165.75**
Eigenkapital		
Aktienkapital	144’500.00	144’500.00
Gesetzliche Gewinnreserven	24’100.00	23’500.00
Freiwillige Gewinnreserven	200’000.00	200’000.00
Verlustvortrag	10’159.11	-24’180.28
Jahresgewinn/-verlust	5’608.93	34’939.39
Total Eigenkapital	**384’368.04**	**378’759.11**
Total Passiven	**1’022’433.74**	**774’924.86**

Anhang zur Jahresrechnung 2022

	2022	2021
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.		
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	**0.00**	**0.00**
Erklärung zur Anzahl Vollzeitstellen		
Nicht über 50 Vollzeitstellen		
Nicht über 10 Vollzeitstellen	zutreffend	zutreffend
Erläuterungen zu ausserordentlichen, einmaligen oder periodenfremden Positionen der Erfolgsrechnung		
Periodenfremde Einzahlung	4’327.25	147.15
Total	**4’327.25**	**147.15**

Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns 2022

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

	2022	2021
Vortrag	**10’159.11**	**-24’180.28**
Jahresgewinn/-verlust	5’608.93	34’939.39
Bilanzgewinn/-verlust	**15’768.04**	**10’759.11**
Einlage in die gesetzlichen Gewinnreserven	300.00	600.00
Einlage in die freiwilligen Gewinnreserven	0.00	0.00
Vortrag auf die neue Rechnung	**15’468.04**	**10’159.11**

Bericht der Revisionsstelle

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision

an die Generalversammlung der

Uri Tourismus AG, Altdorf

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Uri Tourismus AG für das am 31. Dezember 2022 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 sowie der Antrag über die Verwendung des Bilanzgewinns nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Altdorf, 24. März 2023

BDO AG

Beat Marty

Zugelassener Revisionsexperte

Nicolas Wyrsch

Leitender Revisor
Zugelassener Revisionsexperte

Mitarbeitende

Stand 31. Dezember 2022

Sibylle Arnold
Gästeinformation (40%)

Markus Baumann
Finanzen (40%)

Nicole Demarmels
Marketing

Jasmin Gisler
Gästeinformation (80%)

Barbara Hiltbrunner
Gästeinformation (80%)

Diana Mattli
Marketing

Marina Medici
Marketing

Tanja Müller
Marketing (90%)

Jasmin Schuler
Leiterin Gästeinformation

Maurus Stöckli
Geschäftsführer

Lea Wettstein
Praktikantin Marketing (20%)

Anja Müller
Gästeinformation (10%)
Austritt Juni

Melina Wechsler
Marketing
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 die Uri Tourismus AG auf zahlreiche Guides angewiesen:

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

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

Impressum

Textredaktion: Mitarbeitende Uri Tourismus AG
Revisionsstelle: BDO AG, Altdorf
Grafik/Design: syn Agentur für Gestaltung, Stans/Altdorf
Bildrechte: Angel Sanchez | Marc Risi | perretfoto.ch | Valentin Luthiger und Uri Tourismus AG

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	Administrative Leiterin richterliche Behörde, Obergericht Kanton Uri

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

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

Titelbild: Die Älplerfamilien mit ihrem Vieh auf dem Heimweg vom Urnerboden.
Rückseite: Erste Skiversuche am Pinocchio-Kinderskilift in Unterschächen.

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