

## Leistungs- und Wirkungsindikatoren 2023 – 2026

Anhang zu den Leistungsverträgen zur Förderung des Tourismus (Bern Tourismus AG und Bern Meetings & Events AG)

Zuteilung	Steuerungsvorgaben und Kennziffern	Berichtsjahr	Effektive Zahlen	Anmerkungen zur Messbasis	Bemerkungen
Freizeit	Anzahl neue Produkte für die strategische Erfolgspositionierung	20xy	xy	Mindestens fünf neue Produkte	—
Freizeit	Anzahl Optimierungsmassnahmen bestehender Angebote/Produkte	20xy	xy	—	—
Freizeit	Anzahl Öffnungszeiten des Tourist Information	20xy	xy Stunden	—	365 Tage offen Montag bis Samstag 09.00 bis 19.00 Uhr Sonntag 09.00 bis 18.00 Uhr
Freizeit	Anzahl Besuchende und erteilte Auskünfte im Tourist Information	20xy	Besuchende: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr Erteilte Auskünfte: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr	Mindestens Mittelwert der dem Berichtsjahr vorangegangenen fünf Jahre und Vergleich gegebenüber dem Vorjahr	Zahlen gemäss Geschäftsbericht xy
Freizeit	Anzahl vermittelte Stadtführungen und Teilnehmende	20xy	Vermittelte Stadtführungen: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr Teilnehmende öffentlichen Stadtführungen: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr Teilnehmende private Stadtführungen: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr	Mindestens Mittelwert der dem Berichtsjahr vorangegangenen fünf Jahre und Vergleich gegebenüber dem Vorjahr	Teilweise Zahlen gemäss Geschäftsbericht xy
Freizeit	Anzahl Logiernächte bzw. dadurch erzielte Wertschöpfung	20xy	Teilregion Stadt Bern: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr Teilregion Laupen: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr Teilregion Emmental: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr Teilregion Gantersch: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr Teilregion Oberraargau: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr Total Destination Bern: Mittelwert xy   xy % gegenüber Vorjahr	Mindestens Mittelwert der dem Berichtsjahr vorangegangenen fünf Jahre und Vergleich gegebenüber dem Vorjahr	Zahlen gemäss Geschäftsbericht xy (Datenquelle: Bundesamt für Statistik)
Freizeit	Marktwachstum Heimmarkt	20xy	Total Logiernächte aus der Schweiz: xy	xy % gegenüber Vorjahr	Bern Welcome legt den Fokus beim Heimmarkt - mit einer Reisezeit mit ÖV von 1 bis 2 Stunden Genf-Bern-Basel-Zürich (Volumen von ca. 4 Millionen Menschen).
Freizeit	Marktwachstum Nahmarkt	20xy	Total Logiernächte Nahmärkte (Europa): xy Davon am meisten aus xy (xy Logiernächte)	xy % gegenüber Vorjahr	Bern Welcome legt den Fokus auf die Nahmarkt - mit einer Reisezeit mit ÖV von ca. 4 bis 6 Stunden (Volumen von ca. 50 Millionen Menschen).
Freizeit	Anzahl Besprechungen/Beratungen mit Leistungsträger	20xy	Bern-Supporter:innen: xy Bern-Vernetzer:innen: xy	Bern-Supporter:innen: xy % gegenüber Vorjahr Bern-Vernetzer:innen: xy % gegenüber Vorjahr	—
Freizeit	Einnahmen aus dem Bern Netzwerk	20xy	CHF xy	xy % gegenüber Vorjahr	Einnahmen aus den Mitgliederbeiträgen der Bern-Vernetzer:innen und Bern-Supporter:innen sowie Umsatz aus Werbemassnahmen (Inserateverkauf etc.)
Business   Bereich Events	Anzahl «eigene» Events	20xy	xy	—	Tourismus macht Schule (Tourismusprojekttag für Berner Schulen), Dankesaktion (Reinigungsteams der Stadt Bern), Eröffnung Berner Weihnachten
Business   Bereich Events	Anzahl durchgeführte Veranstaltungen durch Beteiligung Bern Welcome	20xy	xy	Bestätigte Versantaltungen	Gemäss Leistungsvereinbarung ist Bern Welcome keine Eventagentur, sondern nimmt die Rolle als Inkubatorin ein. Deshalb ist dies neu eine Kennzahl und keine Steuerungsvorgabe mehr.
Business   Bereich Events	Anzahl Kontakte (Beratung durch das Event-Office)	20xy	xy	Mindestens Anzahl Anfragen Vorjahr	Aktive Beratung von Eventveranstalter*innen
Business   Bereich Events	Anzahl Sales Calls	20xy	xy	Messbare persönliche Kundenkontakte	Fokus auf xy
Business   Bereich Meetings	Anzahl vermittelte Kongresse	20xy	xy	Mindestens Mittelwert der dem Berichtsjahr vorangehenden fünf Jahre	Die Durchführung der vermittelten Kongresse erfolgt meistens zu einem späteren Zeitpunkt.
Business   Bereich Meetings	Davon Anzahl akquirierte, rotierende Kongresse mit über 500 Teilnehmenden	20xy	xy	—	—
Business   Bereich Meetings	Davon Anzahl neu installierte, wiederkehrende Kongresse	20xy	xy	Mindestens zwei	Nennung der Kongresse
Business   Bereich Events	Anzahl Kontakte (Beratung durch das Copnvention Bureau)	20xy	xy	Messbare persönliche Kundenkontakte	Aktive Beratung von PCOs, Organisator:innen etc.
Business   Bereich Meetings	Anzahl Sales Calls	20xy	xy	Messbare persönliche Kundenkontakte	Fokus auf xy
Kommunikation	Anzahl Besuchende Bern.com pro Jahr und Tag	20xy	Seitenaufrufe: Mittelwert xy	Mindestens Mittelwert der dem Berichtsjahr vorangehenden fünf Jahre	—
Kommunikation	Globales digitales Suchvolumen und Suchanfragen zu «Bern»	20xy	Rund xy Mio. pro Jahr mit Keyword «Bern»	—	—
Kommunikation	Reichweite Social Media	20xy	Follower Facebook: xy Follower Instagram: xy Follower Twitter: xy Follower LinkedIn: xy Abonnenten YouTube: xy	Stand jeweils per 31. Dezember	—
Kommunikation	Engagement Social Media	20xy	Engagement Facebook: xy Mio. («Daily Page Engaged Users» und «Daily Post Engagements») Engagement Instagram: xy Engagement Twitter: xy Engagement LinkedIn: kein Reporting möglich, da nicht nachvollziehbar bei LinkedIn-Business Engagement YouTube: xy (xy Likes, xy Aufrufe, xy Impressionen)	Mindestens Interaktionsrate vom Vorjahr	Mit «Engagement» wird auf Social Media die Interaktionsrate gemessen. Das wird jedoch je nach Kanal und Quelle etwas anders ausgelegt, in der Regel aber Likes, Comments und Shares. Daher ist es bei gewissen der Zahlen noch spezifiziert.

Kommunikation	Direct Marketing «Freizeit» bzw. Datenbankgrösse	20xy	Deutsch: xy Englisch: xy Französisch: xy Total: xy	—	—
Kommunikation	Direct Marketing «Business» bzw. Datenbankgrösse	20xy	Deutsch: xy Englisch: xy Französisch: xy Total: xy	—	—
Management Services	Nachhaltigkeits-Reporting	20xy	xy	—	Aufführen der erfolgten Projekte und Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit.
Management Services	Anzahl Mitarbeitende	20xy	Gesamt: xy Vollzeitstellen: xy Stadtführer:innen: xy	inkl. Lehrende, Praktikant*innen, Studierende und Stadtführer*innen	—
Management Services	Durchschnittsalter der Mitarbeitenden	20xy	Festangestellte: xy Stadtführer:innen: xy	—	—
Management Services	Anteil Frauen in Belegschaft	20xy	xy %	ohne Geschäftsleitung und Stadtführer*innen - inkl. Lehrende, Praktikant*innen und Studierende	—
Management Services	Anteil Frauen in Führungspositionen (Geschäftsleitung und Teamleitung)	20xy	xy %	4 Geschäftsleitungsmitglieder davon xy Frauen 7 Teamleitungsmitglieder davon xy Frauen	—
Management Services	Weiterbildungskosten	20xy	CHF xy gesamt CHF xy pro Mitarbeitenden	Berechnung: Anzahl Mitarbeitenden / Total Weiterbildungskosten	—
Management Services	Eigenerlöse	20xy	Bern Tourismus AG: xy % Bern Meetings & Events AG: xy %	—	—
Management Services	Drittfinanzierung	20xy	Bern Tourismus AG • Leistungsvertrag: CHF 900'000.00/Jahr • Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten: CHF xy/ Stand 31.12.20xy Bern Meetings & Events AG • Leistungsvertrag: CHF 370'000.00/Jahr	—	—