

Jahresbericht Solothurn Tourismus 2023

Vorwort des Präsidenten

Region Solothurn Tourismus blickt auf ein gutes Jahr zurück. So wie die touristischen Kennzahlen nach dem pandemiebedingten Einbruch wieder nach oben zeigen, so entwickelt sich auch die Solothurner Tourismusorganisation stetig weiter. An der Generalversammlung im Mai konnte der Vorstand mit der ausgewiesenen Touristikerin und Direktorin von Tourismus Region Baden AG, Andrea Portmann, verstärkt werden. An der jährlichen Vorstandsretraite im September sass bereits der designierte Tourismusdirektor Bernhard Christen mit am Tisch, der im November Jürgen Hofer nach 15 Jahren in diesem Amt ablöste. Beiden gebührt ein grosser Dank für die nahtlose und unkomplizierte Amtsübergabe. Bernhard Christen investierte bereits vor seinem eigentlichen Stellenantritt viel Zeit in die neue Aufgabe. Jürgen Hofer kümmerte sich noch lange über seine Anstellung hinaus um den Abschluss der Jahresrechnung 2023. Beide haben es für den Solothurner Tourismus gemacht und sind dafür nicht entschädigt worden. Intern haben sich Vorstand und Team von Solothurn Tourismus im November anlässlich eines Nachtessens im Bel Etage im Beisein von Nationalrat Kurt Fluri und Stadtpräsidentin Stefanie Ingold gebührend von Jürgen Hofer verabschiedet und seinen Nachfolger begrüsst. Zwischenzeitlich hat Bernhard Christen seine Tätigkeit mit Elan aufgenommen und bereits zahlreiche Projekte aufgegleist. Erfreulich ist auch, dass er die Ferienregion Aargau Solothurn in der Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren, der wichtigsten schweizerischen Tourismusinstanz, vertreten kann. Darüber hinaus nimmt er in den Leitungsgremien zahlreicher regionaler Organisationen von Kanton Solothurn Tourismus, Stadt- und Gewerbevereinigung über den Flugplatz Grenchen bis zum Verein Schiff Aare Einsitz. Der Vorstand von Region Solothurn Tourismus ist 2023 zu vier Sitzungen zusammengekommen. Die Zusammenarbeit in diesem Gremium ist effizient, konstruktiv und kollegial. Ich danke allen Beteiligten einschliesslich unserem aufgestellten Team im Tourismusbüro dafür, dass sie das Jahr 2023 zu einem guten Jahr für den Solothurner Tourismus gemacht haben.

Jahresbericht des Direktors

1. Tourist Office

Das Jahr 2023 kann als erste normale Jahr seit der Pandemie bezeichnet werden. Die Gästezahlen haben sich auf hohem Niveau stabilisiert, wobei es etwas weniger Besucher aus der Schweiz, dafür wieder vermehrt Gäste aus dem Ausland gab. Gerade während der Hauptsaison im Sommer ist dies spür- und vor allem hörbar, wenn in den Gassen von Solothurn vermehrt Fremdsprachen zu hören sind. Da während dieser Zeit die Nachfrage nach touristischen Informationen besonders hoch ist, wurden die verlängerten Öffnungszeiten am Samstag erneut umgesetzt.

Bei den Stadtführungen konnte das Rekordergebnis des Vorjahres nicht ganz erreicht werden. Dennoch fällt die Jahresbilanz positiv aus. Mit 1'463 Stadtführungen und 24'305 Gästen liegen wir auf dem gleichen Niveau wie in den besten Jahren vor der Pandemie. Hinzu kommt, dass wir bei den Erlebnis-Trail, welche auch als Alternative zu Stadtführungen genutzt werden, mit 5'000 gebuchten Trails (+25% gegenüber 2022) ein absolutes Rekordergebnis erzielt haben.

Damit die grosse Nachfrage an Führungen auch weiterhin bedient werden kann, wurden 2023 12 neue Stadtführer*innen ausgebildet. Neu verfügen wir über ein 50-köpfiges Korps, welches

zusammen mit dem TO auch in Zukunft sicherstellt, dass unsere Führungen reibungslos und in hoher Qualität abgewickelt werden können.

2. Logiernächte, Seminar- und Geschäftstourismus

Die Hotellerie und Parahotellerie (Campingplatz und Jugendherberge) erzielten im Berichtsjahr in Summe 152'621 Logiernächte (2022: 150'866) was gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 1.2% bedeutet und einem neuen Allzeitrekord entspricht.

Davon erzielten die Hotels auf Stadtgebiet 95'225 Logiernächte (2022 93'468), was ein Plus von 1.9% bedeutet. Dieses Ergebnis ist erfreulich, bleibt aber immer noch rund 10'000 Logiernächte hinter dem Rekordjahr 2019 zurück. Zwar konnte die durchschnittliche Auslastung der bestehenden Hotels um 2.5 Prozentpunkte auf 62.3% (Quelle: BFS) erhöht werden, dies entspricht dem Niveau von vor der Pandemie. Die geschlossenen Hotels Astoria und Zunfthaus zur Wirthen konnten bisher also nicht kompensiert werden.

Das Fehlen der beiden Hotels ist bedauerlich. Insbesondere wenn man sieht, dass in anderen Regionen und Städten des Kantons Solothurn sich die Auslastung der Hotels ebenfalls normalisiert hat und gleichzeitig die Zimmerkapazität erhöht worden ist.

Ebenfalls gut kann das Resultat in der Parahotellerie bezeichnet werden. Bei der Jugendherberge gingen die Übernachtungszahlen zwar leicht zurück (-2.9%), liegen aber immer noch deutlich über dem Niveau von 2019. Der Campingplatz konnte die Anzahl Übernachtungen leicht steigern (+0.6%) und somit das Rekordjahr von 2022 sogar noch einmal toppen.

Der Seminar- und Kongresstourismus erholt sich weiterhin nur langsam. Erst gegen Ende des Jahres war eine gewisse Dynamik spürbar. Das Marketing-Team hat 2023 total 274 Kunden-Dossiers bearbeitet, was fast der Anzahl des Vorjahres entspricht (277). Die Anzahl Buchungen konnte dagegen leicht auf 164 erhöht werden (Vorjahr 157), was einer Erfolgsquote von 60% entspricht (Vorjahr 57%). Die IG Solothurn Services umfasst nach wie vor 14 Premiumpartner und 41 Leistungsträger, die im MICE-Geschäft eng zusammenarbeiten.

Nach 2022 führten wir auch 2023 einen vielbeachteten und gut besuchten Tag der offenen Seminarbetriebe «Fam Trip» für Anlassplanende und Event-Organisatoren durch. Unsere Präsenz an Assistent's Day in Zürich brachte erneut wertvolle Kontakte. In den renommierten Fachzeitschriften MICE-Tip und EventMotion waren wir mit zum Teil mehrseitigen Publireportagen präsent, wobei Premium Partner wie auch Rahmenprogramme vorgestellt wurden. Neu versenden wir jeden Monat einen MICE-Newsletter. Darin präsentieren wir neben Aktualitäten die Premium Partner, die Rahmenprogramm-Partner und Neuigkeiten aus Solothurn. Ebenfalls neu sind wir auf Social Media mit einem LinkedIn Profil aktiv, auf welchem wir Neuigkeiten und Aktivitäten von Solothurn Services, von Partnern und aus dem Tourismus teilen.

3. Partnerschaften

Der Tourismus ist eine Branche, die stark auf Netzwerke aufbaut. Entsprechend sind Kooperationen und Partnerschaften auf lokaler, regionaler und nationaler Basis fundamental für die

erfolgreiche Vermarktung einer Destination.

Entsprechend gab es auf lokaler Ebene regelmässigen Austausch mit den touristischen Leistungsträgern, den Rahmenprogrammpartnern aber auch der Austausch mit verschiedenen Vereinen.

Trotz zweier Informationsveranstaltungen mit Vertretern der Regionsgemeinden ist es bisher nicht gelungen, eine touristische Vermarktung der Region Solothurn breiter abzustützen. Dies wäre sinnvoll, da aus Sicht unserer Gäste nicht Gemeindegrenzen, sondern touristischen Highlights relevant sind. Und solche gibt es in praktische jeder Ecke der Region Solothurn.

Dass dies sogar über die Kantons Grenzen hinweg gut funktionieren kann, zeigen die seit Jahren erfolgreich gelebten Partnerschaften mit der Bielersee Schifffahrtsgesellschaft, Büren an der Aare und der BLS.

Nach dem noch etwas holprigen Start im Jahr eins, verlief die Zusammenarbeit zwischen den Tourismusorganisationen der Kantone Aargau und Solothurn im zweiten Jahr reibungslos. Erneut wurde via Schweiz Tourismus eine gemeinsame Sommer-Herbstkampagne umgesetzt. Dabei wurde das Thema Wandern und Wallfahrten thematisiert und dabei vor allem auch das Kloster Mariastein sehr schön in Szene gesetzt.

Nicht zuletzt wurde auch auf nationaler Ebene die Zusammenarbeit mit den Branchenorganisationen Schweiz Tourismus und Schweizerischer Tourismusverband aktiv durch die Teilnahme an Kampagnen, diversen Anlässen und Webinars gepflegt.

4. Marketing

Auch 2023 arbeiteten wir wie im Vorjahr am Produkt und an der Sichtbarkeit. Wir haben zusammen mit Schweiz Tourismus eine Sommerkampagne über die Barocktage Solothurn realisiert, Printwerbung in der deutschen und in der französischen Schweiz gemacht, die Realisierung und Eröffnung von zwei Foxtrails unterstützt, die Velobroschüre überarbeitet, das zweite Wochenprogramm für Einheimische und Gäste realisiert, die Öffnungszeiten des TO in den Sommermonaten verlängert und wieder eine Jahres-Kampagne auf den sozialen Medien realisiert. Schliesslich haben wir die PWA (Webseite für Hotelgäste) zur Gästeinformation vor Ort realisiert und die Vermarktung des MICE-Bereichs (Solothurn Services) intensiviert.

Kommunikation

Nachdem 2022 dank zusätzlicher Fördermittel eine ausserordentlich grosse Kampagne bei Schweiz Tourismus gebucht wurde, setzen wir dieses Jahr wieder eine normale Cities Kampagne, mit dem Fokus auf die Barocktage um. Dazu gehörte ein 15-sec Clip und eine Social Media Kampagne in den Zielmärkten Schweiz und Süddeutschland sowie eine halbseitige Integration im ST Magazin Ausgabe Sommer/Herbst mit einer Auflage 340'000.

Nebst der Kampagne bei ST platzierten wir diverse Inserate und Publireportagen in Reichweitenstarken Medien. Eine Beispiele sind: Sonntagszeitung vom 21. Mai 2023, 1 Seite Ausflugsstipps. Auflage 129'000; Schweiz am Wochenende vom 3. Juni 2023: Sonderbeilage «101 Ausflugsstipps». Doppelseite. Auflage 394'302; Femina: 4. Juni 2023, Auflage 66'000; Spick: 1. Juni 2023, Ferien in der Schweiz, 1 Doppelseite, Auflage 65'000; Reisetrends und Tagblatt der Stadt Zürich, 30. August. 1 Seite redaktionell. Auflage 195'833

Online-Marketing und Social Media

Die Kooperation mit der Firma online Karma wurde nach den positiven Erfahrungen im Vorjahr weitergeführt. Erneut setzten wir während ausgewählten Zeitspannen online Kampagnen auf Social Media Kanälen und Google Ads Kampagnen um. Die eingesetzten Mittel waren überschaubar, die Resultate aber erneut sehr positiv.

- Traffic Kampagne: (20.03. – 30.04.2023): Klicks 8'091; 577'715 Impressionen; 194'176 Reichweite
- Google Ads Kampagne (1.01.2023 – 30.4.2023): Klicks 19'775; Käufe und Buchungen 39 Stadtführungen und Gutscheine

Weitere ausgewählte Zahlen im Überblick:

- Facebook: Follower 2023: 2'171 (2022: 1'998)
- Instagram: Follower 2023: 4'428 (2022: 3'968)

Medienarbeit

Die Medienarbeit ist unser wichtigstes Instrument, wenn es darum geht die Stadt und Region Solothurn sichtbar zu machen. Wir setzen hier einen wesentlichen Teil des Marketing-Budgets und viele personelle Ressourcen ein, um den Medien die Schönheit, die kulturelle Vielfalt und die ansteckende Lebensfreude unserer Region näher zu bringen.

In Zusammenarbeit mit der auf Medienarbeit spezialisierten Gretz Communications AG Bern setzen wir diesbezüglich folgende Massnahmen um:

- Medienanlass in Lausanne mit 11 Journalisten
- 32 Medienmitteilungen (17 deutsch, 13 französisch, 2 italienisch)
- 14 Journalistenreisen in Solothurn

Dank dieser Massnahmen war Solothurn immer wieder präsent in den Medien. Die nachfolgenden Kennzahlen verdeutlichen eindrücklich wie wichtig die Medienarbeit für uns ist:

- 2023 erschienen 510 Artikel (271 Presse, 216 Online, 23 Radio/TV) in allen wichtigen Medien der deutschen, der französischen und der italienischen Schweiz. Darunter mehrseitige Artikel in reichweitenstarken Printmedien wie: Coop-Zeitung, Auflage 1'786'621; Migros Magazin, Auflage 507'139, Glückspost, Auflage 99'169; Schweizer Familie, Auflage 119'000
- Im Total erreichten wir eine Gesamtauflage Print von 25'035'000
- Mit den erschienenen Artikeln über Solothurn erreichten wir eine Werbeäquivalenz oder PR-Wert (so viel würde es kosten, um den Kommunikationswert der erschienenen Medienbeiträge einzukaufen) von CHF 5'855'000 (CHF 5'021'000 Print; CHF 834'000 Online)

Produktentwicklung

Gemäss dem Leitmotiv «ein gutes Produkt ist das beste Marketing!» hatte die Produkte-Entwicklung auch 2023 einen grossen Stellenwert

Die Themenwege (Trails) erfreuten sich erneut einer starken Nachfrage. Wobei der Food Trail das mit Abstand meistgebuchte Stadterlebnis darstellt. Zusätzlich zum bestehenden Angebot wurden am 30. Juni 2023 zwei neue Foxtrails in Solothurn eröffnet.

Ebenfalls im Juni lancierten wir eine Progressive Web App (PWA). Diese neue Web-App soll

Übernachtungsgästen auf einfache Art Inspirationen und Tipps für den Aufenthalt in Solothurn geben und ist auf dem Smartphone aufrufbar. Die PWA in den Sprachen DE, EN und FR aufrufbar.

Das 2022 lancierte Wochenprogramm wurde mit neuen Angeboten weitergeführt. Die beliebtesten Programme waren die Krimtour mit Christof Gasser, die Hasenmatt-Sonnenaufgangswanderung mit Jürgen und die «Solothurn by Night»-Führung. Das Wochenprogramm ist unter anderem ein Innovationsprogramm, bei welchem wir über eine gegebene Zeit neue Angebote testen können.

Events

Nach den schwierigen Pandemie Jahren kehrte im 2023 erstmals wieder eine gewisse Normalität zurück. Entsprechend war es auch wieder möglich, mit den grossen Solothurner Events gemeinsame Aktivitäten umzusetzen. So wurden die Barocktage erstmals in unsere Medienarbeit und unsere Kampagne integriert, für die Classionata wurde eine Medienreise mit 3 Journalisten organisiert sowie eine buchbare Pauschale (Hotel und Konzertticket) erstellt. Ebenfalls eine buchbare Pauschale gab es bei den Solothurner Filmtagen,

Die Barocktage Solothurn setzten ihre Erfolgsgeschichte mit der bereits dritten Austragung fort. Das reichhaltige Programm löste erneut ein grosses Medienecho aus und lockte noch einmal deutlich mehr Besucher an. Solothurn Tourismus unterstützte die Organisatoren bei der Vermarktung und im Vorverkauf.

Eine Premiere feierten im September die ersten Drachenbootrennen in Solothurn. Der Anlass lieferte spektakuläre, ungewohnte Bilder auf der Aare und der Publikumsaufmarsch war für einen neuen Event beträchtlich. Es handelt sich definitiv um einen Anlass mit Potential.

5. Öffentlichkeitsarbeit, politisches Lobbying und Weiterbildung

Die gut besuchte Generalversammlung stand im Zeichen des Direktorenwechsels von Jürgen Hofer zu Bernhard Christen. Zuerst präsentierte Jürgen Hofer noch einmal neue Bestmarken bei den Logiernächten und Stadtführungen, anschliessend wurde der neue Direktor vorgestellt und der Fahrplan für die Übergabe aufgezeigt.

Das Tourismusforum fand dieses Jahr zum Thema Nachhaltigkeit statt. Im Fokus stand das Swisstainable Programm von Schweiz Tourismus und dem schweizerischen Tourismusverband. Während der Verband seine Erkenntnisse auf nationaler Ebene präsentierte, informierten lokale Leistungsträger über ihre Erfahrungen mit dem neuen Label.

Auf nationaler Ebene hat Region Solothurn Tourismus nebst den regelmässigen Treffen mit Vertretern von Schweiz Tourismus erneut am Innotour-Projekt Destination Lab mitgearbeitet. Zudem vertrat der Direktor auch 2023 die Ferienregion Aargau Solothurn in der in die Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren*innen (RDK), welche die Interessen der Tourismusregionen gegenüber Schweiz Tourismus und der nationalen Politik vertritt.

Auch 2023 haben die Mitarbeiter*innen von Solothurn Tourismus verschiedene Weiterbildungen absolviert. Dazu gehörten die Teilnahme am schweizerischen Ferientag, dem eigentlichen Branchentreffen, welcher in Interlaken stattfand, das VSTM-Seminar, Tourismusforum Schweiz oder die ERFA Meetings des Destination Lab.

Das Stadtführungskorps bildete sich auf zahlreichen Besichtigungen weiter. Dazu gehörten Besuche des Stadtmists, des Riverside Areal, der Perspektive sowie eine Führung durch die Abteikirche von Payerne.

6. Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist für uns als Tourismusregion von grosser Bedeutung. Denn das Thema wird immer mehr zu einem wichtigen Entscheidungsfaktor bei Freizeitreisenden und Seminarverantwortlichen, wenn es darum geht, ein Hotel oder eine Destination auszuwählen. Entsprechend betrachten wir Nachhaltigkeit als Chance und fokussieren uns auf die Reduktion des Ressourcenverbrauchs, auf die Verbesserung der Barrierefreiheit und auf die Sensibilisierung der Leistungsträger. Konkret haben wir uns zum Ziel gesetzt, dass Solothurn Tourismus in einem Jahr die Swisstainable Stufe 2 erreicht.

Das in Zusammenarbeit mit der Stadt- und Gewerbevereinigung Solothurn, der Stadt Solothurn, Verein Selbstvertretung und Stefan Keller lancierte Projekt SOklappts! wurde weiter ausgebaut und damit die Barrierefreiheit der Stadt Solothurn weiter verbessert.

7. Jahresrechnung 2023 (Details siehe unten)

Die Jahresrechnung 2023 wurde am 11. März 2024 ohne Beanstandung revidiert. Sie weist bei Einnahmen von CHF 1'545'893 und Ausgaben von CHF 1'545'438 einen Gewinn von CHF 455 aus. Aufwand und Ertrag bewegten sich dabei auf dem Niveau des Vorjahres. Für diverse Aufgaben (Erneuerung IT, Gratifikation 2022, Nachfolge Direktor) wurden Rückstellungen in der Höhe von CHF 60'250 aufgelöst und neue in der Höhe von CHF 6'000 getätigt.

8. Organe

Team

Selina Affolter, KV Lernende ab 1.08.2023 (100%)
Nadine Boner Camacho, Co-Leiterin Marketing & Verkauf (60%)
Jakob Bühlmann, KV-Lernender bis 31.07.2023 (100%)
Alessia Cappellano, Mitarbeiterin Tourist Office (100%)
Bernhard Christen, Direktor ab 1.11.2023 (100%)
Eveline Feier, Co-Leiterin Marketing & Verkauf (80%)
Rabea Gasche, Mitarbeiterin Marketing (100%)
Jürgen Hofer, Direktor bis 31.10.2023 (90%)
Tamara Moser, Verantwortliche Stadtführungen (100%)
Stephanie Walker, Verantwortliche Saalreservierungen und Buchhaltung (100%)
50 Stadtführerinnen und Stadtführer

Delegationen Direktor

- Verantwortlicher Ressort Kontakt zu der Branche bei Kanton Solothurn Tourismus
- Vorstandsmitglied Verein Tourismus Solothurner Jura
- Vorstandsmitglied Stadt- und Gewerbevereinigung Solothurn
- Einsitz in die Gruppe Langsamverkehrs-Offensive Solothurn und Region! LOS!
- Steuerungsgruppenmitglied des Innotour-Projektes Destination Lab 2022-2025
- Einsitz in die Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren (RDK)
- Vorstandsmitglied Solothurner Stadtfest

Verein

Mitgliederstand per 31.12.23: 537

Vorstand

Der Vorstand hat 2023 drei ordentliche Sitzungen, einen Strategieworkshop und die Generalversammlung durchgeführt.

Michael Hug (Präsident)

Hansjörg Boll (Vizepräsident)

Andrea Portmann (ab Mai 2023)

Hans Weber

Marco Lupi

Roland Furrer

Thomas Mühlethaler

Treuhänder

NPO TREUHAND GMBH Solothurn

Revisionsstelle

Bargetzi Revision AG Solothurn

10. Dank

Dem Team von Solothurn Tourismus, den Stadtführerinnen und Stadtführern, den Vorstandsmitgliedern, den Vereinsmitgliedern, der Stadt Solothurn sowie allen Partnern und Sponsoren gebührt für ihren grossen Einsatz und das Vertrauen in Region Solothurn Tourismus ein herzliches Dankeschön.

Rechnung Solothurn Tourismus 2023
Bilanz per 31.12.23

AKTIVEN	2021	2022	2023
	CHF	CHF	CHF
Umlaufvermögen			
Kasse	3'532	3'270	5'082
PC-/Bankkonti	447'189	369'517	255'893
Debitoren	21'034	36'659	42'316
Inventar Souvenirs + Kinogutscheine + Tickets	2'849	7'189	11'544
Transitorische Aktiven	5'550	3'700	3'984
Total Umlaufvermögen	480'154	420'335	318'819
Anlagevermögen			
Wertschriften	1	1	1
Sachanlagen	1	1	1
Total Anlagevermögen	2	2	2
TOTAL AKTIVEN	480'156	420'337	318'821
PASSIVEN			
	CHF	CHF	CHF
Kurzfristiges Fremdkapital			
Kreditoren	94'463	131'372	98'503
Transitorische Passiven	128'958	30'493	15'642
Total kurzfr. Fremdkapital	223'421	161'865	114'145
Langfristiges Fremdkapital			
Rückstellungen	192'091	193'591	139'341
Total lgfr. Fremdkapital	192'091	193'591	139'591
Eigenkapital			
Vereinskapital	44'362	64'645	64'880
Jahresergebnis	20'282	236	455
Total Eigenkapital	64'644	64'881	65'335
TOTAL PASSIVEN	480'156	420'337	318'821

Rechnung Solothurn Tourismus 2023
Erfolgsrechnung vom 1.1. bis 31.12.23

	Rechnung 22	Budget 23	Rechnung 23
	CHF	CHF	CHF
Ertrag aus Leistungen/Werbung/Provisionen	729'698	686'033	751'689
Betrieblicher Nebenerfolg	0	0	0
Mitgliederbeiträge	64'905	65'000	63'521
Spenden	5'000	5'000	5'000
Subventionen/Kurtaxen	755'832	758'060	763'831
Delkredere	5'800	0	-700
Mehrwertsteuer	-34'917	-36'000	-37'448
Kurzarbeitsentschädigung	20'182		0
Einnahmen	1'546'501	1'478'093	1'545'893
Aufwand für Leistungen/Werbung	565'694	520'995	568'568
Personalaufwand	677'859	697'000	724'191
Raumaufwand/Unterhalt	99'866	88'180	89'720
Versicherungen/Verwaltung	97'500	76'700	70'230
Verbandsbeiträge	104'352	90'292	82'041
Aufwand	1'545'272	1'473'167	1'534'751
Vereinsergebnis 1	1'229	4'926	11'142
Finanzertrag	79	0	290
Finanzaufwand	-2126	-2'500	-2'386
Finanzerfolg	-2'047	-2'500	-2'096
Vereinsergebnis 2	-818	2'426	9'046
Abschreibungen	0	0	0
Ausserordentlicher Ertrag	1'554	0	359
Ausserordentlicher Aufwand	0	0	-7'970
Steuern	-500	0	-982
Gewinn Verein	236	2'426	454
Rückstellungen aufgelöst	5'000	0	60'250
Rückstellungen neu	6'500	0	6'000

Budget Region Solothurn Tourismus 2024

	<u>Rechnung 23</u>	<u>Budget 24</u>
	CHF	CHF
Ertrag aus Leistungen/Werbung/Provisionen	751'689	743'500
Betrieblicher Nebenerfolg	0	0
Mitgliederbeiträge	63'521	65'000
Spenden	5'000	5'000
Subventionen/Kurtaxen	763'831	760'000
Delkredere	-700	0
Mehrwertsteuer	-37'448	-38'000
Kurzarbeitsentschädigung	0	
Einnahmen	1'545'893	1'535'500
Aufwand für Leistungen/Werbung	568'568	538'659
Personalaufwand	724'191	708'000
Raumaufwand/Unterhalt	89'720	94'180
Versicherungen/Verwaltung	70'230	74'950
Verbandsbeiträge	82'041	116'384
Aufwand	1'534'751	1'532'173
Vereinsergebnis 1	11'142	3'327
Finanzertrag	290	0
Finanzaufwand	-2'386	-2'500
Finanzerfolg	-2'096	-2'500
Vereinsergebnis 2	9'046	827
Abschreibungen	0	0
Ausserordentlicher Ertrag	359	0
Ausserordentlicher Aufwand	-7'970	0
Steuern	-982	-500
Gewinn Verein	454	327