

BERN.COM

Geschäftsbericht 2025

BERN 

Inhaltsverzeichnis

Editorial	1
Das Jahr in Zahlen	3
Steuerung und Wirkung der Destination Bern	4
Freizeit	6
Gästeservice	6
Bern-Netzwerk	11
E-Bike-Destination Bern	14
Business	17
Bern Convention Bureau	17
Events	21
Congress Hub Bern	23
Marktbearbeitung: Märkte und Medienreisen	24
Unsere Teilregionen	26
Digital Marketing, Communications und Branding	28
Content Freizeit und Business	29
Corporate und Media	31
Digital Communications	32
Digitalisierungsprojekt PUMA	35
International Bern Welcome Desk	36
Nachhaltigkeit	39
Management Services	45
Human Resources	45
Finanzen	47
Statistiken	48
Jahresrechnung und Bericht der Revisionsstelle	51

“

Es liegt das Glück nicht in den Dingen, sondern in der Art und Weise, wie sie zu unseren Augen, zu unseren Herzen stimmen.

Jeremias Gotthelf, Emmentaler Schriftsteller

Editorial

Selten hat ein Sommer Bern so geprägt wie jener der UEFA Women's EURO 2025. Die Stadt färbte sich in Rot-Weiss, Fanwalks zogen durch die Gassen, überall war eine besondere Euphorie spürbar. Die Region zeigte sich als Gastgeberin mit Herz: begeistert, offen und emotional.

Gerade solche Momente machen deutlich, worauf es im Tourismus wirklich ankommt: Nicht allein Sehenswürdigkeiten, Angebote oder — in diesem Fall — die Spiele selbst sind entscheidend, sondern vor allem das Gefühl, das eine Region bei ihren Gästen auslöst. Es ist die Atmosphäre, die Menschen berührt, verbindet und in Erinnerung bleibt. Genau das bringt Jeremias Gotthelf in seinem Zitat treffend zum Ausdruck.

2025: Ein Jahr voller Höhepunkte

Doch 2025 hatte weit mehr zu bieten als die Fussball-Europameisterschaft der Frauen. Mit der Eröffnung der neuen Festhalle erhielt Bern eine bedeutende Infrastruktur für Veranstaltungen verschiedenster Art, zum Beispiel für die World Cheese Awards, und stärkte damit seine Position als attraktiver Eventstandort. Neue Stadtführer:innen setzten auf unseren Rundgängen frische Impulse, an der Switzerland Meeting Trophy wurde die Region als attraktiver Tagungs- und Eventstandort präsentiert, und mit dem Novemberfenster wurde ein neues Format lanciert, das bereits vor dem Advent weihnachtliche Vorfreude auslöste.

Gerade im Zusammenspiel unserer Teilregionen wurde letztes Jahr auch die Vielfalt der Destination Bern auf besondere Weise erlebbar. Dazu tragen nicht zuletzt die E-Bike-Highlight-Routen bei, die unterschiedliche Landschaftsräume miteinander verbinden.

Insgesamt erwies sich 2025 als ein sehr erfolgreiches Jahr. Zwar wurde kein neuer Rekord verzeichnet, doch mit erneut deutlich über 1 Million Logiernächten in der Stadt Bern und insgesamt knapp 1,5 Millionen Logiernächten in der Destination Bern konnte die starke Position unserer Region als attraktiver Tourismus- und Lebensraum weiter gefestigt werden.

Was den Erfolg ausmacht

Diese Entwicklungen stehen sinnbildlich für die Richtung, die wir verfolgen: Wir wollen Bern gezielt weiterentwickeln, neue Potenziale erschliessen und dabei konsequent auf Qualität und Zukunftsfähigkeit setzen. Es geht uns nicht um Wachstum um jeden Preis, sondern um eine Entwicklung, die touristische Attraktivität, wirtschaftliche Wertschöpfung und hohe Lebensqualität miteinander verbindet.

Dieser Erfolg ist das Ergebnis eines starken Zusammenspiels. Von den Teilregionen über die Hotellerie und Gastronomie bis hin zu Kultur und Detailhandel: Berns Tourismus lebt vom Engagement zahlreicher Akteur:innen, die gemeinsam Verantwortung übernehmen.

«Merci»

Unser herzlicher Dank gilt deshalb all unseren Partner:innen, unseren Mitarbeitenden und Stadt-führer:innen, unseren Aktionär:innen sowie den Präsidien, Geschäftsführungen und Teams der Teilregionen. Gemeinsam machen sie das Berner Lebensgefühl erlebbar — und genau darin liegt die Stärke unserer Destination.

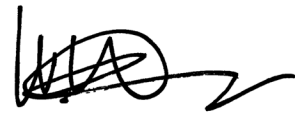
Auch im kommenden Jahr werden wir den Weg konsequent weitergehen: Gemeinsam mit unseren Partner:innen wollen wir die Destination Bern nachhaltig weiterentwickeln, neue Impulse setzen und das Berner Lebensgefühl für Gäste wie für die lokale Bevölkerung weiterhin erlebbar machen. Denn genau dieses Zusammenspiel aus Menschen, Qualität und gelebter Gastfreundschaft macht Bern zu einer Destination mit Strahlkraft — weit über unsere Region hinaus.



Andreas Wyss
Co-Verwaltungsratspräsident



Sven Gubler
Co-Verwaltungsratspräsident



Manuela Angst
CEO



Das Jahr in Zahlen



91'317

Besucher:innen in der Tourist Information
am Bahnhof Bern



25

Site Inspections Bern Convention Bureau



71'887

Instagram-Follower



10'753

Teilnehmende an öffentlichen
Stadtführungen



138

Medien- und Studienreisen mit 523
Teilnehmenden



+113 %

Wachstum barrierefreie Logiernächte



136

Teilnehmende an
Flüster:innen-Schulungen



4

Destinationstreffen mit den Teilregionen



295

Beratungen durch das
International Bern Welcome Desk



44 Jahre

Durchschnittsalter Mitarbeitende

Steuerung und Wirkung der Destination Bern

Strategische Einordnung

Das Geschäftsjahr 2025 von Bern Welcome stand ganz im Zeichen der gezielten Weiterentwicklung der Destination Bern. Im Zentrum standen nicht nur einzelne Höhepunkte, sondern vor allem die Frage, wie sich die Destination langfristig qualitätsorientiert, nachhaltig und zukunftsfähig positionieren lässt.

Drei Entwicklungen prägten das Jahr besonders: die erhöhte nationale und internationale Sichtbarkeit der Destination, die weitere Professionalisierung von Vermarktung, Datenmanagement und digitalen Plattformen sowie die strukturelle Verankerung von Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

2025 war damit nicht nur ein erfolgreiches, sondern auch ein strategisch wichtiges Jahr. Operative Leistungen und langfristige Entwicklung wurden bewusst miteinander verknüpft, um die Destination Bern nachhaltig zu stärken.

Wirkung für die Destination Bern

Bern Welcome leistet einen direkten Beitrag zur Sichtbarkeit, Wertschöpfung und Weiterentwicklung der Destination Bern. Durch Marktbearbeitung im Freizeit- und Businessbereich, internationale Präsenz sowie die Betreuung von Gästen, Medien und Veranstalter:innen konnte die Wahrnehmung der Destination verbessert werden.

Gleichzeitig bestätigten die stabil hohen Logiernächtezahlen sowie die erfolgreiche Kongress- und Eventakquise die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Region. Bern hat nicht nur als Reiseziel, sondern auch als attraktive Business-Destination für Veranstaltungen und Kongresse weiter an Attraktivität gewonnen.

Auch die Teilregionen profitierten von dieser Entwicklung. Durch die verstärkte Zusammenarbeit, die gemeinsame Marktbearbeitung und die koordinierte Angebotsentwicklung wurde die Vielfalt der Destination sichtbarer und Synergien konnten vermehrt genutzt werden.

Parallel dazu wurden in den Bereichen Digitalisierung, Datenmanagement und Nachhaltigkeit wichtige Grundlagen für eine künftig fundierte und wirkungsorientierte Steuerung unserer Aktivitäten und Wirkungen geschaffen.

Kennzahlen und Management-Übersicht 2025

Die wichtigsten Kennzahlen bestätigen eine insgesamt stabile und erfolgreiche Entwicklung der Destination Bern. Die erneut deutlich über einer Million liegenden Logiernächte in der Stadt Bern und die knapp 1,5 Millionen Logiernächte in der Destination bestätigen die starke Position im touristischen Markt. Gleichzeitig blieb die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen hoch: Über 91'000 Besucher:innen nutzten die Tourist Information, mehr als 10'700 Personen nahmen an öffentlichen Stadtführungen teil.

Auch die digitale und mediale Reichweite wurde weiter ausgebaut. Die Plattform bern.com verzeichnete über 1,1 Millionen aktive Nutzende, während die «I Love Bern»-Plattform auf den sozialen Medien eine hohe organische Reichweite erzielte und die Community kontinuierlich wuchs. Medien- und Studienreisen sowie gezielte Kommunikationsmassnahmen trugen zusätzlich zur internationalen Sichtbarkeit bei.

Im Businessbereich wurde die Marktbearbeitung intensiviert und die Grundlagen für eine systematischere Kongressakquise geschaffen. Die steigende Anzahl an Kontakten und Anfragen unterstreicht das vorhandene Marktpotenzial.

Im Bereich Nachhaltigkeit stand 2025 im Zeichen des Aufbaus einer systematischen Datengrundlage. Erste Kennzahlen wurden etabliert und bilden die Basis für eine künftig fundiertere Steuerung.

Herausforderungen und Learnings 2025

Die Weiterentwicklung der Destination Bern erfordert kontinuierliche Lern- und Anpassungsprozesse. Im Bereich Digitalisierung zeigte sich, dass neue Systeme und Plattformen nicht nur technische, sondern auch organisatorische Veränderungen erfordern. Prozesse müssen angepasst, Verantwortlichkeiten geklärt und Anwendungen im Alltag weiterentwickelt werden. Auch im Datenmanagement haben wir wichtige Fortschritte erzielt. Gleichzeitig bleibt die Weiterentwicklung einer konsistenten, datenbasierten Steuerung unserer Aktivitäten und Wirkungen eine zentrale Aufgabe für die kommenden Jahre.

Ein zentrales Spannungsfeld bleibt die Balance zwischen touristischer Entwicklung, wirtschaftlicher Wertschöpfung, Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Akzeptanz. Bern Welcome verfolgt dabei bewusst einen qualitätsorientierten Ansatz und setzt auf eine sorgfältige Abstimmung innerhalb der Destination. Die Erfahrungen aus dem Jahr 2025 zeigen zudem, dass die wirksamsten Projekte dort entstehen, wo unterschiedliche Akteur:innen eng zusammenarbeiten. Die Zusammenarbeit über Organisationen, Teilregionen und Netzwerke hinweg bleibt damit ein zentraler Erfolgsfaktor.

Prioritäten 2026

Bern Welcome wird den eingeschlagenen Weg im Jahr 2026 konsequent weiterverfolgen und vertiefen. Ein zentraler Schwerpunkt liegt in der Stabilisierung und Weiterentwicklung der digitalen Systeme — für eine fundierte Steuerung sollen vorhandene Daten noch stärker genutzt werden. Gleichzeitig wird die nachhaltige Destinationsentwicklung weiter konkretisiert und in Projekten, Prozessen und Partnerschaften verankert.

Auch die Marktbearbeitung im Freizeit- und Businessbereich wird gezielt weitergeführt. Ziel ist es, die Sichtbarkeit der Destination weiter zu erhöhen, zusätzliche Potenziale zu erschliessen und die Positionierung im Wettbewerb weiter zu schärfen.

Ein besonderer Fokus liegt weiterhin auf der Zusammenarbeit innerhalb der Destination. Die enge Abstimmung mit Teilregionen, Partner:innen und Institutionen bleibt eine zentrale Voraussetzung, um die Vielfalt der Destination Bern zu bündeln und gemeinsam weiterzuentwickeln.

Ziel bleibt es, die Destination Bern qualitativ, wirtschaftlich und gesellschaftlich ausgewogen zu stärken und langfristig erfolgreich zu positionieren.

Freizeit

Gästeservice

Im Bereich Gästeservice mit den Abteilungen Tourist Information und City Tours beginnt für viele Gäste das Bern-Erlebnis. Hier entstehen die ersten Kontakte, die ersten Empfehlungen und oft auch die ersten bleibenden Eindrücke von Bern und seiner Gastfreundschaft.

Tourist Information

Die Tourist Information (TI) blieb 2025 eine zentrale Anlaufstelle für Gäste aus dem In- und Ausland. 91'317 Besucher:innen nutzten das Beratungsangebot in den Räumlichkeiten im Bahnhof Bern. Die Auskünfte erfolgten in acht Sprachen. Der neu eingeführte Concierge-Dienst ermöglichte es dem Team zudem, Gäste noch gezielter anzusprechen und kurze Anliegen rasch zu klären. Während der Hauptsaison bewegt sich jeweils eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter im Empfangsbereich der TI und tritt direkt mit den Gästen in Kontakt. Kurze Anliegen können dadurch rasch und effizient geklärt werden, was die Wartezeiten am Schalter spürbar reduziert. Zusätzlich war die «Tourist Information on the Road» mit einem speziell dafür konzipierten Cargovelo an verschiedenen Orten und Veranstaltungen in Bern präsent und führte 5'157 Beratungen durch.



Webshop und Angebotsentwicklung

Der Webshop von Bern Welcome verzeichnete dank neuer hochwertiger Produkte einen Umsatz von CHF 24'147.00. Dies entspricht einer Steigerung von 33,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Zu den 2025 lancierten Produkten zählen die «City Bottle» und das Klemmbaustein-Modell «Zytglogge». Die City Bottle ist eine 0.5-Liter-Mehrwegtrinkflasche mit Berner Skyline. Produziert wird sie von der Stiftung «Join the Pipe» in den Niederlanden. Sie besteht aus BPA-freiem, zu 100 Prozent recycelbarem Biopolyethylen aus Zuckerrohr. Sowohl das Material als auch die Produktion erfüllen anerkannte ISO- und Nachhaltigkeitsstandards. Mit dem Klemmbaustein-Modell Zytglogge wurde zudem ein hochwertiges Sammler- und Geschenkprodukt lanciert. Das 60 Zentimeter hohe Modell des Berner Wahrzeichens umfasst 1'535 Bausteine, ist modular aufgebaut und als limitierte Erstaufgabe im Webshop und bei der TI erhältlich.

Auch für die lokale Bevölkerung wurden neue Angebote geschaffen, zum Beispiel der Museumsquartier-Pass. Dieser ermöglicht während fünf Monaten den Eintritt in die beteiligten Museen des Museumsquartiers und richtet sich insbesondere an Einheimische. Dank der Zusammenarbeit mit dem SC Bern können zudem Gratiseintritte für Kinder über die Tourist Information bezogen werden. Beide Angebote tragen dazu bei, Einheimische in die Tourist Information zu locken und die Sichtbarkeit des Angebots auch in der lokalen Bevölkerung zu stärken.



Bern-Profis schulen Volunteers

Im Hinblick auf die WEURO beteiligten sich die Mitarbeitenden der Tourist Information an der Schulung der Volunteers. Sie vermittelten ihnen zentrale Informationen zur Stadt Bern, zu Sehenswürdigkeiten, Mobilitätsangeboten und touristischen Dienstleistungen. So waren die Freiwilligen bestens vorbereitet, um Gästen kompetent über den Event und über Bern Auskunft zu geben.

City Tours

2025 war für City Tours ein erfolgreiches und von Weiterentwicklung geprägtes Jahr. Obwohl weniger öffentliche Führungen geplant wurden als im Vorjahr, stieg die Zahl der Teilnehmenden auf 10'753 gegenüber 10'408 im Vorjahr. Die Angebote waren entsprechend besser ausgelastet.



Verstärkung für das City-Guides-Team

Im Frühling 2025 schlossen 13 neue Stadtführer:innen ihre Prüfungen erfolgreich ab und verstärkten das Team. Die Ausbildung erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Archäologischen Dienst des Kantons Bern, dem Zytglogge-Richter Mario Marti und mehreren Partnerinstitutionen. Damit zählt City Tours neu 48 qualifizierte Stadtführer:innen mit einem Angebot in insgesamt 11 Sprachen.

Auftritte an Veranstaltungen

An der Museumsnacht im März 2025 stiessen die Kurzführungen durch den Zytglogge-Turm auf sehr grosses Interesse. Sämtliche Führungen waren ausgebucht. Die hohe Nachfrage bot zugleich die Gelegenheit, das vielfältige Stadtführungsangebot von Bern Welcome einem breiten Publikum näherzubringen. Im Vergleich zu 2024 wurden 247 Museumsnacht-Bändeli für Erwachsene mehr verkauft, was einen Mehrumsatz von CHF 6'175.00 einbrachte.

Auch am 1. August war Bern Welcome mit mehreren Angeboten präsent. Neben dem klassischen UNESCO-Altstadtbummel wurden verschiedene Themenführungen als kompakte Teaser-Formate in Deutsch, Französisch und Italienisch angeboten. Die Kurzführungen ermöglichten einen ersten Einblick in die Bundesstadt und machten auf weiterführende Angebote aufmerksam.

Neue Buchungsplattform «myPUMA City Tours»

Im September 2025 wurde die neue Buchungsplattform «myPUMA City Tours» erfolgreich eingeführt — rechtzeitig vor dem nachfragestärksten Monat. Seit Januar wurde das System gemeinsam mit dem Entwicklungspartner YouEngineering konzipiert und aufgebaut. Im Sommer erfolgte die Schulung des Administrationsteams und der Guides.

Die Plattform wurde so entwickelt, dass sie sich einfach und praxisnah in den Arbeitsalltag integrieren lässt. Bereits während der Hochsaison bewährte sich das System im Echtbetrieb. Erste Optimierungspotenziale wurden identifiziert und fliessen in die laufende Weiterentwicklung ein.

Dank der neuen Plattform sind die Buchungsprozesse für Gäste, Guides und das Administrationsteam deutlich einfacher und effizienter gestaltet. Das System ermöglicht dem City-Tours-Management zudem eine eigenständige Steuerung der Buchungen auf der eigenen Plattform und reduziert damit die Abhängigkeit von externen Systemen.



“

Die sprachliche Vielfalt in unserem Team stärkt unsere internationale Positionierung und ermöglicht es uns, Nachfragespitzen besonders in der Hochsaison flexibel und qualitativ hochwertig zu bewältigen.

Claudia Pfäffli,
City Tours Manager

 Tourist Information im Bahnhof Bern

BERN.COM

BERN.COM



Bern-Netzwerk

«Du machsch Bärn us. Mir mache di sichtbar.» (Du machst Bern aus. Wir machen dich sichtbar.) Mit dem Bern-Netzwerk bringt Bern Welcome Akteur:innen aus der Region zusammen. Es soll den Austausch fördern, Raum für neue Ideen und innovative Projekte schaffen und somit gemeinsam zur Profilierung der Marke Bern beitragen.

Auch im letzten Jahr kamen die Bern-Vernetzer:innen an vier Workshops zusammen, um sich zu vernetzen, auszutauschen und gemeinsame Ideen weiterzuentwickeln. Am Workshop im Dezember nahmen erstmals auch Lernende teil — ganz im Sinne eines generationenübergreifenden Austauschs.

Aktionen aus dem Netzwerk

Im 2025 entstanden erneut mehrere netzwerkübergreifende Projekte, die eindrücklich zeigen, wie wichtig die gemeinsame Angebotsgestaltung im Bern-Netzwerk ist. So entwickelte die Bäckerei Bread à Porter gemeinsam mit den Botschafter:innen im Rahmen der WEURO Länderbrote — ein Projekt an der Schnittstelle zwischen dem Bern-Netzwerk und dem International Bern Welcome Desk (mehr dazu auf Seite 36).

Ein weiterer Höhepunkt war das Maislabyrinth Frienisberg, in dem Bern Welcome sowie vier Bern-Vernetzer:innen — Bread à Porter, Bühnen Bern, Gurten und das Museum für Kommunikation — mit eigenen Stationen vor Ort präsent waren. Ein besonderes Highlight war das BERN-Signet im Maisfeld. Die Zusammenarbeit erwies sich als echte Win-win-Situation: Die Betreiber des Maislabyrinths stellten den Partner:innen kostenlos Flächen zur Verfügung, auf denen sie sich den Besucher:innen präsentieren konnten, während die beteiligten Organisationen das Maislabyrinth über ihre Kanäle bewarben und vor Ort Flyer auflegten. Mit rund 7'000 Besucher:innen war das Projekt ein grosser Erfolg.

Ebenfalls aus dem Netzwerk heraus entstand die öffentliche Führung bzw. das Teamevent «Güsch-hä», das der Gurten und StattLand gemeinsam als interaktives Format mit Quizcharakter konzipierten.



“

Vernetztes Denken bringt die Destination Bern weiter und fördert eine attraktive Angebotsgestaltung, die vermehrt Gäste in die Region Bern lockt.

Saskia Zahnd,
Bern Network Manager

Unser Novemberfenster war für uns eine wunderbare Gelegenheit zu zeigen, dass wir ein lebendiger Teil der Stadt Bern sind. Das Eröffnungsfest hat zahlreiche Familien und Besucher:innen angezogen und unseren Platz mit Wärme, Neugier und Begegnungen gefüllt. Solche Momente bringen Menschen zusammen, die sonst vielleicht nicht hier vorbeikommen würden — genau darin liegt die besondere Kraft dieser Aktion.

Salome Wägeli, Betriebsleiterin Nationales Pferdezentrum Bern

Premiere Berner Novemberfenster

Mit dem Berner Novemberfenster lancierten Bern Welcome und BernCity im November 2025 erstmals eine stimmungsvolle Initiative zur Belebung der Innenstadt in der Vorweihnachtszeit. Vom 1. bis 30. November 2025 öffnete sich täglich ein liebevoll gestaltetes Fenster an einem anderen Standort in der Stadt. Die Aktion brachte mit kleinen Überraschungen, besonderen Begegnungen und festlichen Momenten Wärme und Licht in die Bundesstadt und lud die lokale Bevölkerung sowie Gäste zu täglichen Entdeckungstouren ein.

Die Idee stiess bei den Partnerbetrieben auf sehr positive Resonanz. Besonders geschätzt wurde die begleitende, tagesaktuelle Kommunikation auf Social Media. Insgesamt wurden 43 Instagram-Posts und vier Facebook-Posts publiziert, die 196'230 Nutzer:innen erreichten und 329'505 Impressionen erzielten. Die Bewerbung erfolgte auch über zahlreiche Drittplattformen, Partnerkanäle und Medien.

Die Besucherzahlen variierten je nach Standort. Einzelne Betriebe verzeichneten 30 bis 50 Gäste am Eröffnungstag — das positive Beispiel der Klötzli Messerschmiede Bern mit rund 100 ausgefüllten Wettbewerbskarten unterstreicht das Potenzial des Formats. Insgesamt erzielte die Website 8'863 Seitenaufrufe zwischen dem 17. Oktober und dem 31. Dezember 2025. Besonders erfreulich: 50 Prozent der teilnehmenden Betriebe haben ihre erneute Teilnahme zugesagt, die übrigen 50 Prozent prüfen eine Fortsetzung, Absagen gab es bisher keine.

Das Berner Novemberfenster leistete damit einen gelungenen Beitrag zur saisonalen Belebung der Stadt und zur Stärkung der lokalen Vernetzung.



Implementierung neues Werbefactsheet

Ein Highlight im Jahr 2025 war die erfolgreiche Implementierung des Werbefactsheets. Dank diesem Meilenstein konnten wir Werbeplätze erstmals strukturiert verkaufen und Werbekund:innen umfassend, transparent und professionell beraten.

Besonders erfreulich war zu sehen, wie schnell das neue Angebot vom Markt angenommen wurde — zum Beispiel der Banner im Freizeit-Newsletter, der seit der Einführung durchgehend ausgebucht ist. Das Projekt hat die Vermarktung professionalisiert, neue Umsatzpotenziale erschlossen und die Kundenberatung deutlich verbessert. Bei den Werbeeinnahmen konnten wir einen leichten Anstieg um rund CHF 5'300.00 gegenüber dem Vorjahr verbuchen.



23 Bern-Vernetzer:innen & 290 Bern-Supporter:innen

waren Ende 2025 Teil des Bern-Netzwerks. Gegenüber dem Vorjahr konnten 40 neue Supporter:innen gewonnen werden.

136 Teilnehmer:innen aus 21 Hotelbetrieben

nahmen an 9 Bern-Flüster:innen-Schulungen teil.

E-Bike-Destination Bern

Die E-Bike-Destination Bern zeigte sich im vergangenen Jahr erneut von ihrer vielfältigen Seite. Neben den Highlight-Routen sorgten auch Events und weitere Angebote dafür, dass Gäste und Einheimische die Region aktiv und nachhaltig entdecken konnten. Damit wurde die Faszination für das E-Bike und für Bern als attraktive Velo-Destination weiter gestärkt.

Highlight-Routen im Fokus

Auch 2025 standen die zehn Highlight-Routen im Zentrum der Aktivitäten. Die Informations- und Kommunikationsmassnahmen richteten sich gezielt auf diese Touren aus, die durch das Emmental, den Oberaargau, den Naturpark Gantrisch und die Region Laupen führen und die Vielfalt der E-Bike-Destination Bern erlebbar machen. Die Kampagne wurde crossmedial in der Schweiz sowie in den angrenzenden Nahmärkten ausgespielt. Auf grosses Interesse stiess auch die Übersichtskarte «E-Bike Map», die 15'000-mal nachgefragt wurde.

Ergänzend dazu blieben die Eventauftritte ein wichtiger Bestandteil der Positionierung. An der Cycle Week in Zürich vom 22. bis 25. Mai 2025 wurde die E-Bike-Destination Bern bereits zum zweiten Mal einem interessierten Publikum präsentiert. Im Fokus standen Routenvorschläge, buchbare Angebote wie die 3-Tagestour «Bärenstark im Emmental» sowie die Velovielfalt der Region insgesamt. Zusätzliche Aufmerksamkeit erzeugte erneut das Druckvelo von Lino Fiechter; von den live bedruckten «Velöole-Shirts» wurden rund 200 Stück verkauft. Auch am Berner Event «Hallo Velo!» war Bern Welcome wieder mit einer Standpräsenz vor Ort und nutzte die Gelegenheit für persönliche Beratungen.

“

*Schön, dass Bern Welcome an der Cycle Week dabei war —
man spürt, dass ihr das «Velöole» lebt!*

Erwin Flury, Partner antritt GmbH / BikeDays.ch GmbH / Cycle Week



Der Cycle Summit trägt Früchte

Einmal im Jahr treffen sich am Cycle Summit rund 100 internationale Radreiseveranstalter in einer europäischen Stadt zum Austausch. 2024 fand diese Veranstaltung erstmals in Bern statt. Damit rückte die Destination Bern in den Fokus der Branche. Das daraus entstandene Potenzial im B2B-Bereich wurde 2025 gezielt weiterverfolgt.

Im April fand ein erster Workshop mit Teilregionen, Radreiseanbietern, Bike-Guides und Content Creators aus der Destination Bern statt. Dabei wurden Akteurinnen und Akteure vernetzt, buchbare Angebote weiterentwickelt und die Grundlage für einen umfassenden Sales Guide geschaffen. Dieser diente als wichtiges Instrument für die Teilnahme am Cycle Summit 2025 in Konstanz. Dort präsentierten Bern Welcome, der Naturpark Gantrisch, Emmental Tourismus und Valley Adventures Sumiswald die Destination Bern einem internationalen Fachpublikum. Bestehende Kontakte konnten vertieft und neue Marktchancen erschlossen werden.

Der Erfolg dieses Engagements liess nicht lange auf sich warten. Bis Ende 2025 wurde Bern von sieben internationalen Reiseveranstaltern in das Produktportfolio für die Saison 2026 aufgenommen. Konkrete Resultate zeigten sich auch auf Produktebene: Der französische Reiseveranstalter GravelUp testete im Naturpark Gantrisch eine geführte Mehrtagestour — für 2026 sind erste öffentlich ausgeschriebene Angebote geplant. Auch mit Eurotrek, einem Schweizer Spezialist für Aktivreisen in Europa, wurde die Zusammenarbeit weitergeführt; die Touren «Kleine Bern Rundfahrt» und «Grosse Bern Rundfahrt» wurden 2025 insgesamt zehnmal gebucht. Für 2026 sind weitere Verkaufsförderungsmassnahmen und gemeinsame Fam Trips vorgesehen.



“

GravelUp has chosen to expand its tours into the Bern region due to the area's exceptional combination of natural beauty, diverse terrain, and strong cycling culture. The region offers an ideal environment for gravel riding, with an extensive network of scenic routes that pass through alpine landscapes, rolling hills, forests, and picturesque villages.

Jean-Baptiste Le Blan,
GravelUp co-founder & CEO

Die internationale Community auf zwei Rädern

Der E-Bike-Ausflug mit dem International Bern Welcome Desk zählte zu den Highlights der Velosaison. Die Tour vom 17. August 2025 auf der Sagenroute Gantrisch verband Natur, Kultur und Bewegung inmitten der Voralpen. Spannende Legenden, vermittelt von Raphael Zahnd, Leiter Marketing & Kommunikation beim Naturpark Gantrisch, sowie die Gastfreundschaft lokaler Restaurants machten das Veloerlebnis für die Teilnehmenden aus verschiedenen Kontinenten zu einem besonderen Erlebnis. Gleichzeitig trug das Angebot dazu bei, der internationalen Community in Bern die Vielfalt der Region näherzubringen.

An aerial photograph showing a long, narrow wooden boardwalk or path that winds through a dense, lush green forest. The path starts from the top center and curves downwards and to the right, eventually turning back towards the bottom center. The forest is thick with various shades of green, and some dead, white tree trunks are visible. The overall scene is a natural, scenic landscape.

333

2025 wurde die Sagenroute Gantrisch als lokale Route bei SchweizMobil unter der Nummer 333 neu aufgenommen und komplett ausgeschildert.

Business

Bern Convention Bureau

Das Bern Convention Bureau ist ein wichtiger Pfeiler für die Positionierung der Business-Destination Bern als Kongress- und Veranstaltungsstandort und trägt wesentlich zur Generierung von Logiernächten bei. 2025 konnte die Anzahl der Anfragen und Empfehlungen weiter gesteigert werden. Die Zahl der Logiernächte lag zwar leicht unter dem Rekordwert des Vorjahres, bestätigte jedoch die anhaltend hohe Relevanz dieses Geschäftsfelds.

Zusätzliche Impulse ergaben sich aus der Partnerschaft mit Kuoni Tumlare Congress, die Kongressveranstalter:innen einen umfassenderen Service bei der Buchung von Hotelkontingenten bot. Parallel dazu wurden die Sales-Massnahmen im In- und Ausland mit einem neuen Konzept intensiviert, um die Marktbearbeitung weiter zu stärken. Das Team war zu Beginn des Jahres mit einer Neustrukturierung konfrontiert. Trotz der damit verbundenen Veränderungen und neuen Aufgabenfelder konnte es sich in der neuen Zusammensetzung schrittweise festigen und weiterentwickeln. Parallel dazu wurde der Aufbau des Research Managements vorangetrieben.

Sales Trips

8 Sales-Events, davon

6 internationale Verkaufsevents

mit **141** Sales-Pitches und ein

Total von **463** Kundenkontakten



Sales Trips

IMEX Frankfurt Mai 2025

Nach den Auftritten am HR-Festival und bei Break the Ice im spanischen Sitges im März folgte im Mai die Teilnahme an der IMEX in Frankfurt — der nächste wichtige Schritt im Sales-Bereich. Die Fachmesse zählt zu den wichtigsten Plattformen der MICE-Branche und brachte 4'466 internationale Einkäufer:innen vor Ort zusammen. Am Stand des Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB) wurden 40 Meetings durchgeführt, um die Destination Bern einem internationalen Fachpublikum zu präsentieren und Bern als effiziente und hochwertige MICE-Destination mit besonderem Profil zu positionieren. Es zeigte sich, dass Bern im internationalen Markt noch stärker an Bekanntheit gewinnen muss, die angebotene Qualität und die sehr zentrale Lage jedoch auf grosses Interesse stossen.

Switzerland Meeting Trophy 2025

Die Switzerland Meeting Trophy 2025 bot eine wirkungsvolle Plattform, um die Destination Bern einem internationalen Fachpublikum aus dem MICE-Bereich näherzubringen. Erstmals fand der Anlass vollständig im Kanton Bern statt und machte die Vielfalt der Region während drei Tagen erlebbar. Sieben Teams mit rund 90 Teilnehmenden aus Europa und Nordamerika entdeckten beispielsweise das Emmental, die neue Festhalle und die Stadt Bern im Rahmen eines abwechslungsreichen Programms mit interaktiven Challenges. Der Anlass zeigte auf eindrückliche Weise, wie sich authentische Erlebnisse, hochwertige Infrastruktur und herzliche Gastfreundschaft in Bern verbinden. Damit konnte die Destination Bern ihre Attraktivität als Meeting- und Eventstandort überzeugend unterstreichen.

Site Inspections

Das Bern Convention Bureau legt grossen Wert auf den persönlichen Austausch mit seinen Partner:innen. Um die Vielfalt und Qualität der Angebote in der Region fundiert beurteilen zu können, setzt das Team des Bern Convention Bureaus auf direkte Begegnungen und eigene Einblicke vor Ort. Daher wurden im Jahr 2025 insgesamt 25 Site Inspections in der Stadt und Region Bern durchgeführt. Diese Besuche bieten wertvolle Gelegenheiten, um Unterkünfte, Veranstaltungsorte und Anbieter:innen von Aktivitäten persönlich kennenzulernen. Sie ermöglichen, ein vertieftes Verständnis für die Angebote zu entwickeln und deren Besonderheiten aus erster Hand zu erleben. Dieses Wissen hilft uns, unsere Kund:innen professionell zu unterstützen und optimal zu beraten.

“

Die Zusammenarbeit mit dem Bern Convention Bureau war herausragend. Bern bietet eine erstklassige Infrastruktur und eine inspirierende Atmosphäre, die unseren Kongress zu einem vollen Erfolg gemacht haben.

Prof. Dr. med. vet. Heiko Nathues, Vorsitzender des lokalen Organisationskomitees der ESPHM 2025

Research Management

Aufbau Research Management mit Fokus auf ICCA

2025 stand der Aufbau des Research Managements mit dem Fokus auf die International Congress and Convention Association (ICCA) im Zentrum. Dabei wurden Vorgehensweisen und Prozesse für die Identifikation und Bearbeitung ICCA-relevanter Kongresse entwickelt und implementiert. Dies schafft die Grundlage für eine systematischere und gezieltere Kongressakquise.

Der Geschäftstourismus ist für die Destination Bern von grosser Bedeutung und generiert mehr als 66 Prozent der Logiernächte. Kongresse leisten dazu einen wichtigen Beitrag und bilden eine zentrale Säule der touristischen Wertschöpfung. Die neu geschaffenen Grundlagen ermöglichen es, passende Veranstaltungen entlang der definierten Cluster frühzeitig zu identifizieren und für den Standort Bern zu gewinnen. Beispiele relevanter Kongresse in Bern im Jahr 2025 verdeutlichen dieses Potenzial.

Kongresse	Durchführungsdatum	Teilnehmer:innen
European Caravan Federation	15.–17.05.2025	137
European Symposium of Porcine Health Management (ESPHM)	13.–15.05.2025	1'100
European Conference on Organometallic Chemistry (EuCOMC)	06.–10.07.2025	1'719
Congress and General Assembly of the European Lotteries	14.–17.09.2025	285
Jahrestagung der Gesellschaft für Neuropädiatrie	02.–04.10.2025	1'000

64th ICCA Congress Porto

Im November 2025 war Bern Welcome erstmals am ICCA Congress in Porto vertreten. Der fünftägige Anlass bot eine internationale Plattform für Austausch, Networking und interaktive Formate. Im Fokus standen Themen wie Nachhaltigkeit, Zukunftsmodelle und die Wirkung von Business Events. Neben der Pflege und dem Aufbau internationaler Kontakte gab der Kongress auch einen direkten Einblick in aktuelle Entwicklungen der Branche. Daraus ergaben sich wertvolle Erkenntnisse für die weitere Arbeit des Bern Convention Bureau.



“

Der Erfolg der World Cheese Awards und des ESPHM in Bern zeigte eindrücklich, dass wir die Fähigkeit und die Kompetenz haben, internationale Grossanlässe auf hohem Qualitätsniveau umzusetzen.

Stéphanie Niklaus-Meyer,
Teamleader Operations Management MICE

Akquise

Auswertung	2024	2025	Differenz
Anzahl Kundenkontakte	438	463	+ 5 %
Anzahl Anfragen	417	325	- 22 %
Davon bestätigt	146	136	- 7 %
Umwandlungsrate	35 %	42 %	+ 20 %
Generierte Wertschöpfung	7'518'593	10'003'466	+ 33 %



 Bernapark, Stettlen

Events

2025 setzte die Region Bern mit vielfältigen Veranstaltungen starke Akzente und schuf Erlebnisse mit Ausstrahlung weit über die Region hinaus. Einer der Events war dabei besonders prägend: die Fussball-Europameisterschaft der Frauen.

WEURO 2025

Die UEFA Women's EURO 2025 stellte Bern als attraktive Sportveranstaltungsstadt ins nationale und internationale Schaufenster. Ein eindrückliches Highlight bildete der Fanmarsch vom 6. Juli 2025, bei dem 14'000 Fussballfans gemeinsam ins Stadion Wankdorf pilgerten — der grösste Fanmarsch in der Geschichte der Frauen-Europameisterschaften. Während des gesamten Anlasses herrschte in der Stadt eine hervorragende Stimmung, die Gäste und Bevölkerung begeisterte. Die medienwirksamen Bilder aus Bern sorgten für eine starke Sichtbarkeit der Destination und unterstrichen ihre Eignung als Gastgeberin bedeutender Sportgrossveranstaltungen. Gleichzeitig spiegelten die gut ausgelasteten Hotelzimmer auch die touristische und wirtschaftliche Relevanz des Events für die Region wider.

Boulder Weltcup

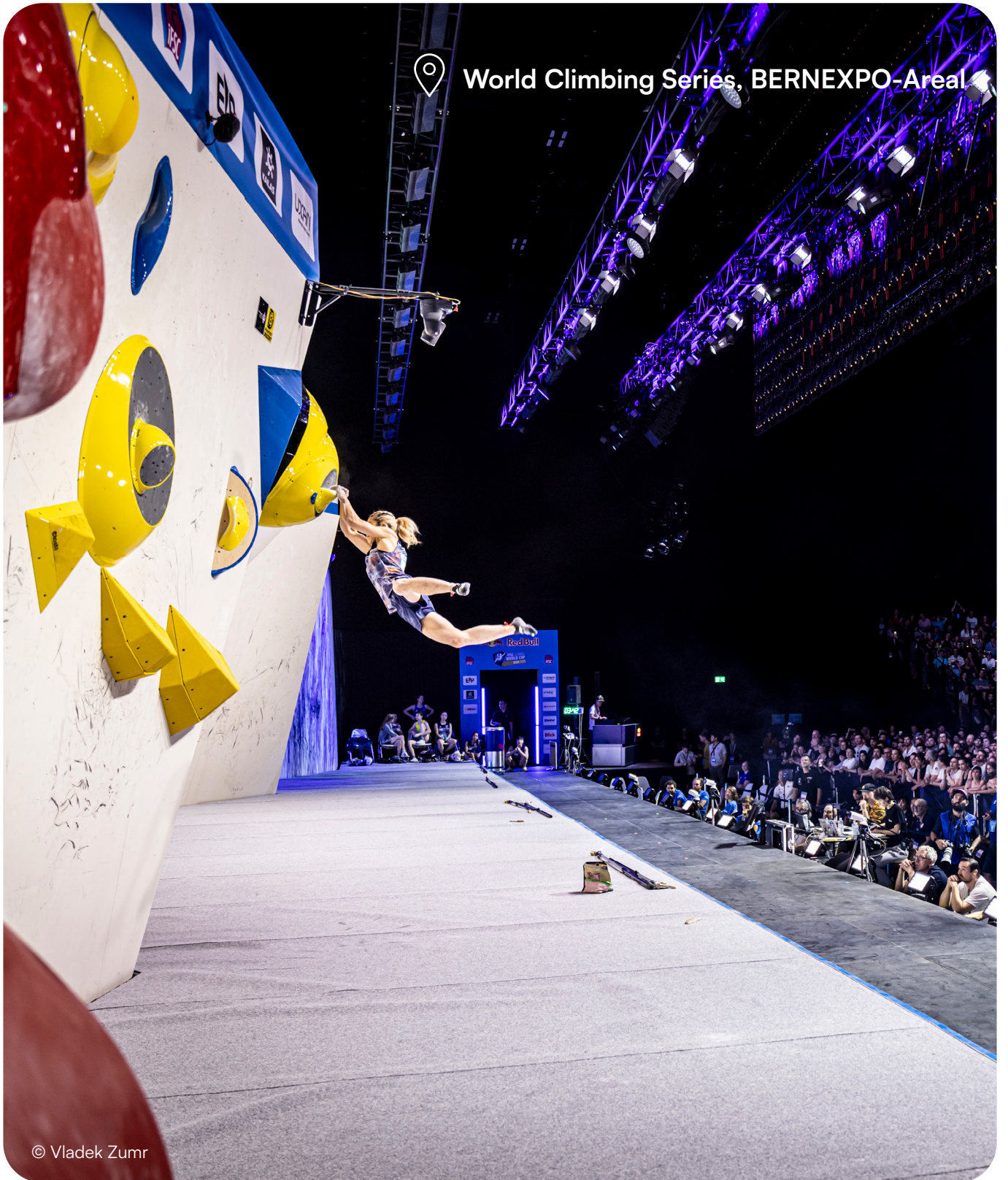
Nicht nur der Fussball, auch der Klettersport prägte das Eventjahr 2025 in Bern. Mit dem ersten Boulder Weltcup war die Bundesstadt Gastgeberin eines internationalen Spitzensportanlasses und setzte damit ein weiteres starkes Zeichen im Bereich Sportevents. Der Wettkampf brachte Athlet:innen und Publikum aus dem In- und Ausland nach Bern und ergänzte den Veranstaltungskalender um ein attraktives neues Format. Besonders erfreulich: Der Anlass wird künftig jährlich in Bern stattfinden und damit fester Bestandteil im Eventkalender. Bern Welcome übernimmt dabei eine zentrale Rolle im Bereich Volunteering und trägt massgeblich zur erfolgreichen Durchführung bei. Seit 2026 trägt der Anlass offiziell den Namen World Climbing Series Bern.

SwissSkills

Auch bei den diesjährigen SwissSkills konnte das Bern Convention Bureau das Kontingent sämtlicher Übernachtungen übernehmen. Mit knapp 5'000 gebuchten Logiernächten und der komplexen Zuteilung einzelner Betten an die teilnehmenden Schüler:innen und Expert:innen stellte die Betreuung dieses Kunden hohe Anforderungen an das Team. Die Koordination verlangte grosses Engagement, Präzision und eine hohe Servicequalität in der Vorbereitung wie auch während des Anlasses. Dank des professionellen Einsatzes gelang die Unterbringung reibungslos und trug wesentlich zum Gesamterfolg der SwissSkills bei. Parallel dazu war die Kommunikationsabteilung von Bern Welcome im Partnerprojekt stark eingebunden und verantwortete wesentliche Aufgaben in den Bereichen Content, Positionierung und Multichannel-Kommunikation.



World Climbing Series, BERNEXPO-Areal



© Vladek Zumr

Congress Hub Bern

Mit Bern Welcome, BERNEXPO und Kursaal Bern haben sich drei zentrale Akteur:innen des Kongressstandorts im Januar 2023 zum Congress Hub Bern (CHB) zusammengeschlossen. Ziel der Partnerschaft ist, die Position Berns als führende Schweizer Kongress- und Eventdestination gezielt zu stärken — durch koordinierte Marktbearbeitung, gemeinsame Akquise und die Entwicklung zukunftsfähiger Veranstaltungsformate.

Der Congress Hub Bern hat sich in kurzer Zeit als wirkungsstarke Standortinitiative etabliert. In den ersten zwei Jahren wurden über 300 Kongresse, Konferenzen und Meetings realisiert und eine geschätzte regionale Wertschöpfung von rund 15 Millionen Franken generiert. Damit leistet der CHB einen messbaren Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Destination Bern. Besonders hervorzuheben ist die hohe Effizienz des Mitteleinsatzes: Mit einem Gesamtbudget von rund CHF 0,35 Millionen konnte eine Wertschöpfung von über CHF 12 Millionen erzielt werden — ein Wirkungshebel von rund 1:34. Diese Kennzahl unterstreicht die strategische Relevanz des CHB als Instrument der Standortentwicklung.

Die operative Umsetzung erfolgt entlang zweier Geschäftsfelder:

- Im Bereich Wachstum wurde die gemeinsame Marktbearbeitung konsequent ausgebaut — mit über 400 Kundenkontakten jährlich sowie einer stabil hohen Anzahl an realisierten und akquirierten Veranstaltungen. Parallel dazu wurde die digitale Infrastruktur mit der neuen Plattform bern.com und der Weiterentwicklung der Bern App gezielt gestärkt.
- Im Bereich Unterstützung fokussiert sich der CHB klar auf die gezielte Ansprache von Entscheidungsträger:innen. Mit dem Aufbau eines Ambassador:innen-Programms und der Einführung einer Research-Funktion wird ab 2025 ein zusätzlicher Hebel zur Gewinnung internationaler Kongresse geschaffen.

Der Congress Hub Bern stärkt damit nicht nur die touristische Nachfrage, er verbessert auch die internationale Sichtbarkeit des Standorts. Erfolgreich akquirierte Formate wie das UNO-Weltdatenforum, der European Cycle Summit oder die Swiss Cyber Security Days zeigen exemplarisch die gewachsene Positionierung Berns im nationalen und internationalen MICE-Markt.

Mit Blick nach vorne liegt der Fokus auf der weiteren Skalierung der Wirkung: durch den Ausbau internationaler Sales-Aktivitäten, die gezielte Weiterentwicklung von Netzwerkstrukturen und die stärkere Nutzung datenbasierter Entscheidungsgrundlagen.



Meine Pressereise nach Bern zeichnete sich durch perfekte Organisation, hervorragende Verpflegung und Unterkunft sowie spannende Einblicke aus. Unvergesslich: Bei der Führung im Zytglogge konnten wir ganz zufällig der Reparatur des beeindruckenden Uhrwerks beiwohnen – der Blick auf die verrücktspielenden Uhrzeiger war unbezahlbar.

Monika Stroj, REISEN-Magazin, Teilnehmerin Gruppenmedienreise Österreich

Marktbearbeitung: Märkte und Medienreisen

Die Präsenz in den für Bern Welcome relevanten Märkten blieb auch 2025 ein zentraler Bestandteil der Vermarktungsaktivitäten. Die Marktbearbeitung erfolgte direkt sowie in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und Made in Bern. Neben den grenznahen Märkten standen Belgien, die Niederlande, Luxemburg, Spanien und Nordamerika im Fokus. Kommunikationsmassnahmen, Besuche vor Ort, Sales Calls sowie Medien- und Studienreisen bildeten die Grundlage, um die Destination Bern in diesen Märkten wirksam zu positionieren.

Rekord an Medienreisen

2025 wurde mit 111 Medienreisen ein neuer Höchstwert verzeichnet. Dazu beigetragen haben insbesondere die UEFA Women's EURO 2025 und die World Cheese Awards, die international auf grosses Medieninteresse stiessen. Im Zusammenhang mit der WEURO gab es gleich mehrere Highlights: ein Training für Influencerinnen aus Europa mit Nationaltrainerin Pia Sundhage, eine Gruppenmedienreise mit Reisejournalistinnen und -journalisten aus Spanien und Portugal rund um das Gruppenspiel der beiden Nationen sowie der Besuch der spanischen Profifussballerin und Kämpferin für die Rechte von Frauen im Fussball, Vero Boquete.

Die Organisation und Betreuung der Medienreisen war entsprechend zeitintensiv. Dank einer engen internen Abstimmung und Optimierungen einzelner Arbeitsschritte konnten die Medienreisen effizient und erfolgreich umgesetzt werden.

**Total 138 Medien- und
Studienreisen mit 523
Teilnehmer:innen**

Switzerland Travel Mart (STM) in Zermatt

Der Switzerland Travel Mart (STM), die wichtigste Incoming-Fachmesse des Schweizer Tourismus, fand 2025 in Zermatt statt. Rund 400 internationale Reiseveranstalter:innen trafen dort auf 350 Schweizer Anbieter:innen. Im Zentrum stand die Präsentation der Destination Bern gegenüber einem internationalen Fachpublikum und der persönliche Austausch zu konkreten Angeboten.

Der gemeinsame Auftritt mit acht Hotelpartnern und weiteren Akteurinnen und Akteuren aus der Destination Bern stärkte die Sichtbarkeit und verlieh zusätzliche Strahlkraft. Gleichzeitig bot der STM einen wertvollen Rahmen, um neue Kontakte zu knüpfen und bestehende Partnerschaften zu vertiefen.

Marktbearbeitung in Norditalien — gemeinsam mit der BLS

Die Kooperation mit der BLS fokussierte 2025 auf die gezielte Marktbearbeitung in Norditalien. Im Mittelpunkt stand der «Trenino Verde delle Alpi», der nachhaltige und komfortable Fahrten zwischen Domodossola und Bern anbietet. Zu den umgesetzten Massnahmen gehörten eine einmonatige Präsenz der Destination Bern in einem Zug der Metrolinie M5 in Mailand, Studienreisen mit Reiseveranstalter:innen sowie mehrere Medienreisen, darunter auch der Besuch der Influencerin Francesca Ferragni mit ihrer Familie.

Die Massnahmen trugen dazu bei, die Bekanntheit der Destination Bern in Norditalien zu erhöhen und nachhaltiges Reisen zu fördern. Hinweise auf die Wirkung zeigten sich unter anderem in einem erhöhten Gästeaufkommen aus Italien an einzelnen Feiertagen, insbesondere im «Trenino Verde delle Alpi». Auch die Nachfrage nach Stadtführungen und die Übernachtungszahlen entwickelten sich positiv, besonders in der Weihnachtszeit.



Unsere Teilregionen

Bern Welcome vermarktet die Tourismusregionen Stadt Bern, Gantrisch, Oberaargau, Laupen und Emmental. Gemeinsam bilden sie die Destination Bern — mit einer aussergewöhnlichen Vielfalt an Landschaften, Angeboten und Erlebnissräumen. Diese Vielfalt ist eine zentrale Stärke der Destination. Sie erlaubt, unterschiedliche Gästebedürfnisse gezielt anzusprechen und gleichzeitig eine ausgewogene touristische Entwicklung über die gesamte Region hinweg sicherzustellen.

Gemeinsame Steuerung und strategische Weiterentwicklung

Die Zusammenarbeit zwischen Bern Welcome und den Teilregionen basiert auf klar definierten Strukturen und einer gemeinsamen strategischen Ausrichtung. Die Leistungsvereinbarungen 2024 bis 2027 bilden den verbindlichen Rahmen für die operative Zusammenarbeit und die koordinierte Umsetzung von Massnahmen.

Bei der strategischen Weiterentwicklung der Destination Bern nimmt der Destinationsrat eine zentrale Rolle ein. Als gemeinsames Gremium der Teilregionen und Bern Welcome stellt er sicher, dass übergeordnete Themen abgestimmt, Prioritäten gemeinsam gesetzt und die langfristige Positionierung der Destination kohärent weiterentwickelt werden. So entsteht ein Zusammenspiel aus operativer Umsetzung und strategischer Steuerung, das die Entwicklung der Destination ganzheitlich stärkt.

Zusammenarbeit und konkrete Umsetzung

Die jährlich vier Destinationstreffen bilden das zentrale Gefäss für den regelmässigen Austausch zwischen Bern Welcome und den Teilregionen. Im Berichtsjahr standen die Fokusthemen E-Bike, Spazieren und Weihnachten im Zentrum — ergänzt durch Best Practices aus den Teilregionen.

Die Zusammenarbeit geht jedoch über den reinen Austausch hinaus: Inhalte, Angebote und Schwerpunkte werden laufend abgestimmt und gemeinsam weiterentwickelt. Dazu gehören beispielsweise koordinierte Fotoshootings, Medienanlässe und Studienreisen. Über nationale Plattformen wie Made in Bern und Schweiz Tourismus werden diese Inhalte gebündelt ausgespielt und die Sichtbarkeit der gesamten Destination gestärkt.

Wirkung für die Destination

Durch die enge Zusammenarbeit gelingt es, die Stärken der einzelnen Teilregionen zu bündeln und gleichzeitig als Gesamtdestination aufzutreten. Dies erhöht die Wahrnehmung im Markt, schafft Synergien in der Vermarktung und trägt zur nachhaltigen Wertschöpfung in der gesamten Region bei.



📍 Aspisee, Oberaargau



📍 Spielplatz Oberburg, Emmental



📍 Exkursionen, Naturpark Gantrisch



📍 offlineCAMP, Schloss Laupen

Digital Marketing, Communications und Branding

Im Jahr 2025 lag der Schwerpunkt auf der weiteren Schärfung der Marke Bern sowie auf der inhaltlichen und technischen Weiterentwicklung der digitalen Präsenz. Vertiefte Analysen lieferten wichtige Grundlagen, um die strategische Ausrichtung zu schärfen und Aktivitäten zu optimieren. Im Bereich Tracking wurden wesentliche Fortschritte erzielt. Die Sichtbarkeit der Destination Bern wurde auf den relevanten Kanälen gezielt erhöht und die Plattform [bern.com](#) inhaltlich und technisch weiterentwickelt. Positive Berichterstattung in den Medien, vielfältige Social-Media-Beiträge sowie Beiträge in Fach- und Lokalpresse stärkten zusätzlich die Wahrnehmung und das Vertrauen in die Destination Bern.



Content Freizeit und Business

2025 setzte die Region Bern mit vielfältigen Veranstaltungen starke Akzente und schuf Erlebnisse mit Ausstrahlung weit über die Region hinaus. Einer der Events war dabei besonders prägend: die Fussball-Europameisterschaft der Frauen.

Aare You Safe-Kampagne

Die Stadt Bern reaktivierte im Sommer 2025 die Initiative «Aare You Safe?» — gemeinsam mit der Kantonspolizei Bern, der Gewässerpolizei Bern, der Gemeinden entlang der Strecke Thun-Wohlensee, der Beratungsstelle für Unfallverhütung BFU, der Schweizerischen Lebensrettungs-Gesellschaft (SLRG) sowie Bern Welcome. Die Kampagne sensibilisierte die lokale Bevölkerung und Gäste für einen sicheren und respektvollen Umgang mit der Aare während der Sommermonate. Aktivitäten wie Aareschwimmen oder Aareböötle sind fester Bestandteil des Berner Lebensgefühls. Das Schwimmen in der Aare ist beliebt, setzt jedoch gute Schwimmkenntnisse voraus. Entsprechend stand in der Kommunikation neben dem Erlebnis vor allem die Sicherheit im Fokus. Die Sicherheitstipps wurden über aareyousafe.ch und bern.com verbreitet.

Die Wirkung der Kampagne war gross: 1'838 Downloads der SLRG-Aarekarte, eine hohe Nachfrage in der Tourist Information am Bahnhof Bern sowie 18'940 gespielte Game-Runden zeugen vom grossen Interesse bei Bevölkerung und Gästen. Das interaktive Game vermittelte auf spielerische und niederschwellige Weise wichtige Sicherheitshinweise rund ums Aareböötle und trug so zur nachhaltigen Sensibilisierung bei. Rund die Hälfte des Website-Traffics auf bern.com entstand direkt durch Kommunikationsmassnahmen wie Plakate im öffentlichen Raum, Social-Media-Sicherheitsvideos sowie Backlinks von Partnerorganisationen. Die Initiative leistete damit einen wirkungsvollen Beitrag zur Prävention und sicheren Nutzung der Aare.

Kampagne Firmenweihnachten

Die Kampagne Firmenweihnachten wurde erneut schon im August als Teil der Weihnachtskampagne von Bern Welcome gestartet. Der bestehende Hub wurde überarbeitet und umfasste Inhalte zu Firmenweihnachtsessen, weihnachtlichen Teamevents, Geschenkideen für Mitarbeitende und eine Übersicht der Weihnachtsmärkte. Rund 30 Partnerangebote wurden integriert, wobei fast alle Teilregionen berücksichtigt werden konnten. Der Anfang August versandte Newsletter verzeichnete in der deutschsprachigen Version eine höhere Öffnungsrate als im Vorjahr, während die englischsprachige Ausgabe leicht schwächer performte. Positiv entwickelte sich auch das Game «Drei Käse hoch» mit einer deutlich besseren Performance als im Vorjahr. Demgegenüber war der Traffic auf dem Firmenweihnachts-Hub rückläufig, fremdsprachige Inhalte zeigten nur eine begrenzte Wirkung.



Gewölbekeller toi et moi, Stadt Bern

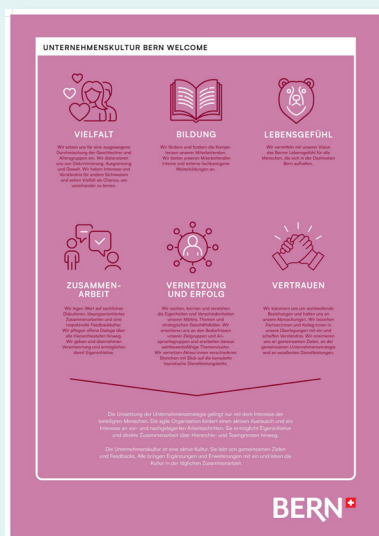
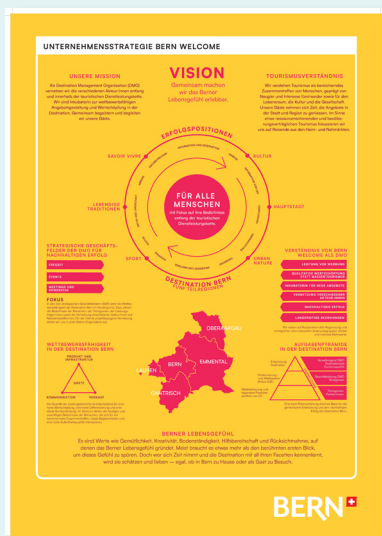
Corporate und Media

Lancierung Mediennewsletter «BERN-News»

Im Jahr 2025 wurde mit «BERN-News» ein Mediennewsletter neu lanciert. Er soll Medienschaffende regelmässig mit relevanten Neuigkeiten, saisonalen Themen und sorgfältig kuratierten Inhalten aus der Stadt und Region Bern versorgen. Der Newsletter stärkt die proaktive Medienarbeit, unterstützt die Pflege der Medienkontakte und schafft einen zusätzlichen Kanal zur Platzierung von Geschichten, Persönlichkeiten und Angeboten aus dem Netzwerk. Gleichzeitig trägt das Format zur Positionierung der Destination Bern bei und stärkt die Wahrnehmung von Bern Welcome als kompetente und verlässliche Informationsquelle. Im Berichtsjahr wurde «BERN-News» an über 200 qualitativ hochwertige Kontakte in vier Sprachen versandt. Damit wurde eine solide Grundlage für den weiteren Ausbau des Newsletters gelegt.

Neue Unternehmensplakate

Mit den neuen Unternehmensplakaten wurde 2025 ein Projekt der internen Kommunikation umgesetzt, das strategische Inhalte allen Mitarbeitenden anschaulich und verständlich zugänglich macht. Die Themen Unternehmensstrategie, Unternehmenskultur und Nachhaltigkeitsprinzipien wurden zielgruppengerecht visualisiert und im neuen CI/CD gestaltet. Die grossformatigen Plakate wurden in den Büroräumlichkeiten aufgehängt, um zentrale Inhalte im Arbeitsalltag sichtbar zu machen. Strategisch wichtige Themen werden so nicht nur kommuniziert, sondern dauerhaft verankert. Dies stärkt das gemeinsame Verständnis und unterstützt die Identifikation mit den übergeordneten Zielen und Werten der Organisation.



Digital Communication

Das Digital Marketing Team unterstützt die Kampagnen- und Marktverantwortlichen bei der Content-Distribution auf bern.com, Social Media und Drittplattformen. Zudem verantwortet es den Betrieb und die Weiterentwicklung der digitalen Plattformen.

Monatshighlights an über 20'000 Empfänger:innen

Auch 2025 wurde die «I love Bern»-Community via eine Landingpage auf bern.com über die (durchschnittlich zehn) Highlights des kommenden Monats informiert. Rund 21'000 Empfänger:innen erhielten die monatliche Inspiration per Newsletter. Mit einer durchschnittlichen Öffnungsrate von 60 Prozent und einer Klickrate von 20 Prozent stösst dieses Kommunikationsmittel konstant auf grosses Interesse.

Durch gezielte Platzierungen auf der Plattform bern.com sowie ergänzende organische und Paid-Massnahmen wurden die Monatshighlights zusätzlich beworben. Am erfolgreichsten waren die Highlights der Monate Februar und März, dicht gefolgt von August und November. Am wenigsten Aufrufe verzeichneten die Monate Mai und Juli. Inhaltlich bieten die Monatshighlights eine bunte Mischung aus Event-, Familien-, Natur-, Kultur- und Genusstipps. Highlights aus der Stadt Bern wie 2025 die UEFA Women's EURO oder das Buskers stehen ebenso im Fokus wie regionale Events, zum Beispiel die Gantrisch Loppet oder das Let it Beer in Burgdorf.

Virtueller Adventskalender

Ein weiteres Mal war der «I love Bern»-Adventskalender in Zusammenarbeit mit dem Berner Netzwerk und den Teilregionen ein grosser Erfolg. Über 195'644 Personen haben sich vom 1. bis am 24. Dezember 2025 registriert und an den täglichen Verlosungen teilgenommen. Im Vergleich zum Vorjahr konnte die Conversionrate sogar um rund 9 Prozent auf 70.4 Prozent gesteigert werden. Besonders begehrt waren wieder die Tagespässe für das Gurtenfestival sowie die Übernachtung im Emmental und die Wellness-Auszeit im Schloss Hünigen. Der Adventskalender hat auch zur Sichtbarkeit der Akteur:innen auf bern.com beigetragen: Über 406'000 Seitenaufrufe konnten auf der viersprachigen Landingpage generiert werden. Dies sind zwar rund 10 Prozent weniger als im Vorjahr, jedoch wurden auch weniger Werbemittel in die Kampagne investiert.

«I love Bern»-Community

Die «I love Bern»-Community wächst kontinuierlich und sorgt für eine starke organische Reichweite auf den sozialen Netzwerken. Ende 2025 zählte die Community:



74'230

Follower auf Facebook mit
9,4 Millionen Aufrufen



71'887

Follower auf Instagram
mit 5,4 Millionen Aufrufen



136

Follower auf Pinterest mit
394'770 Aufrufen



7'689

Follower auf TikTok mit
860'000 Aufrufen



7'000

Follower auf LinkedIn

Die starke Präsenz auf den verschiedenen Plattformen zeigt das grosse Interesse an der Destination Bern und bietet eine wertvolle Basis, um Inhalte gezielt auszuspielen und die Community aktiv einzubinden.

LinkedIn-Serie Bern Convention Bureau

LinkedIn wurde 2025 als bereichsübergreifender Kommunikationskanal aktiv genutzt, mit einem Schwerpunkt auf Inhalten aus dem Business- und MICE-Bereich. Ergänzend wurden Beiträge aus dem Bern-Netzwerk und dem International Bern Welcome Desk publiziert. Ende 2025 verzeichnete der Kanal erstmals über 7'000 Follower. Mit dem Kurzvideoformat «Meet our Bern Convention Bureau» wurden Mitarbeitende des Convention Bureau vorgestellt und ein authentischer, nahbarer Einblick in den Arbeitsalltag vermittelt. Die Serie trug dazu bei, die persönliche Ansprache auf dem Kanal zu stärken und die Identifikation mit dem Bern Convention Bureau zu fördern. Mit rund 31'000 Impressionen und 880 Reaktionen wurde die Sichtbarkeit auf LinkedIn erhöht und die Interaktion mit der Zielgruppe gestärkt.

Datenmanagement und Tracking

Im Jahr 2025 haben wir die Transparenz und Nutzung unserer Daten deutlich verbessert, indem wir sie auf einer zentralen Plattform gebündelt und miteinander verknüpft haben. Die Implementierung von API-Schnittstellen zu Meta (organisch und paid), LinkedIn (organisch und paid) sowie Brevo (E-Mail-Marketing) ermöglichte es uns, Daten zu erfassen, zu bereinigen und zu strukturieren, bevor sie in Looker Studio integriert wurden.

Dank dieses Ansatzes können wir die Präferenzen unserer Community besser verstehen, Trends in der Content-Performance identifizieren und unsere E-Mail-Kampagnen effizient analysieren. Zudem spart die Automatisierung der Prozesse viel Zeit beim Erstellen von Reports.

Auch im Bereich Website- und E-Commerce-Tracking wurden wesentliche Fortschritte erzielt. Buchungs- und Kaufprozesse sind heute vollständig nachvollziehbar, wodurch die Customer Journey von der ersten Interaktion bis zur Conversion präzise analysiert werden kann. Auch die Online-Werbepplätze auf bern.com wurden neu konzipiert, technisch umgesetzt und mit einem Tracking für Klicks und Views ausgestattet. Die sieben Werbeformate können auf unterschiedlichen Seitentypen für interne und externe Zwecke flexibel genutzt werden.

Nutzung und Performance der Plattform bern.com

Bern.com verzeichnete im Jahr 2025 insgesamt 4'617'429 Seitenaufrufe und 1'174'942 aktive Nutzende. Die Qualität der Nutzung hat sich gegenüber 2024 verbessert, die Verweildauer stieg um 51 Prozent auf 3:30 Minuten. Mit der Bereinigung der Inhalte und neuen KI-Suchmöglichkeiten nahmen die Seitenaufrufe sowie die Zahl aktiver Nutzer:innen gegenüber dem Vorjahr jedoch ab. Der kontinuierliche Anstieg des Traffics über Large Language Models (LLMs) wie ChatGPT oder Gemini unterstreicht den Trend, dass vermehrt qualifizierte Nutzende auf die Plattform geführt werden.



“

Mit dem Ausbau von Tracking und Analytics haben wir 2025 einen wichtigen Schritt hin zu einer fundierteren, datenbasierten Steuerung gemacht. Die Erkenntnisse helfen uns, Nutzerverhalten besser zu verstehen, Massnahmen gezielter auszurichten und die digitale Performance laufend zu verbessern.

David Gilliard,
Digital Performance Manager

Digitalisierungsprojekt PUMA

Die Digitalisierung einer Organisation endet nicht mit einem Projekt sondern ist konstante Transformation. Das Projekt PUMA (Plattform für userzentrierte Marketing Automation) aber wird 2026 finalisiert. Nachdem im 2024 die Plattform bern.com gebaut und lanciert wurde, war 2025 geprägt von der technischen Konzeption, Programmierung und Einführung von MyPUMA, der Plattform zur Orchestrierung von Prozessen. Zu diesen gehörten im vergangenen Jahr der gesamte Bereich City Tours und somit Auftrags- Buchungs- und Verkaufsmanagementprozess inklusive des digitalen Managements der City Guides mit Zuteilung von Führungen, Berücksichtigung von Spezifikationen wie Sprachen und Arbeitszeiten sowie Lohnberechnung und -abrechnung.

Im Weiteren startete die Konzeption des Bereichs Business, um auch hier diverse relevante Prozesse zu digitalisieren. Die technische Konzeption eines sicheren Buchungs- und Verkaufsprozesses des bei unseren Übernachtungsgästen beliebten Bern-Tickets zur kostenlosen Nutzung des öffentlichen Verkehrs in der Stadt, konnte 2025 finalisiert werden.



International Bern Welcome Desk

Das International Bern Welcome Desk (IBWD) ist die zentrale Schnittstelle für die internationale Gemeinschaft mit Sitz in Bern. Es dient als koordinierende Kontaktstelle und ist Ansprechpartner für Akteur:innen in und um Bern, die mit der internationalen Gemeinschaft zusammenarbeiten. Im Rahmen seines öffentlichen Mandats übernimmt das IBWD eine verbindende Knotenfunktion und leistet damit einen aktiven Beitrag zur Stärkung der politischen, wirtschaftlichen und touristischen Attraktivität des Standorts Bern.

Länderbrote zur WEURO 2025

Auch für das IBWD war die UEFA Women's EURO 2025 ein zentrales Thema. Das Turnier wurde genutzt, um diplomatische Vertretungen aktiv einzubinden und lokale Partnerschaften zu stärken. Zunächst wurden Botschaften angefragt, ob sie eine Präsenz auf dem Waisenhausplatz wünschten oder Volunteers im Rahmen der WEURO stellen wollten.

Besonders gelungen war das Projekt «Länderbrote» der Bäckerei Bread à Porter, bei dem Gebäcke zu Ehren der vier Nationalteams, die in Bern spielten (Schweiz, Spanien, Portugal und Italien), entstanden und die jeweiligen Botschafter:innen zu einem Tasting eingeladen wurden.

Das Beispiel zeigt eindrücklich, wie das Partnernetzwerk von Bern Welcome vom Zugang zur Zielgruppe des IBWD profitieren kann. Solche Kooperationen schaffen Synergien und einen konkreten Mehrwert für die lokale Wirtschaft und tragen so zum aktiven Reputationsmanagement des Standorts bei.



Erfolgreiche Lancierung des Asia Pacific Film Festival

Mit dem Asia Pacific Film Festival wurde im Januar und Februar 2025 ein neues Festival mit internationaler Ausrichtung in Bern durchgeführt. Der International Bern Welcome Desk unterstützte die Lancierung in den Bereichen Sponsoring, Kommunikation und Reichweite. Der Anlass wurde über die Social-Media-Kanäle von Bern Welcome beworben und in die Monatshighlights integriert. Das Festival war gut besucht und stiess auf grosses Interesse. Die positive Resonanz ist eine vielversprechende Grundlage für die Weiterführung des Formats.



“

Im Laufe meiner Einarbeitung erfuhr ich eine kaum zu beschreibende Dankbarkeit der internationalen Gemeinschaft gegenüber der Arbeit des IBWD. Die Menschen sind erleichtert, einen zuverlässigen Ansprechpartner für Fragen und Anliegen aller Art zu haben und loben das professionelle und praxisorientierte Engagement der Schweiz. Ebenfalls erkundigen sie sich voller Vorfreude nach unseren bevorstehenden Anlässen. Das IBWD ist in der Agenda unserer Zielgruppe fest verankert.

Vera Wagner,
Office Manager International Bern Welcome Desk



Sumiswald, Emmental

Im Jahr 2025

wurde das IBWD **295-mal** für **Auskünfte und Beratungen** kontaktiert,

war es an der Organisation von **18 Aktivitäten und Anlässen** beteiligt (darunter 2 «Welcome-Anlässe»),

wurde es zu **50 Anlässen oder Aktivitäten** eingeladen, die von Dritten organisiert wurden,

nahm es an **49 Treffen mit Mitgliedern der internationalen Gemeinschaft** teil und

an **14 Höflichkeitsbesuchen** von Botschafter:innen bei der Stadtpräsidentin.

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit bildet den zentralen Orientierungsrahmen für die Entwicklung der Destination Bern. Als Destination Management Organisation gestaltet Bern Welcome touristische Entwicklung bewusst so, dass wirtschaftliche Wertschöpfung, ökologische Verantwortung und gesellschaftliche Akzeptanz gleichermaßen berücksichtigt werden.

Nachhaltige Tourismusedwicklung

Bern vereint urbanes Leben, UNESCO-Weltkulturerbe und unmittelbare Naturnähe. Die Aare, weitläufige Grünräume und kurze Wege prägen diese Destination mit hoher Lebensqualität. Gleichzeitig ist Bern national wie international gut erreichbar und verfügt über ein vielseitiges touristisches Angebot. Diese Rahmenbedingungen erlauben eine touristische Entwicklung, die bewusst auf Qualität und Ausgewogenheit statt auf reines Mengenwachstum setzt.

Bern Welcome versteht Tourismus als bereichernde Begegnung zwischen Menschen — geprägt von Neugier, gegenseitigem Respekt und Interesse am Lebensraum. Nachhaltigkeit bedeutet in diesem Zusammenhang, Tourismus so zu gestalten, dass er langfristigen Nutzen für Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft stiftet.



Altenbergstrasse, Stadt Bern

Nachhaltigkeit strategisch verankert

Nachhaltigkeit ist bei Bern Welcome integraler Bestandteil der Unternehmensführung und strategischen Steuerung. Die Verantwortung für die Umsetzung liegt bei der Geschäftsleitung. Sie stellt sicher, dass Nachhaltigkeitsaspekte systematisch in strategische Entscheide, Jahresziele, Budgetprozesse und operative Planungen einfließen.

Die operative Koordination verantwortet der Project Manager Sustainability. Diese Rolle begleitet Projekte unter ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten, unterstützt die Organisation bei der Integration entsprechender Kriterien in Prozesse und stellt das Monitoring der definierten Ziele sicher.

Die interne Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf drei zentralen Prinzipien:

Langfristige Entwicklung

Verantwortungsbewusstsein

Partizipation

Für jedes dieser Handlungsfelder wurden konkrete Ziele bis Ende 2026 definiert und mit messbaren Kennzahlen (KPIs) hinterlegt. Fortschritte werden jährlich erhoben und ausgewertet.



“

Nachhaltigkeit bedeutet für Bern Welcome, touristische Entwicklung so zu gestalten, dass sie langfristigen Nutzen schafft — für Gäste, für die Bevölkerung und für die Region Bern.

Murielle Flury,
Project Manager Sustainability



Steuerung und Zertifizierung

Die Nachhaltigkeitssteuerung erfolgt entlang klar definierter Ebenen von der Unternehmensstrategie über die Nachhaltigkeitsstrategie bis hin zu konkreten KPIs und Monitoringprozessen.

Mit der internationalen Zertifizierung TourCert und der Einstufung im Schweizer Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable Level III — Leading wird die Nachhaltigkeitsarbeit regelmässig extern überprüft und weiterentwickelt.

Nachhaltigkeit in Zahlen

Das Jahr 2025 markiert das erste Jahr der systematischen Datenerhebung im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie. Die erhobenen Kennzahlen bilden eine Referenzbasis für die weitere Entwicklung bis 2026.

64 Prozent	65 Prozent	100 Prozent	62 Prozent
9 von 14 Projekten mit dokumentiertem Nachhaltigkeitsnutzen	Nachhaltige Einsatz von Energie- und Verbrauchsressourcen	Festangestellte mit Nachhaltigkeitsziel	der Mitarbeitenden nehmen jährlich an einem abteilungsübergreifenden Austausch teil

74 Prozent	+ 113 Prozent	3	2026
Mitarbeitenden-zufriedenheit	Wachstum der barrierefreien Logiernächte	Nachhaltigkeitsprinzipien	Erreichen der definierten Nachhaltigkeitsziele

Bereits heute zeigt sich, dass Nachhaltigkeitsaspekte zunehmend in Projekte, Prozesse und in die Organisationskultur integriert werden.

Integration in Projekte und Angebote

Nachhaltigkeitsaspekte sind heute formaler Bestandteil der Projektdefinition. Bereits 64 Prozent der neu gestarteten Projekte im Jahr 2025 berücksichtigten den Nachhaltigkeitsnutzen systematisch. Ziel ist eine vollständige Integration bis Ende 2026.

Verantwortungsbewusster Ressourceneinsatz

Im Bereich Beschaffung und Ressourcenmanagement wurden erste messbare Fortschritte erzielt. Dazu gehören unter anderem der Einsatz von Naturstrom, Recyclingmaterialien und die verstärkte regionale Beschaffung ausgewählter Güter. Ergänzend tragen energieeffiziente Infrastruktur, virtuelle IT-Lösungen (Server) und konsequentes Recycling zur Reduktion des Ressourcenverbrauchs bei.

Nachhaltigkeit in der Organisationskultur

Ein zentraler Erfolgsfaktor ist die aktive Einbindung der Mitarbeitenden. Im Rahmen der jährlichen Zielvereinbarungen definieren Mitarbeitende individuelle Beiträge zur Nachhaltigkeit.

Per Ende 2025 verfügten alle Mitarbeitenden (mit Ausnahme von Lernenden und befristet Angestellten) über ein persönliches Nachhaltigkeitsziel. Interne Befragungen zeigten zudem eine insgesamt positive Wahrnehmung der organisatorischen Rahmenbedingungen. Die relevanten Indikatoren erreichen durchschnittlich 74 von 100 Punkten.

Soziale Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit zeigt sich auch in konkreten Kooperationen. Ein Beispiel ist die Partnerschaft mit Claire & George, die barrierefreies Reisen fördert.

Im Jahr 2025 konnten dadurch 113 barrierefreie Logiernächte organisiert werden, davon 52 für Schweizer und 61 für ausländische Gäste. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Anstieg um 113 Prozent (2024: 53 Logiernächte, davon 8 von Schweizer Gästen und 45 von ausländischen Gästen).

Die deutliche Zunahme unterstreicht das wachsende Potenzial barrierefreier Angebote sowohl im Heimmarkt als auch im internationalen Tourismus.



 Rosengarten, Stadt Bern

Nachhaltigkeit gemeinsam gestalten

Nachhaltige Destinationsentwicklung gelingt nur gemeinsam mit Partner:innen-organisationen, Betrieben und öffentlichen Institutionen. Bern Welcome übernimmt dabei eine koordinierende und impulsgebende Rolle innerhalb der Destination.

Touristische Entwicklung erfolgt in einem Netzwerk eigenständiger Akteur:innen aus Tourismus, Wirtschaft und öffentlicher Hand. Unterschiedliche Perspektiven und Ausgangslagen erfordern einen kontinuierlichen Dialog.

Mit einem geplanten Roundtable «Nachhaltigkeit» werden zentrale Partner:innen künftig noch stärker eingebunden. Ziel ist, gemeinsame Prioritäten zu definieren und die nachhaltige Entwicklung der Destination partnerschaftlich voranzutreiben.

In den kommenden Jahren steht die konsequente Umsetzung der definierten Nachhaltigkeitsziele im Zentrum. Aufbauend auf den geschaffenen strukturellen Grundlagen liegt der Fokus bis Ende 2026 insbesondere auf:

- der vollständigen Integration des Nachhaltigkeitsnutzens in sämtliche Projekte,
- der Weiterentwicklung der Steuerungsinstrumente und Kennzahlen,
- der Stärkung der internen Beteiligung und Kompetenzentwicklung und
- der Vertiefung der Zusammenarbeit innerhalb der Destination.

Langfristig wird eine destinationsweite Einstufung im Nachhaltigkeitsprogramm Swisstainable angestrebt, um nachhaltige Entwicklung in der gesamten Region weiter zu stärken.

Bern Welcome versteht Nachhaltigkeit nicht als abgeschlossenes Projekt, sondern als fortlaufenden Transformationsprozess. Tourismus soll so gestaltet sein, dass er langfristig Mehrwert für Gäste, Bevölkerung und die Region Bern schafft.



Botanischer Garten, Stadt Bern



Unsere beiden Lernenden Hannah und Ayana haben im 2025 ihre Lehre gestartet.



Rosengarten, Stadt Bern

Management Services

Die Abteilung Management Services ist zuständig für die Bereiche Finanzen, Personal und Administration. Zudem betreut sie den Empfang für Gäste an der Amthausgasse 4 in Bern. Die Mitarbeitenden übernehmen eine Querschnittsfunktion, die sämtliche Bereiche des Unternehmens betrifft. Darüber hinaus stellt die Abteilung den kontinuierlichen Unterhalt der Räumlichkeiten sicher.

Human Resources

Als engagiertes Ausbildungsunternehmen legt Bern Welcome grossen Wert auf die Entwicklung und Förderung seiner Mitarbeitenden. Im Jahr 2025 standen insbesondere der Ausbau interner Entwicklungsmöglichkeiten und die gezielte Begleitung junger Talente im Mittelpunkt. Bern Welcome bietet ihnen die Chance, früh Verantwortung zu übernehmen und erste Führungserfahrungen zu sammeln. Voraussetzung dafür sind klare Prozesse, verlässliche Orientierung und praxisnahe Unterstützung. Vor diesem Hintergrund wurden die HR-Prozesse überarbeitet, systematisch dokumentiert und in einem umfassenden Handbuch zusammengeführt. So entstand eine verbindliche Grundlage für eine effiziente und zielgerichtete Personalarbeit.

Schnuppernachmittage

Der Schnuppernachmittag ist ein wichtiger Bestandteil der Nachwuchsförderung bei Bern Welcome und wird jedes Jahr von den Lernenden eigenständig organisiert. 2025 lag die Gesamtverantwortung für Planung, Organisation und Durchführung bei Mia. Gemeinsam mit dem Lernenden-Team realisierte sie einen abwechslungsreichen und professionellen Anlass, der den Teilnehmenden einen authentischen Einblick in den Berufsalltag vermittelte. Das Projekt bot den Lernenden die Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen und ihre Projektkompetenz weiterzuentwickeln.

Kennzahlen per Ende 2025

103

Mitarbeitende Total

55

Angestellte im Monatslohn

71,8 %

Frauenquote

48

Angestellte im Stundenlohn

44 Jahre

Durchschnittsalter aller
Mitarbeitenden

Durchschnittsalter je Abteilung

36 Jahre

Tourist Information

39 Jahre

IBWD

27 Jahre

City Tours

33 Jahre

Netzwerk

58 Jahre

Stadtführer:innen

35 Jahre

Bern Convention Bureau

30 Jahre

Digital

31 Jahre

Management Services
(mit Lernenden)

32 Jahre

Content

Finanzen

Das Geschäftsjahr 2025 war geprägt von einer stabilen operativen Entwicklung sowie einer bewussten Investitions- und Konsolidierungsphase innerhalb der Organisation. Die Tochtergesellschaft Bern Meetings & Events AG konnte im Berichtsjahr ihre Rolle als operative Leistungseinheit erfolgreich wahrnehmen. Sie erzielte einen positiven Jahresabschluss, der im Wesentlichen auf die laufenden Geschäftstätigkeiten und eine stabile Nachfrage im Veranstaltungs- und Angebotsportfolio zurückzuführen ist. Der erwirtschaftete Gewinn leistet einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der Eigenkapitalbasis und unterstreicht die Tragfähigkeit des operativen Geschäftsmodells.

Die Bern Tourismus AG weist für 2025 einen positiven Jahresabschluss aus. Das Ergebnis ist nicht Ausdruck eines ausserordentlichen Mehrertrages, sondern im Wesentlichen auf die teilweise Auflösung von Rückstellungen zurückzuführen, die in Vorjahren vorsorglich für Projekte, Risiken und Verpflichtungen gebildet worden sind. Gleichzeitig investierte die Bern Tourismus AG wie geplant in strategische Projekte, insbesondere in den Bereich Digitalisierung, Infrastruktur und touristische Weiterentwicklung. Der ausgewiesene Gewinn stellt daher keine Abkehr von der investiven Ausrichtung dar — er spiegelt die vorsichtige und nachhaltige Finanzführung über mehrere Jahre hinweg.

Unter Berücksichtigung der über vier Jahre verteilten Wertberichtigung des Aktienkapitals ergibt sich ein positives Jahresergebnis und eine Stärkung des Eigenkapitals. Damit wurde die notwendige Stabilität für künftige Projekt- und Entwicklungsphasen geschaffen. Die Organisation verfügt damit über eine solide Grundlage, um ihre Aufgaben auch in den kommenden Jahren verlässlich wahrnehmen zu können.



Schlapbach, Signau (Emmental)

Statistiken

Logiernächte Destination Bern

Teilregion	2022	2023	2024	2025
Stadt Bern	820'916	1'044'046	1'100'930	1'080'646
Umgebung Bern	99'629	133'329	138'025	137'526
Laupen	13'446	11'682	10'953	12'003
Emmental	141'530	141'676	138'828	140'037
Gantrisch	38'047	41'663	48'390	50'647
Oberaargau	59'009	63'700	69'113	68'471
Total	1'172'577	1'436'096	1'506'239	1'489'330

Städtevergleich

Städte	2022	2023	2024	2025
Bern	820'916	1'044'046	1'100'930	1'080'646
Basel	1'289'536	1'463'684	1'543'941	1'670'768
Genf	2'006'611	2'252'671	2'339'075	2'371'458
Lausanne	857'058	930'443	971'781	1'012'842
Luzern	1'099'435	1'328'369	1'412'735	1'484'648
Zürich	3'284'911	3'831'641	4'045'928	4'179'908

Anteil Logiernächte nach Herkunftsland in der Stadt Bern

Herkunftsland	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Schweiz	223'797	325'636	411'612	482'876	481'394	494'581
Ausland	132'241	185'838	409'304	561'170	619'536	586'065
Belgien	2'424	3'739	5'738	6'405	7'299	6'893
Deutschland	45'610	55'271	82'895	102'828	105'112	104'194
Frankreich	12'998	17'827	26'047	30'836	34'409	32'085
Italien	7'618	12'209	20'587	27'660	29'612	28'274
Niederlande	5'959	9'071	15'903	17'320	19'062	16'633
Österreich	4'534	5'902	9'893	15'613	14'033	10'895
Spanien	3'247	9'086	17'684	21'012	26'656	21'959
UK	5'458	6'228	21'148	37'743	31'670	32'439
Brasilien	1'694	3'905	8'885	12'050	16'540	14'751
Japan	1'240	448	2'494	7'640	10'240	11'177
Südkorea	1'323	703	4'155	11'908	12'894	9'335
USA	9'317	15'838	63'761	78'746	90'773	81'353
China*	2'990	1'203	5'019	23'663	38'418	41'644
Südostasien**	2'202	2'359	18'603	24'716	23'404	20'839
Golfstaaten***	875	4'895	11'193	13'115	14'469	12'636
Übrige Länder	24'752	37'154	95'299	129'915	145'444	140'958
Total	829'306	356'038	511'474	1'044'046	1'100'930	1'080'646

*China (inkl. Hongkong und Taiwan)

** Südostasien (Indonesien, Malaysia, Philippinen, Singapur, Thailand)

***Golfstaaten (Bahrain, Iran, Katar, Kuwait, Oman, Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate)

Entwicklung der Logiernächte seit 2000 in der Stadt Bern

Jahr	verfügbare Betten	Logiernächte	Aufenthaltsdauer in Tagen	Auslastung Verfügbare Betten in %
2000	2'767	534'082	1.9	52.70 %
2001	2'698	515'425	1.8	52.30 %
2002	2'486	475'276	1.8	52.20 %
2003	2'730	469'792	1.9	47.10 %
2004	3'388	554'100	1.8	43.70 %
2005	3'463	600'518	1.8	50.60 %
2006	3'250	647'787	1.8	54.80 %
2007	3'239	665'104	1.8	56.30 %
2008	3'339	666'765	1.8	54.60 %
2009	3'479	681'267	1.8	53.60 %
2010	3'439	674'495	1.7	53.70 %
2011	3'547	691'027	1.7	53.40 %
2012	3'595	686'967	1.7	52.20 %
2013	3'506	710'786	1.7	55.50 %
2014	3'455	718'575	1.6	57.00 %
2015	3'396	715'286	1.6	56.93 %
2016	3'450	717'315	1.6	57.03 %
2017	3'537	753'910	1.6	60.34 %
2018	3'868	833'025	1.7	59.79 %
2019	3'866	829'306	1.7	58.89 %
2020	4'277	356'038	1.6	25.60 %
2021	4'295	511'474	1.7	34.77 %
2022	4'431	820'916	1.7	51.25 %
2023	5'131	1'044'046	1.7	55.43 %
2024	5'580	1'100'930	1.7	54.32 %
2025	5'492	1'080'646	1.7	53.41 %

Jahresabschluss

01.01.2025 bis 31.12.2025

Bilanz Bern Welcome AG

Aktiven	31.12.25	31.12.24
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	1'258	1'064
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber Beteiligten	86'160	89'160
Verrechnungssteuer	0	2
	87'418	90'225
Anlagevermögen		
Beteiligungen	175'000	87'500
	175'000	87'500
Total Aktiven	262'418	177'725

Passiven	31.12.25	31.12.24
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	33	33
Transitorische Passiven	1'622	1'600
	1'655	1'633
Eigenkapital		
Aktienkapital	450'000	450'000
Verlustvortrag	-273'908	-358'527
Jahresgewinn / -verlust	84'671	84'618
	260'763	176'092
Total Passiven	262'418	177'725

Erfolgsrechnung Bern Welcome AG

	2025	2024
Ertrag Dienstleistungen	0	0
Dienstleistungsaufwand	0	0
Bruttogewinn	0	0
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-2'708	-2'760
Übriger Betriebsaufwand	0	0
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung und Wertberichtigung, Finanzerfolg und Steuern (EBITDA)	-2'708	-2'760
Abschreibungen	0	0
Betriebliches Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern (EBIT)	-2'708	-2'760
Finanzaufwand	-24	-22
Betriebliches Ergebnis vor Steuern (EBT)	-2'731	-2'782
Wertberichtigung Beteiligungen	87'500	87'498
Jahresergebnis vor Steuern	84'769	84'716
Direkte Steuern	-98	-98
Jahresergebnis	84'671	84'618

Anhang Bern Welcome AG

1) Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts, insbesondere der Artikel des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt. Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze, welche nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind, sind nachfolgend beschrieben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird.

In der Jahresrechnung wurden die nachfolgenden Grundsätze angewendet:

Beteiligungen

Die Beteiligungen werden zu Nominalwerten abzüglich Wertberichtigung ausgewiesen.

2) Erläuterungen zur Jahresrechnung	31.12.25	31.12.24
Beteiligungen		
Bern Meetings & Events AG, Bern nom. Kapital CHF 200'000, Anteil 100%	100'000	50'000
Bern Tourismus AG, Bern nom. Kapital CHF 150'000, Anteil 100%	75'000	37'500
	175'000	87'500

3) Weitere Angaben zur Unternehmung

Erklärung, ob Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt nicht über 10, 50 oder 250 liegt

Bern Welcome AG hat keine Angestellten.

Bestimmung Bilanzverlust

Der Verlustvortrag von CHF 189'237 wird auf die neue Rechnung vorgetragen

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Bern Welcome AG, Bern

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Bern Welcome AG für das am 31. Dezember 2025 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 den Vortrag des Bilanzverlusts auf neue Rechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Bommer + Partner Treuhand KLG



Beat Stalder

zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor



Michael Seiler

zugelassener Revisionsexperte

Bern, 24. April 2026

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)
- Antrag des Verwaltungsrats über den Vortrag des Bilanzverlusts auf neue Rechnung

Jahresabschluss

01.01.2025 bis 31.12.2025

Bilanz Bern Tourismus AG

Aktiven	31.12.25	31.12.24
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	1'613'972	2'479'749
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	762'913	537'528
Wertberichtigung Forderungen	-115'040	-90'380
Forderungen gegenüber staatlichen Stellen	93'951	66'445
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber Dritten	56'844	50'421
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber Beteiligten und Organen	0	6'763
Vorräte	166'822	101'331
Pauschale Wertberichtigung Vorräte	-55'607	-33'777
Aktive Rechnungsabgrenzungen	169'181	173'580
	2'693'035	3'291'660
Anlagevermögen		
Wertschriften	69'143	69'723
Finanzanlage Made in Bern AG	24'000	24'000
Mobiliar und Einrichtungen	68'755	90'777
Informatik und Kommunikationstechnologie	48'405	56'354
Immaterielle Werte	103'500	0
	313'803	240'854
Total Aktiven	3'006'838	3'532'514

Bilanz Bern Tourismus AG

Passiven	31.12.25	31.12.24
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	494'069	632'451
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Dritten	119'302	156'347
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber staatlichen Stellen	81'826	146'962
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligten und Organen	89'307	56'160
Passive Rechnungsabgrenzungen	285'579	324'844
	1'070'083	1'316'764
Langfristiges Fremdkapital		
COVID 19-Kredit	0	131'980
Darlehen von Beteiligten	250'000	450'000
Darlehen von Beteiligten unter Rangrücktritt	1'000'000	1'000'000
	1'250'000	1'581'980
Rückstellungen		
Rückstellungen	520'000	630'000
	520'000	630'000
Fremdkapital	2'840'083	3'528'744
Eigenkapital		
Aktienkapital	150'000	150'000
Gesetzliche Kapitalreserve	330'989	330'989
Gesetzliche Gewinnreserve	4'000	4'000
Verlustvortrag	-481'218	-640'468
Jahresergebnis	162'984	159'250
	166'755	3'771
Total Passiven	3'006'838	3'532'514

Erfolgsrechnung Bern Tourismus AG

	2025	2024
Erlöse Kanton/Stadt/Gemeinden	1'200'000	1'200'000
Erlös Beherbergungsabgabe	1'478'755	1'553'914
Erlös Übernachtungsabgabe	3'077'892	3'035'199
Erlöse Behörden	5'756'647	5'789'113
Erlöse Werbepattformen	201'716	196'380
Ertrag Partnermarketing	201'716	196'380
Marketing Beiträge Partner:innen	408'435	275'200
Ertrag Marke Bern	9'000	9'000
Erträge Marketing	417'435	284'200
Erträge Produkte- und Angebotsentwicklung	233'585	227'362
Erträge Freizeit allgemein	0	331'396
Erträge Tourist Information	353'826	424'484
Erträge City Tours	801'310	788'234
Erlösminderung		
Veränderung Wertberichtigung Forderungen	-32'240	-25'119
Betrieblicher Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	7'732'279	8'016'050
Aufwand Tourismus Förderabgaben	-100'360	-90'423
Aufwand Marketing	-549'934	-548'049
Aufwand Tourist Information	-264'881	-375'792
Aufwand City Tours	-225'008	-111'865
Produkte- und Angebotsentwicklung	-775'072	-795'764
Aufwand Freizeit allgemein	-52'639	-311'372
Dienstleistungsaufwand	-1'967'894	-2'233'264
Bruttogewinn 1	5'764'386	5'782'786
Löhne und Gehälter FA & SF	-3'314'527	-3'205'394
Personalmiete, Dritteleistungen	-17'028	-28'424
Honorare Verwaltungsrat, Renten	-114'544	-126'755
Sozialleistungen	-529'804	-510'690
Sonstiger Personalaufwand	-135'873	-125'081
Personalaufwand	-4'111'776	-3'996'344
Bruttogewinn 2	1'652'610	1'786'442

Erfolgsrechnung Bern Tourismus AG

	2025	2024
Mietaufwand, Nebenkosten und Energieaufwand	-304'868	-309'760
Versicherungen	-15'102	-13'100
Abgaben und Gebühren	-1'719	-1'639
Büromaterial, Drucksachen und Versand	-21'279	-26'340
Telefon	-21'104	-20'159
Mitgliedschaften	-34'744	-34'920
Aufwand Buchführungs- und Beratungsaufwand	-12'750	-14'115
Rechtsberatung, Verwaltungsrat und Verwaltung	-78'880	-28'282
Informatikaufwand	-277'384	-199'872
Vorsteuerkorrektur	-151'524	-167'654
Sonstiger Verwaltungsaufwand	-13'439	-36'285
Betriebsaufwand	-932'794	-852'125
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung und Wertberichtigung, Finanzerfolg und Steuern (EBITDA)	719'816	934'317
Digitalisierungsprojekt Puma	-442'717	-957'261
Touristische Projekte	-30'000	-22'057
Einmaliger Aufwand / Bern App	-23'100	0
Betrieblicher Nebenerfolg	14'629	31'865
Abschreibungen	-79'801	-46'211
Betriebliches Ergebnis vor Finanzerfolg und Steuern (EBIT)	-159'373	-59'347
Finanzaufwand	-17'519	-20'551
Finanzertrag	9'278	8'912
Finanzerfolg	-8'241	-11'639
Betriebliches Ergebnis vor Steuern (EBT)	-151'132	-70'986
Ausserordentlicher Aufwand	-168'677	-273'837
Ausserordentlicher Ertrag	180'550	504'107
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Erfolg	11'873	230'269
Jahresergebnis vor Steuern	163'005	159'283
Direkte Steuern	-21	-33
Jahresergebnis	162'984	159'250

Anhang Bern Tourismus AG

1) Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts, insbesondere der Artikel des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt. Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze, welche nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind, sind nachfolgend beschrieben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird.

In der Jahresrechnung wurden die nachfolgenden Grundsätze angewendet:

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Pauschal- und Einzelwertberichtigungen ausgewiesen.

Beteiligungen (Finanzanlage)

Die Beteiligungen werden zu Nominalwerten ausgewiesen.

Sachanlagen

Die Sachanlagen werden direkt abgeschrieben. Die Abschreibungen erfolgen nach der degressiven Methode. Ausser der Umbau Amthausgasse sowie Touristinformation werden nach der linearen Methode abgeschrieben.

Immaterielle Werte

Die Immateriellen Werte werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich Abschreibungen ausgewiesen. Die Abschreibungen erfolgen nach der linearen Methode. Die Immateriellen Werte beinhalten Fremdleistungen bezüglich Plattform MyPUMA, die einen mehrjährigen Nutzen erbringt.

Rückstellungen

Bildung MyPUMA Business von CHF 80'000.00

Teilauflösung IT-Transformation von CHF 60'000.00

Teilauflösung Resilienz und Disruption in der DMO von CHF 30'000.00

Auflösung Frauenfussballeuropameisterschaft von CHF 100'000.00

Anhang Bern Tourismus AG

2) Weitere Angaben zur Unternehmung	31.12.25	31.12.24
Kaufvertragsähnliche Mietverträge		
Gesellschaft zu Mittellöwen / Amthausgasse 4, bis 31.12.2026	128'495	128'495
SBB Immobilien / Tourist Information Bahnhof Bern, bis 31.12.2027	252'192	369'288
Erklärung, ob Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt nicht über 10, 50 oder 250 liegt Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50 Mitarbeitenden.		
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	84'164	85'378
Ausserordentlicher Aufwand Im Ausserordentlichen Aufwand ist die Mehrwertsteuer-Jahresabstimmung 2023 von CHF 88'666.55, sowie die Bildung Rückstellung MyPUMA Business von CHF 80'000.00 enthalten.		
Ausserordentlicher Ertrag Im Ausserordentlichen Ertrag sind die Auflösung von Rückstellung IT-Transformation CHF 60'000.00, Auflösung Rückstellung Frauenfussballeuropameisterschaft CHF 100'000.00 und Auflösung Rückstellung Resilienz und Disruption in der DMO CHF 30'000.00, Rückerstattung aus Nebenkostenabrechnung 2020—2025 CHF 26'879.11, Auflösung 1/4 Verbindlichkeit Marke Bern CHF 12'500.00 sowie die Bereinigung diverser Bilanzpositionen enthalten.		
Bestimmung Bilanzverlust Der Verlustvortrag von CHF 318'234 wird auf die neue Rechnung vorgetragen.		

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Bern Tourismus AG, Bern

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Bern Tourismus AG für das am 31. Dezember 2025 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 den Vortrag des Bilanzverlusts auf neue Rechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Bommer + Partner Treuhand KLG



Beat Stalder

zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor



Michael Seiler

zugelassener Revisionsexperte

Bern, 24. April 2026

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)
- Antrag des Verwaltungsrats über den Vortrag des Bilanzverlusts auf neue Rechnung

Jahresabschluss

01.01.2025 bis 31.12.2025

Bilanz Bern Meetings & Events AG

Aktiven	31.12.25	31.12.24
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	263'102	305'999
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	57'601	152'924
Wertberichtigung Forderungen	-2'880	-11'914
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Beteiligten	36'304	0
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber staatlichen Stellen	7'027	107
Übrige kurzfristige Forderungen gegenüber Sozialversicherungen	10'622	11'673
Aktive Rechnungsabgrenzungen	10'425	5'024
	382'201	463'813
Anlagevermögen		
Mobiliar und Einrichtungen	1	1
Informatik und Kommunikationstechnologie	1	1
	2	2
Total Aktiven	382'203	463'815

Bilanz Bern Meetings & Events AG

Passiven	31.12.25	31.12.24
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber Dritten	46'277	73'210
Erhaltene Anzahlungen von Dritten	158'900	241'592
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber staatlichen Stellen	0	9'653
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Sozialversicherungen	13'628	0
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Beteiligten	33'250	39'763
Passive Rechnungsabgrenzungen	14'567	11'953
	266'623	376'171
Langfristiges Fremdkapital		
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten (COVID 19-Kredit)	0	23'500
	0	23'500
Fremdkapital	266'623	399'671
Eigenkapital		
Aktienkapital	200'000	200'000
Gesetzliche Gewinnreserve	1'274	1'274
Verlustvortrag	-137'130	-161'283
Jahresergebnis	51'437	24'153
Eigenkapital	115'580	64'144
Total Passiven	382'203	463'815

Erfolgsrechnung Bern Meetings & Events AG

	2025	2024
Erlöse Leistungsverträge & Partnerschaften	706'371	721'186
Dienstleistungserlöse Meetings/Events	1'298'346	634'075
Erlösminderung	8'671	-8'614
Betrieblicher Ertrag aus Lieferungen und Leistungen	2'013'389	1'346'648
Kooperationen und Partnerschaften	0	0
IT-Aufwand Produktivsysteme	-89'792	-79'830
Dienstleistungsaufwand Meeting/Events	-1'080'329	-494'470
übriger direkter Aufwand	-47'263	-46'259
Bruttogewinn	796'004	726'089
Personalaufwand	-684'931	-611'538
Raumaufwand	-35'523	-35'523
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-4'476	-3'374
Sonstiger betrieblicher Aufwand	-16'523	-14'898
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibung und Wertberichtigung, Finanzerfolg und Steuern (EBITDA)	54'551	60'756
Abschreibungen	0	0
Betriebliches Ergebnis vor Finanzerfolg und Wertberichtigung, Finanzerfolg und Steuern (EBITDA)	54'551	60'756
Finanzertrag	6	0
Finanzaufwand	-599	-1'427
Betriebliches Ergebnis vor Steuern (EBT)	53'958	59'329
Ausserordentlicher Ertrag	0	278
Ausserordentlicher Aufwand	-2'493	-35'410
Jahresgewinn vor Steuern	51'465	24'197
Direkte Steuern	-29	-44
Jahresergebnis	51'437	24'153

Anhang Bern Meetings & Events AG

1) Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Anforderungen des schweizerischen Rechnungslegungsrechts, insbesondere der Artikel des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt. Die wesentlichen angewandten Bewertungsgrundsätze, welche nicht vom Gesetz vorgeschrieben sind, sind nachfolgend beschrieben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass zur Sicherung des dauernden Gedeihens des Unternehmens die Möglichkeit zur Bildung und Auflösung von stillen Reserven wahrgenommen wird.

In der Jahresrechnung wurden die nachfolgenden Grundsätze angewendet:

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten abzüglich betriebswirtschaftlich notwendiger Einzelwertberichtigungen ausgewiesen. Auf dem Restbestand werden pauschale Wertberichtigungen von 5 Prozent vorgenommen.

Anlagevermögen

Die Sachanlagen werden linear abgeschrieben.

2) Weitere Angaben zur Unternehmung

31.12.25

31.12.24

Erklärung, ob Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt nicht über 10, 50 oder 250 liegt

Die Anzahl Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 10 Mitarbeitenden.

Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen 20'213 15'579

Ausserordentlicher Ertrag 0 278

Ausserordentlicher Aufwand 2'493 35'410

Im Ausserordentlichen Aufwand ist die Abschlussrechnung der Jahresabstimmung MWST 2023 sowie der Verzugszins enthalten.

Bestimmung Bilanzverlust

Der Verlustvortrag von CHF 85'694.00 wird auf die neue Rechnung vorgetragen.

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Generalversammlung der Bern Meetings & Events AG, Bern

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Bern Meetings & Events AG für das am 31. Dezember 2025 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 den Vortrag des Bilanzverlusts auf neue Rechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und den Statuten entsprechen.

Bommer + Partner Treuhand KLG



Beat Stalder

zugelassener Revisionsexperte
Leitender Revisor







Michael Seiler

zugelassener Revisionsexperte

Bern, 24. April 2026

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)
- Antrag des Verwaltungsrats über den Vortrag des Bilanzverlusts auf neue Rechnung

Bern Welcome
Amthausgasse 4
3001 Bern
info@bern.com
www.bern.com
[#ilovebern](https://www.instagram.com/ilovebern)

 [ilove_bern](https://www.facebook.com/ilovebern)
 [ilove_bern](https://www.instagram.com/ilovebern)
 [ilove_bern](https://www.tiktok.com/@ilovebern)
 [Bern Welcome](https://www.linkedin.com/company/bern-welcome)