SCHWEIZER MUSEUMSPASS
PASSEPORT MUSÉES SUISSES
PASSAPORTO MUSEI SVIZZERI
SWISS MUSEUM PASS

2019

GESCHÄFTSBERICHT

Eine Stiftung mitbegründet vom Bundesamt für Kultur, dem Verband der Museen der Schweiz und von Schweiz Tourismus

Schweizer Museumspass
Heinrichstrasse 177
CH–8005 Zürich

T +41 44 271 41 41
F +41 44 271 41 81

info@museumspass.ch
museumspass.ch

Schweizer
Suisses
Svizzeri
Swiss

Museumspass
Passeport Musées
Passaporto Musei
Museum Pass

Inhalt .

Seite

5 Vorwort des Präsidenten
7 Liebe Leserin, lieber Leser
8 Kennzahlen
8 Allgemeines
9 Zusammenarbeit mit Partnermuseen
11 Studie
12 Partnerschaften
14 Soziales Engagement
15 Institutioneller Partner
15 Highlights
16 Social Media
17 Marketing
18 Wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung
19 Stiftungsrat
19 Personal
20 Risikobeurteilung / Rechnungslegung
21 Bilanz / Erfolgsrechnung
23 Attest Revisionsstelle

Man sollte von Zeit zu Zeit von sich zurücktreten wie ein Maler vor seinem Bild.

Christian Morgenstern

Vorwort des Präsidenten .

Da sitze ich nun, es ist Mai 2020, in meinem Home-Office und sollte meinen Beitrag zum Jahresbericht 2019 verfassen. Das Berichtsjahr 2019 liegt gefühlt schon weit zurück. Hätte ich diesen Bericht vor drei Monaten geschrieben, so hätte er wohl anders ausgesehen. Die Corona-Krise hat vieles relativiert. Ein weiteres Rekordjahr 2019 für den Schweizer Museumspass verblasst gegenüber den Herausforderungen, denen der Museumssektor zu Zeit und in den kommenden Monaten ausgesetzt sein dürfte.

Beruhigend wirkt einzig die Tatsache, dass der Museumspass aus einer soliden Position heraus mit dieser aktuellen Krise konfrontiert wurde. Die letzten Jahre liessen uns notwendige Reserven genau für solch kritische Zeiten aufbauen. Wir sind eingebettet in einem Netz von starken Partnern (Raiffeisen, SBB, Swiss Travel System). Dieses zeigt seinen Wert ganz besonders auch in schwierigen Zeiten. Und ausserdem sind wir optimistisch, dass die mehr als eine Million Besucherinnen und Besucher, welche im vergangenen Jahr den Museumspass genutzt haben, früher oder später auch wieder zurückkehren werden.

Im Jahre 2019 haben wir die Grundlagen für die Digitalisierung des Museumspass gelegt. Dieser wird in diesem Jahr umgesetzt und soll ab anfangs 2021 zum Einsatz kommen. Der digitale Museumspass wird die Administration für Museen vereinfachen, die Transparenz über die Nutzung unserer Angebote erhöhen und hoffentlich den «Zugang» für unsere Besucherinnen und Besucher einen weiteren Schritt einfacher und attraktiver machen.

Wir freuen uns auf den (Museums-) Alltag. Bleiben Sie gesund.

Rafael Enzler
Präsident Stiftung Schweizer Museumspass

Liebe Leserin, lieber Leser .

Unser Präsident spricht mir aus dem Herzen. Wir haben diese Einleitungen nicht abgesprochen. Das Jahr 2019 war ein absolutes Spitzenjahr! Wir blicken ein wenig mit Wehmut zurück.1,17 Millionen Mal wurde letztes Jahr ein Museumspass oder eine Partnerkarte zum Eintritt in ein Museum genutzt. Dafür wurden insgesamt Total CHF 9,8 Mio. an die Museen ausgezahlt (siehe Kennzahlen Seite 8).

Top 10 nach Eintritten:

1. Veytaux, Château de Chillon
2. Zürich, Schweiz. Nationalmuseum
3. Brienz, Freilichtmuseum Ballenberg
4. Martigny, Fondation Pierre Gianadda
5. Luzern, Gletschergarten
6. Basel, Kunstmuseum
7. Luzern, Kunstmuseum
8. Bern, Zentrum Paul Klee
9. St. Gallen, Weltkulturerbe Stiftsbezirk
10. Zermatt, Matterhorn Museum

Alleine diese 10 Museen wurden 315‘143 Mal von unseren Kunden besucht.

Der Museumspass versteht sich nach wie vor und insbesondere in der gegenwärtigen Krise als wichtiger Partner der Museumslandschaft Schweiz. Wir sind gut vernetzt und stark in der Kommunikation. Nicht zuletzt dank unseren wichtigen Partnern Raiffeisen sowie SBB/RailAway. Einige tolle Projekte wurden im 2019 zudem lanciert oder weiterentwickelt. So organisierten wir gemeinsam mit dem Verband der Museen der Schweiz VMS und dem Messveranstalter eventex AG im 2019 den ersten Schweizer Museums-Marketing-Tag, welcher im Januar 2020 stattfand. Die Rückmeldungen der über 80 Teilnehmenden gaben unserer Idee recht. Eine 2. Durchführung ist geplant, bedarf aber noch weiterer Abklärungen in der aktuellen Krise (finanziell wie auch organisatorisch).
Das gute Geschäftsjahr 2019 haben wir auch zum Anlass genommen, unsere Reserven für Notfälle auszubauen. Dass bereits 2 Wochen nach der Revision dieser Notfall eintraf, hätte niemand von uns im Entferntesten erwartet. Aber diese aufgestockten Reserven werden uns im Pandemie-Jahr helfen, den enormen Einnahmen-Ausfall (Passverkauf wie auch über Swiss Travel System) mindestens etwas zu kompensieren.
Nebst dem Tagesgeschäft hat das kleine Museumspass-Team im 2019 sich auch weiter mit dem Thema Datenschutz beschäftigt und diesen nach den Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung DSGVO der EU umgesetzt.
2019 wurde zudem das IT-Grossprojekt zur Digitalisierung des Museumspasses angestossen. Dieses wird uns während dem ganzen 2020 nun beschäftigen. Geplant ist, dass wir auf 2021 flächendeckend den E-Museumspass einführen. Darauf freuen wir uns sehr.
In diesem Sinne: bleiben wir positiv und schauen voller Mut und Zuversicht nach vorne.
Wir wünschen Ihnen alles Gute! Bleiben Sie gesund!

Nathalie Schliep
Geschäftsführung

1,88 Millionen gültige Museumspässe (inkl. Partnerkarten) und 352‘000 als Museumpass gültige Swiss Travel System-Tickets im Umlauf!

Kennzahlen im Überblick .

		2019	2018
ausgestellte Museumspässe unabhängig von Laufzeit		10‘000	10‘182
als Museumspass gültige Raiffeisen-Karten	+ 5.1%	1'881’735	1'789’866
als Museumspass gültige STS-Tickets	+ 17.1%	352’449	328’971
mit SMP und Partnerausweisen generierte Eintritte Total	+ 10.0%	1‘170‘646	1‘064‘417
Davon			
Eintritte mit SMP	- 2.4%	117‘550	120‘430
Eintritte mit Raiffeisen-Karten	+ 12.3%	795‘944	708‘549
Eintritte mit STS	+ 9.2%	257‘147	235‘438

Bruttoertrag (inkl. Beitrag BAK)	+ 14.4%	10‘971‘173.21	9‘586‘872.85
./. Verkaufskommissionen	+ 4.7%	122‘175.25	116‘723.05
./. Veränderung Wertberichtigung Forderungen		5‘000.00	5.000.00
Betriebsertrag netto	**+ 15.8%**	**10‘843‘997.96**	**9‘465‘149.80**
Eintrittsvergütungen an Museen Total	**+ 11.5%**	**9‘815‘552.35**	**8‘803‘575.55**
Personalaufwand	+ 3.6%	388‘052.65	374‘471.00
Mietaufwand		32‘352.92	31‘775.72
Verwaltungsaufwand (Studie, DSGVO etc)	+ 21.1%	139‘147.86	114‘858.65
Kommunikationsaufwand (SBB, RailAway, SEA)	+ 20.4%	129‘210.26	107‘304.85
Abschreibungen/sonst. Finanzaufwand		6‘010.66	9‘081.89
Rückstellungen für Museumspässe		370‘000.00	370‘000.00
Rückstellungen für Museen		530‘000.00	200‘000.00
Unternehmenserfolg		**4‘065.03**	**2‘801.49**

90.5 % des Betriebsertrages flossen an die Partner-Museen

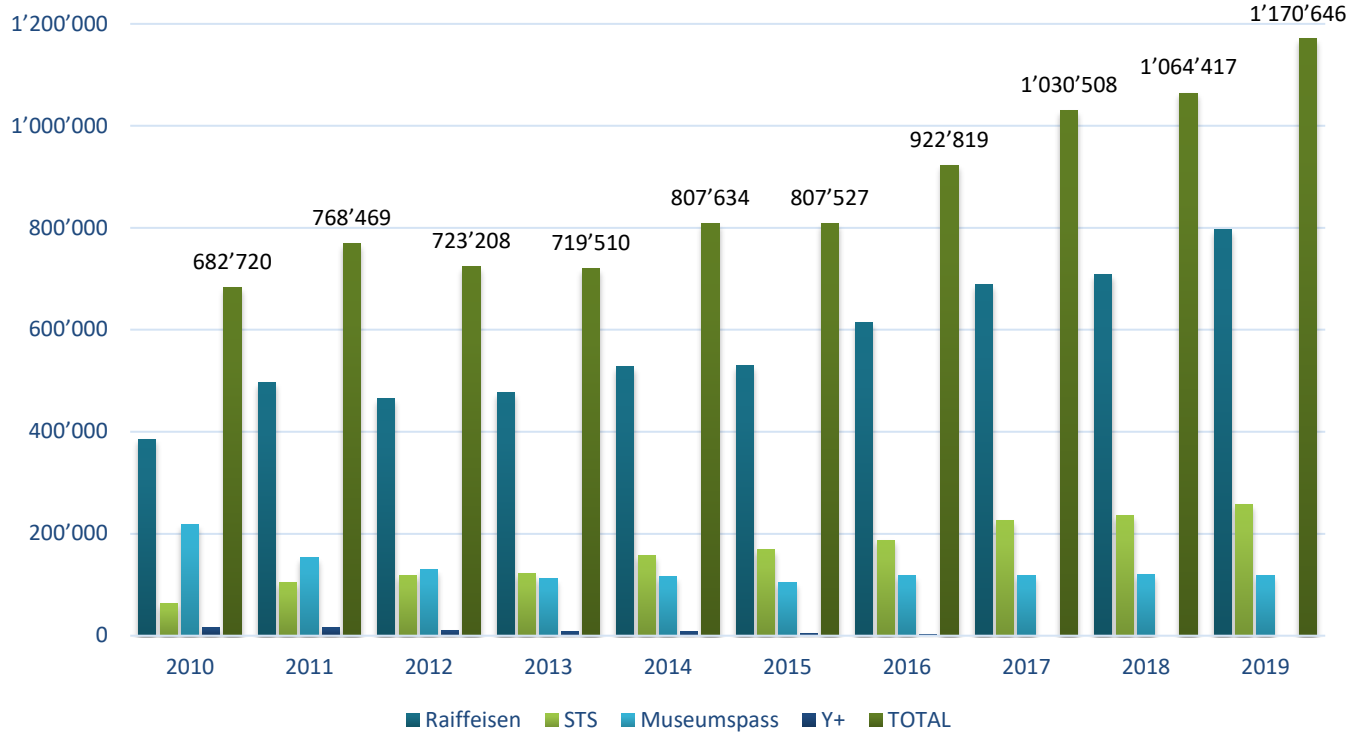
Allgemeines .

Die Stiftung bezweckt die Förderung der kulturellen Vielfalt sowie der Bildung und des Wissens in der Gesellschaft und deren Vermittlung und Verbreitung mit dem Betrieb eines Schweizer Museumspasses. Der Betrieb des Museumspasses soll den Museumsbesuch attraktiver machen und die Besucherfrequenz erhöhen.
Im Jahre 2019 waren etwa 1,88 Mio. Leute im Besitze eines Museumspasses (inklusive Partnerkarten) und 352‘000 touristische Fahrausweise „Swiss Travel Pass“ von Swiss Travel System konnten als Museumspass genutzt werden.

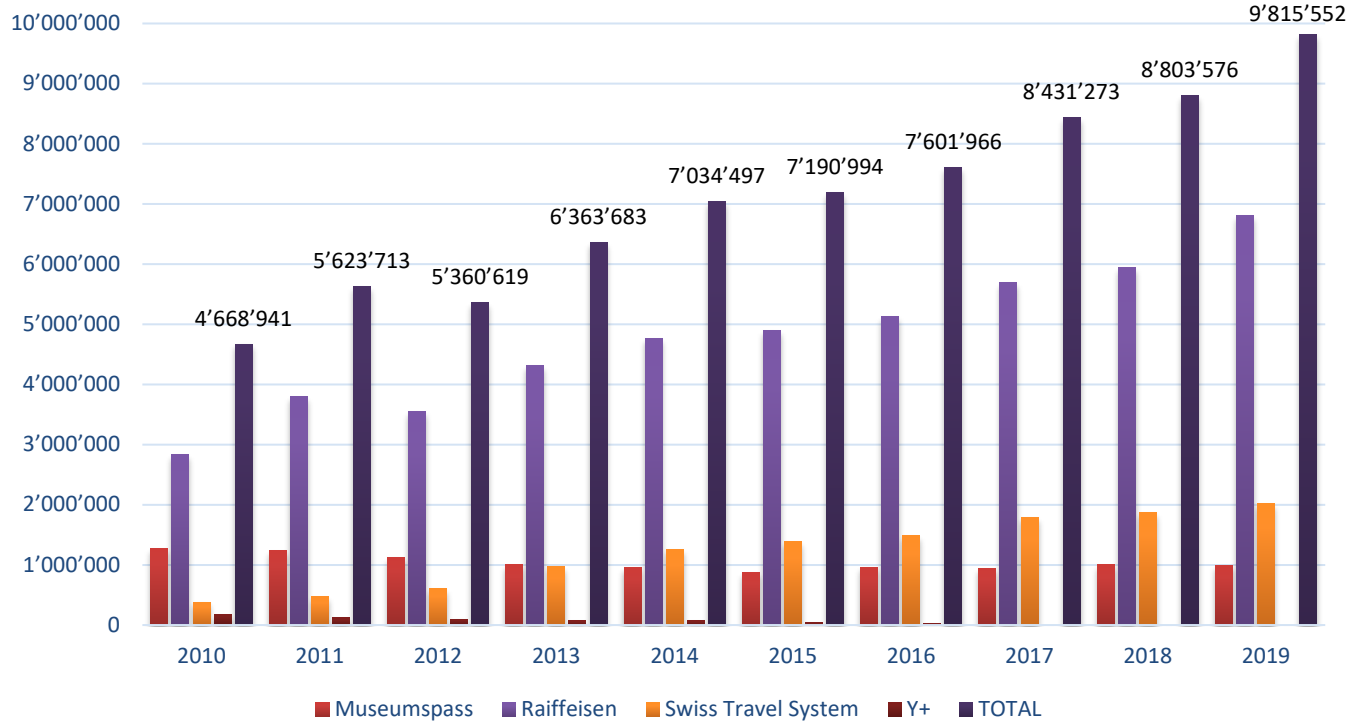
Partnermuseen .

Ende 2019 waren 517 Museen und Schlösser Partner der Stiftung Schweizer Museumspass. Total wurden 1'064'417 Eintritte verbucht und verrechnet.

Entwicklung der Eintritte in die Partnermuseen 2010 – 2019:



Vergütungen an die Partnermuseen aus Eintritten in CHF 2010 – 2019:



Eine Linie ist ein Punkt, der spazieren geht.

Paul Klee

2019 wurden Total über CHF 9,815 Mio. an die 517 Partner-Museen ausgezahlt. Der Vergütungssatz blieb unverändert bei 70.0% der individuellen Vertragspreise.

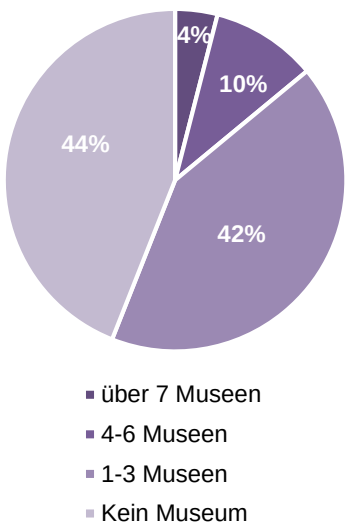
Studie über das Institut LINK Oktober 2019 .

Besuchte Museen & Bekanntheit Schweizer Museumspass:
Mehr als die Hälft der Befragten hat in den letzten 12 Monaten mindestens ein Museum besucht. Der Besuch von 1-3 Museen ist im Vergleich zur Umfrage von 2017 etwas zurück gegangen, jedoch nicht signifikant. Der Anteil an Nicht-Besuchern hat in dieser Welle etwas zugenommen. Während die Möglichkeit einen Museumspass durch eine Raiffeisen-Mitgliedschaft zu erhalten bekannter wird, sinkt die Bekanntheit des Schweizer Museumspass in dieser Welle signifikant.
Die Befragten informieren sich vor allem über die Homepage des jeweiligen Museums, lassen sich aber auch von Presseberichten und Plakaten inspirieren.

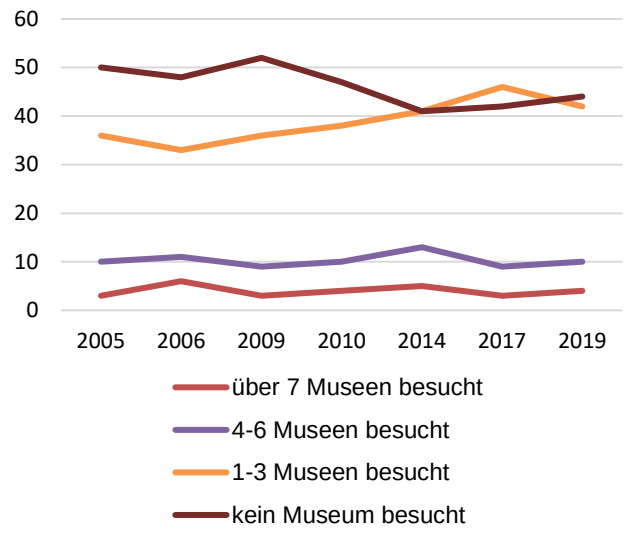
Besitz & Häufigkeit:
Von den Befragten, die angeben den Schweizer Museumspass oder den Raiffeisen-Mitgliedervorteil zu kennen, besitzen rund ein Viertel einen Museumspass als Raiffeisen-Mitglied und 5% einen Schweizer Museumspass. Bei den 45- bis 59- Jährigen ist der Anteil an Personen, welche den Raiffeisen Museumspass besitzen, im Vergleich zur Vorwelle signifikant gestiegen. Personen aus der Altersgruppe 30-44 Jahre und 60-79 Jahre besitzen etwas häufiger einen Schweizer Museumspass.
Der Raiffeisen-Museumsass wird in dieser Welle häufiger für 1-3 Museumsbesuche verwendet, während der Schweizer Museumspass häufiger für bis zu 6 oder mehr Museumsbesuche verwendet wird.

Gründe Nicht-Besitz:
Personen, die den Museumspass kennen, aber nicht besitzen, geben als Hauptgrund an, dass sie generell zu selten ins Museum gehen (55%). Weitere Gründe, weshalb die Befragten keinen Pass besitzen sind das fehlende Interesse und Zeit. Ausserdem geben die Befragten an, dass sie kein Kunde der Raiffeisen-Bank sind.

Besuchte Museen in der Schweiz (generell):



Entwicklung seit 2005:



44% der Schweizer Bevölkerung kennen den Schweizer Museumspass oder den Mitglieder-Vorteil Raiffeisen

Partnerschaften .

RAIFFEISEN

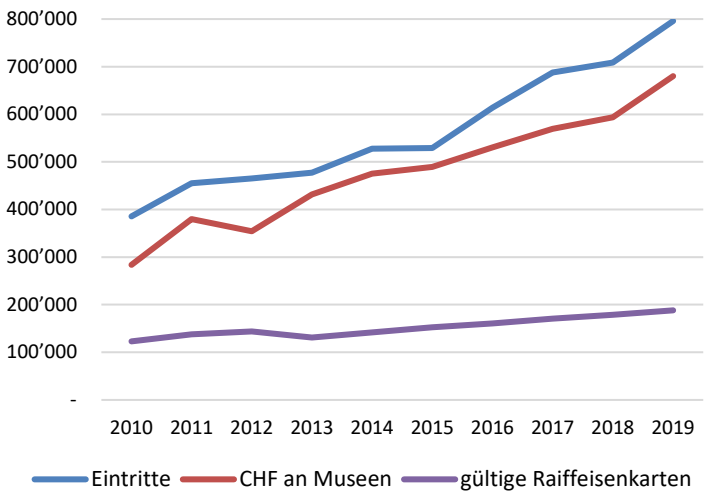
Die Zusammenarbeit zwischen Raiffeisen und dem Schweizer Museumspass wurde zum 100-Jahre-Jubiläum der Bank 1999 gestartet und im Jahr 2000 eingeführt. Seither wurden fast 7,8 Millionen Eintritte über Raiffeisen in die Partnermuseen verbucht und CHF 63,2 Mio. an die Museen entrichtet.
795‘944 Museums-Eintritte wurden im 2019 mit Raiffeisenkarte generiert, was einem enormen Zuwachs von 12,3% entspricht. Über das Member-Portal wie auch über den Newsletter von Raiffeisen mit über 600‘000 Abonnenten werden die Museen und deren Ausstellungen beworben. Je nach Schwerpunktkampagne von Raiffeisen profitieren einzelne Museen von zusätzlichen Marketing-Leistungen. Im Jahr 2019 war das Schwerpunkt-Thema „Schweizer Marken“.

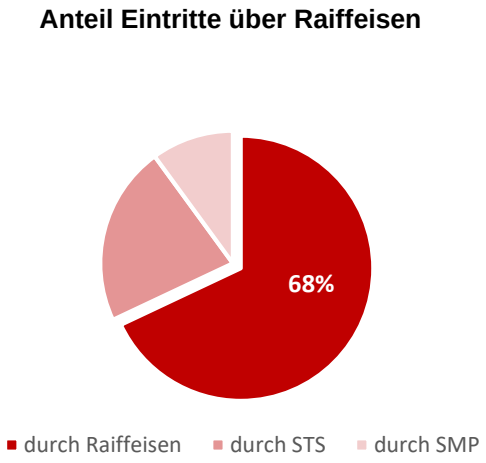
Folgende Karten waren 2019 als Museumspass gültig: alle persönlichen Raiffeisen Maestro-Karten, MasterCards, Visa Cards und V Pay-Karten inklusive Mitgliederkennzeichnung sowie Raiffeisen-Jugendkonto und Super League-Karten.

Vertraglich ist 2020 ein Übergangsjahr. Die zukünftige Zusammenarbeit zwischen der Stiftung und Raiffeisen wird im Verlauf des Jahres im Kontext der Digitalisierung des Museumspass-Systems neu ausgerichtet und definiert.

Top 10 Museen Raiffeisen:

1. Brienz, Freilichtmuseum Ballenberg
2. Martigny, Fondation Pierre Gianadda
3. Zürich, Schweiz. Nationalmuseum
4. Lenzburg, Stapferhaus
5. Bern, Museum für Kommunikation
6. Luzern, Kunstmuseum
7. Bern, Naturhistorisches Museum
8. Aathal, Siber + Siber’s Sauriermuseum
9. Basel, Kunstmuseum
10. Bern, Zentrum Paul Klee





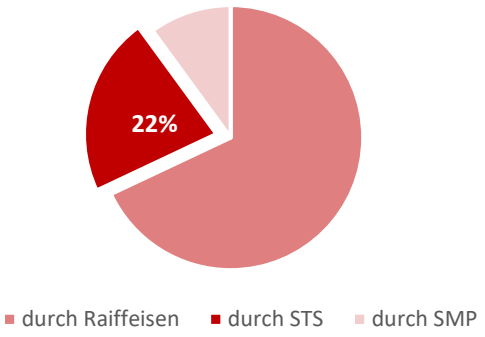
Swiss Travel System STS

Die STS AG in Zürich ist eine Marketing-Gesellschaft, die von den SBB, Schweiz Tourismus und fünf Schweizer Transportunternehmungen des öffentlichen Verkehrs im Jahr 2011 gegründet wurde. Ihr Auftrag ist es, die Auslandsvermarktung des öffentlichen Verkehrs der Schweiz zu bündeln und gezielt zu steuern. Zu den Kernaufgaben zählen die weltweite Vermarktung des nationalen Verkehrs und des Incoming-Fahrausweissortiments sowie die Förderung des grenzüberschreitenden Verkehrs aus den Nachbarländern. Durch die Integration des Museumspasses in die Swiss Travel Passes, profitieren indirekt unsere Museen von der internationalen Vermarktung. 2019 ist dies STS sehr gut gelungen: 17,1% mehr Tickets, welche als Museumspass genutzt werden können sind verkauft worden (Total 352'499). Rund 75% dieser Tickets wurden für einen Museumseintritt genutzt: Total 257'147 Eintritte.
Wie schon in den Vorjahren profitieren besonders Museen und Schlösser in Top-Destinationen von der Marktbearbeitung durch Swiss Travel System.

Top 10 Museen mit STS:

1. Veytaux, Château de Chillon
2. Luzern, Stiftung Gletschergarten
3. Zermatt, Matterhorn Museum
4. Zürich, Schweiz. Nationalmuseum
5. Luzern, Verkehrshaus (50% Ermässigung)
6. Lausanne, Musée Olympique
7. St. Gallen, Weltkulturerbe Stiftsbezirk
8. Gruyères, Château de Gruyères
9. Thun, Schloss
10. Pringy/Gruyères, La Maison du Gruyère

Anteil Eintritte über STS



SBB / POS SBB / RailAway

Die SBB ist unser bedeutendste Verkaufskanal. 2019 wurde zum ersten Mal für über 1 Million CHF (1,07 Mio) Passverkäufe über einen Bahnschalter abgewickelt, was 75% aller Museumspass-Verkäufe entspricht. Wie schon in den Jahren zuvor, führen wir über die SB in zwei grossen nationalen Kommunikations-Kampagnen durch, die den Museumspass in den Schalterhallen, am Schalter direkt, auf Screens, im Zug oder in Dispensern bewerben. BesitzerInnen eines Halbtax- oder GA-Abonnements erhalten eine Ermässigung beim Kauf eines Museumspasses (CHF 20.- resp. 30.-).

RailAway: Der Schweizer Museumspass profitiert als Silber-Partner von einem umfassenden Kommunikationspaket, welches ideal die beiden SBB-Kampagnen ergänzt. So sind wir das ganze Jahr in vielen off- und online-Kanälen mit dem Museumspass präsent.

Migros mit Cumulus-Extra

Die Partnerschaft mit der Migros (Cumulus) blieb auch im 2019 unverändert.
Die blauen Cumulus-Bons à CHF 5.- können in einen Rabatt-Gutschein im Wert von CHF 30.- eingetauscht und für den Kauf eines Museumspasses genutzt werden. Verkauft werden so zwar nicht sehr viele Museumspässe. Jedoch ermöglicht uns die Partnerschaft die Präsenz auf vielen online wie auch Printmedien-Kanälen der Migros.

Soziales Engagement .

Caritas Schweiz / Kulturlegi

«Museum öffne Dich – Kultur ist für alle da»
Menschen mit tiefen Einkommen verfügen oft nicht über die finanziellen Mittel, um am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen. 660'000 Menschen in der Schweiz waren 2018 von Armut betroffen.
Die KulturLegi der Caritas macht dies für Menschen mit knappen finanziellen Mitteln in vielen Sparten möglich. Für Weihnachten verschenkte die Stiftung gemeinsam mit Caritas Schweiz erneut 10'000 Museumseintritte an armutsbetroffene Menschen. Dieses Angebot wird sehr geschätzt und die Eintritte sind in kürzester Zeit verteilt.
Besitzerinnen oder Besitzer einer KulturLegi erhalten in den Caritas-Regionalstellen oder über das Webportal diese Museums-Eintritte. Es ist ein niederschwelliges Angebot, welches an keine Bedingungen geknüpft ist.
Auch versuchen wir laufend weitere Partnermuseen dazu motivieren, direkt mit KulturLegi zusammenzuarbeiten und eine Reduktion im Museum anzubieten.

Solinetz Kanton Zürich

Wenn sich Schulkinder nach den Ferien wieder in der Klasse treffen und von ihren tollen Reisen und Erlebnissen erzählen, haben Flüchtlingskinder oft wenig zu berichten. Die meisten von ihnen verbringen ihre Ferien zuhause, ohne besondere Abwechslung und viele langweilen sich in den «schönsten Wochen des Jahres». Auch 2019 hat die Stiftung darum das Sommer-Ferienlager für Flüchtlingen mit Museumseintritten unterstützt. Diese wurden für den Besuch vom Ballenberg genutzt. Die Ferienwoche 2019 für geflüchtete Familien fand vom 10. bis zum 16. August statt. Teilgenommen haben 17 Familien, insgesamt 78 Personen.

Institutioneller Partner Bundesamt für Kultur .

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Département fédéral de l'intérieur DFI
Dipartimento federale dell'interno DFI
Departament federal da l'intern DFI
Bundesamt für Kultur BAK
Office fédéral de la culture OFC
Ufficio federale della cultura UFC
Uffizi federal da cultura UFC

In der Botschaft zur Förderung der Kultur vom 26. November 2014 wird die Stiftung Schweizer Museumspass als Netzwerk Dritter im musealen Sektor aufgeführt und seither durch das Bundesamt für Kultur mit einem jährlichen Betriebsbeitrag unterstützt. Die Stiftung Schweizer Museumspass bezweckt die Förderung der kulturellen Vielfalt sowie der Bildung und des Wissens in der Gesellschaft und deren Vermittlung und Verbreitung mit dem Betrieb eines Schweizer Museumspasses. Der Betrieb des Museumspasses soll den Museumsbesuch attraktiver machen und die Besucherfrequenz erhöhen. Mit dem Beitrag von CHF 100'000.- wurden verschiedene Aufgaben und Projekte gemäss Leistungsvereinbarung umgesetzt.

Highlights .

1. Schweizer Museums Marketing Tag

1. Schweizer
Museums-
Marketing-Tag
23. Januar 2020

Aufgrund der im Sommer 2018 durchgeführten Umfrage in den Museen zum Thema Marketing (siehe GB 2018) hat die Stiftung entschieden einen Marketing-Tag für Museen zu lancieren. Für diese Projekt konnten wir auch den Verband der Museen der Schweiz VMS gewinnen.
Museen sind heutzutage längst keine Institutionen der Beständigkeit mehr. Sie müssen sich vermehrt der Konkurrenz im Freizeitmarkt stellen. Dabei ist der Stellenwert der Museen in der heutigen Gesellschaft unbestritten. Aber schon länger geht es bei einem Museumsbesuch nicht einfach nur um Bildung und Vermittlung sondern vermehrt auch um das Gesamterlebnis. Und so unliebsam es klingen mag: Der Museumsbesuch beginnt im Netz.
Mit dem Museums-Marketing-Tag wollten wir den kleinen und mittelgrossen Museen Wege aufzeigen, wie sie mit einer schlauen Strategie, verhältnismässig geringem Aufwand Vorhandenes optimieren und ihr Marketing kostengünstig ausbauen können. Die verschiedenen sehr praxisorientierten Themenblöcke und die spannenden Referentinnen und Referenten, welche wir organisieren konnten, führten dazu, dass der Marketing-Tag innert weniger Tage restlos ausgebucht war. Nebst konkreten Tipps und Tricks zu Marketing im Allgemeinen, zur Medienarbeit oder dem Umgang mit Social Media und digital Communication boten wir einen Website-Check an.

Der 1. Schweizer Museums-Marketing-Tag fand dann im Januar 2020 parallel zur Cultura Suisse, der Fachmesse für Museen, Denkmalpflege und Kulturgüter an der Bernexpo statt. Aufgrund der positiven Rückmeldungen und Anregung der Teilnehmenden werden wir für eine nächste Durchführung das Format möglicherweise auch erweitern.

Stand an der CulturaSuisse

Der Museumspass beteiligte sich im 2018 am Aufbau und der Lancierung der Fachmesse für Museen, Denkmalpflege und Kulturgüter CulturaSuisse mit seinem Netzwerk und Ideen. Die Messe fand im Januar 2019 und nun bereits zum zweiten Mal im Januar 2020 an der BernExpo statt.

Social Media .

#museumspassambassador

Mit unsererem Museumspass- und Museums-Ambassadoren-Projekt binden wir schon seit 2017 aktiv unsere Instagram-Community ein. Unzählige spannende, einfach schöne und auch witzige Inhalte werden so generiert. Davon profitieren auch in erheblichem Masse die von den Botschafterinnen und Botschaftern besuchten Museen. Einmal im Jahr laden wir unsere Ambassadoren zum Meet&Greet ein. 2019 durften wir einen spannenden Tag im Depot des Museums für Kommunikation wie auch im Museum in Bern selber erleben.

TAMARA, 18
Botschafterin 2019

I am 18, but only two years have passed since I took my first steps on Swiss soil. Although I've lived in many places it is always a challenge and an adventure to discover a new city, to learn its people and places. I believe museums are the soul of a certain place, for they hold the past and present, displayed and portrayed in their most beautiful form. I loved being a Swiss Museum Pass Ambassador for it offered me the chance to share with others the experience of discovering the soul of Switzerland.

KURT, 73
Botschafter 2018/19

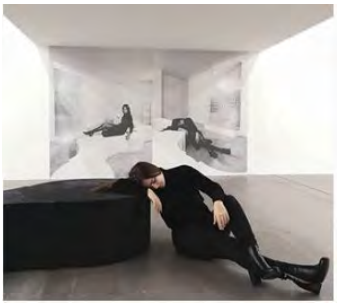
Kunst heisst Leben, Kunst ist Leben, Kunst gehört zu meinem Leben wie die Sonne und das Wasser. Ich finde es spannend, Museen, Ausstellungen und auch die Natur aus meinem Augenwinkel fotografisch und auch erzählend festzuhalten und auch wiederzugeben. Vielleicht kann ich so auch andere inspirieren sich mit Kunst und deren Schönheit und Anliegen auseinander zu setzen. Kunst ist immer ein Abbild seiner Zeit und deren Künstler. Danke Museumspass, dank dir fand ich auch viele mir bisher unbekannte Museen und Sehenswürdigkeiten.

CORINNE, 50
Botschafterin 2018/19

Devenir une ambassadrice des musées suisses m'a permis de découvrir la richesse de l'offre culturelle sur le territoire suisse. Je peux repousser les frontières de mes explorations grâce à mon Passeport Musées Suisses et suis toujours agréablement surprise par la grande variété des musées présents sur le territoire mais aussi par l'importance des collections permanentes et les nombreuses expositions temporaires prestigieuses.

Instagram: 2’171 Abonnenten
#museumspass: 3’700 Beiträge
#iloveswissmuseums: 4’800 Beiträge

Nebst Instagram bewirtschaften wir auch seit vielen Jahren Facebook (deutsch und französisch) und posten bis 8 Ausstellungs-Tipps wöchentlich: 5'300 Abonnenten. Tendenz steigend.



Marketing-Aktivitäten .

Nationale Präsenz

Durch unsere Hauptpartner Raiffeisen, Swiss Travel System, SBB, RailAway und Migros sind wir flächendeckend in der ganzen Schweiz mit dem Museumspass präsent. Mit temporären Aktionen, Gegengeschäften und Verlosungen ergänzen wir unser wenig kostenintensives Marketing.

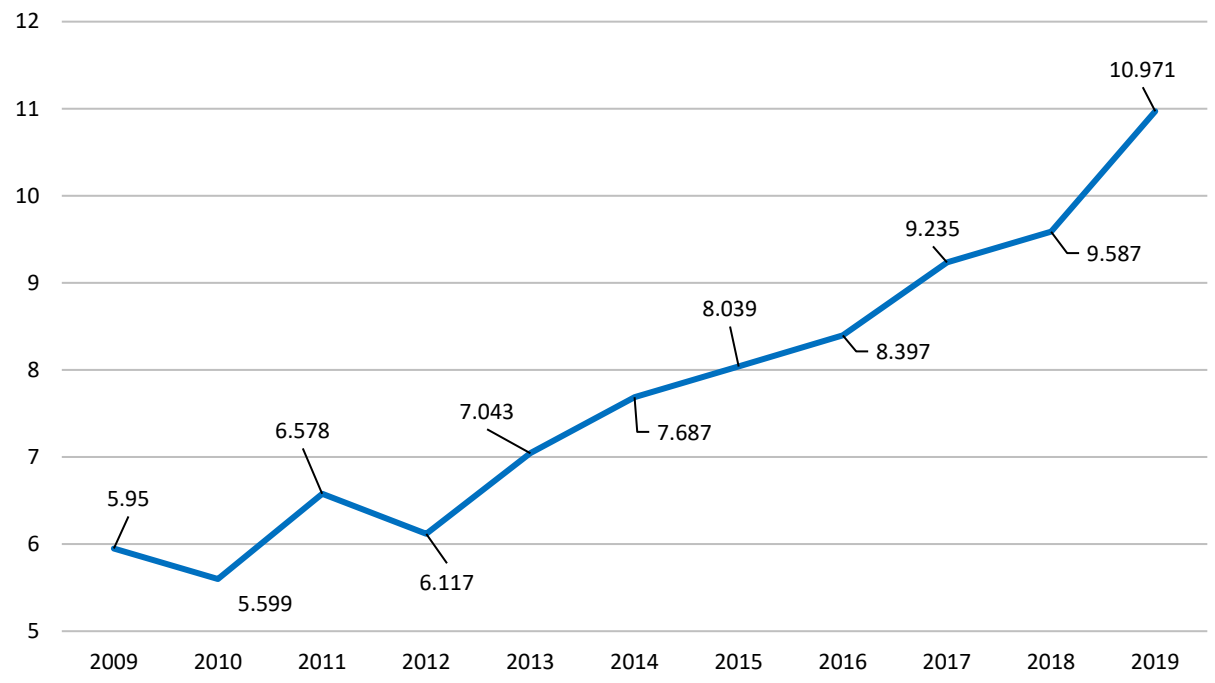
Adventskalender/Mehrwert für Museumspass-Kunden

Zur Adventszeit 2019 haben zum ersten Mal einen Online-Kalender lanciert mit kleinen und grösseren Geschenken aus unseren Partnermuseen hinter den Türchen. Somit konnte der Museumspass wie auch das jeweilige Museum beworben werden. Viele tolle grosse und kleine Geschenke gab es zu gewinnen: Bücher, persönliche Führungen, Vesper-Pause im Museumscafé, Musikdosen, Spiele und einiges mehr.

Wirtschaftliche und finanzielle Entwicklung des Museumspasses .

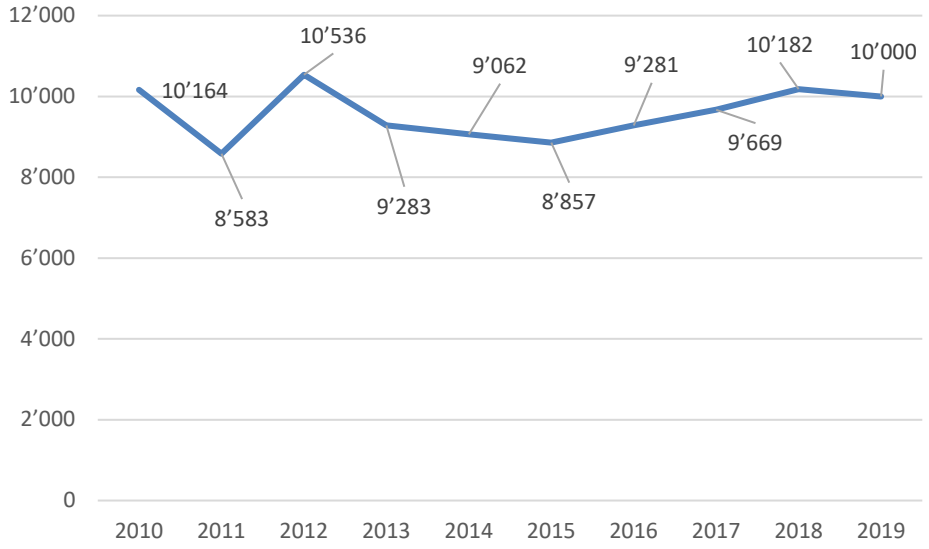
2019 war auf der ganzen Länge ein Jahr des Wachstums. Der Betriebs-Ertrag wuchs um satte 14,4 %. Darin enthalten sind CHF 100‘000.- Betriebsbeitrag des Bundesamtes für Kultur BAK.

Entwicklung Betriebs-Ertrag Brutto 2009 – 2019 in Mio. CHF



Die Jahresrechnung der Stiftung weist für das Geschäftsjahr 2019 einen Gewinn von CHF 4‘065.03 aus.

Anzahl verkaufte Museumspässe alle POS



Der Passverkauf ist in den letzten Jahren stabil, obschon unser Partner Raiffeisen jährlich ein Kartenwachstum zu verzeichnen hat.

Die Preise für Museumspässe blieben 2019 unverändert:

Jahrespässe:
- Erwachsene: CHF 166.-
- Erwachsene PLUS CHF 199.- (1 Erw. plus max 3 Kinder <16J)
- Familien CHF 288.- (2 Erw. plus Kinder <16J)
- Couponsheft CHF 70.- (5 individuelle, unpersönliche Einzeleintritte)

Rabatte wurden wie folgt gewährt:
- CHF 20.- für SBB Halb-Tax-Kunden
- CHF 30.- für SBB GA-Kunden

75% aller Passverkäufe werden über die Kanäle der SBB abgewickelt.

Mit den Passverkäufen über alle Verkaufskanäle wurde ein Brutto-Ertrag von CHF 1,414 Mio. erwirtschaftet.

Es wurden gleichviele Pässe wie im Vorjahr ausgestellt.

Alle 3 Museumspass-Kategorien sind auch als Gutscheine erhältlich.

Stiftungsrat .

Der Stiftungsrat setzt sich im Jahr 2019 wie folgt zusammen (alphabetische Reihenfolge):

Amedea de Angelis, LAC Lugano
Rafael Enzler, Partner gutundgut gmbh, Präsident
Rolf Kromer, persönliche Assistenz Chefredaktor Blick-Gruppe
Chantal Lafontant Vallotton, Co-directrice Musée d'art et d'histoire, Neuchâtel, Vizepräsidentin
Ivan Mariano, Direktor Musée d'art et d'histoire MAHF Fribourg
Oliver Niedermann, Head of Marketing Raiffeisen Schweiz
Cristina Sonderegger, Leitung Kuratorische Koordination Museo d'arte della Svizzera italiana

In 2 ordentlichen Sitzungen beschäftigte sich der Stiftungsrat mit der strategischen Ausrichtung, der Planung, Budgetierung und Kontrolle des Geschäftsganges.

Personal .

Das tägliche Geschäft wurde mit total 295 Stellenprozent von Basile Boyer, Simone Franzen Novoselac, Emelyn Gattlen und Nathalie Schliep bewältigt. Zusätzlich bringt sich der Präsident mit 10% ein und für redaktionelle Beiträge ist seit vielen Jahren Susann Bosshard mit etwa 10% für den Museumspass tätig.

Risikobeurteilung .

Der Stiftungsrat hat sich an seinen Sitzungen mit den Risiken auseinandergesetzt und allfällige sich daraus ergebende Massnahmen eingeleitet, um zu gewährleisten, dass das Risiko einer wesentlichen Fehlaussage in der Rechnungslegung als klein einzustufen ist. Der Stiftungsrat wird sich auch in Zukunft periodisch, mindestens einmal jährlich, mit der Risikobeurteilung befassen.

Rechnungslegung .

Die vorliegende Jahresrechnung wurde nach den Bestimmungen des Schweizerischen Rechnungslegungsrechts (Art. 957 bis 960 OR) erstellt.

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision .

Die abgebildete Jahresrechnung ist ein Auszug der von der BDO AG testierten Jahresrechnung. Der auf Seite 23 abgebildete Revisionsbericht der BDO AG bezieht sich auf die eingeschränkte Revision der gesamten Jahresrechnung per 31. Dezember 2019, bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang.

Bilanz

	2019	2018
	CHF	CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	1'988'752.50	2'866'221.69
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3'491'007.80	1'925'479.36
Übrige kurzfristige Forderungen	20'829.45	10'911.20
Aktive Rechnungsabgrenzung	5'110.76	20'567.61
Total Umlaufvermögen	**5'505'700.51**	**4'823'179.86**
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	3'500.00	3'500.00
Mobile Sachanlagen	8'630.00	13'100.00
Total Anlagevermögen	**12'130.00**	**16'600.00**
Total Aktiven	**5'517'830.51**	**4'839'779.86**
Passiven		
Kurzfristiges Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4'358'940.40	4'015'436.93
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	21'308.95	15'676.65
Passive Rechnungsabgrenzung	6'779.50	11'929.65
Total kurzfristiges Fremdkapital	**4'387'028.85**	**4'043'043.23**
Langfristiges Fremdkapital		
Rückstellungen		
Rückstellung für Museumspässe	370'000.00	370'000.00
Rückstellung für Museen	530'000.00	200'000.00
Total langfristiges Fremdkapital	**900'000.00**	**570'000.00**
Total Fremdkapital	**5'287'028.85**	**4'613'043.23**
Eigenkapital		
Stiftungskapital	30'000.00	30'000.00
Gewinnvortrag	196'736.63	193'935.14
Jahresergebnis	4'065.03	2'801.49
Total Eigenkapital	**230'801.66**	**226'736.63**
Total Passiven	**5'517'830.51**	**4'839'779.86**

Erfolgsrechnung

	2019	2018
	CHF	CHF
Nettoerlöse aus Lieferung und Leistungen		
Passverkauf durch Geschäftsstelle	232'965.18	278'918.70
Passverkauf POS SBB	1'069'345.75	997'094.00
Passverkauf durch Museen	80'752.00	78'335.25
Passverkauf durch Post	23'235.00	33'074.00
Passverkauf durch übrige Verkaufsstellen	7'908.25	9'070.00

Eintritte Raiffeisen	6'801'223.90	5'770'000.00
Eintritte Swiss Travel System	2'550'743.05	2'310'805.50
Ertrag diverse	5'000.08	12'575.40
Administrationsentschädigung Raiffeisen	100'000.00	0
Verkaufsprovisionen	-122'175.25	-116'723.05
Veränderung Wertberichtigung Forderungen	-5'000.000	-5'000.00
	10'743'997.96	**9'368'149.80**
Diverser Ertrag		
Betriebsbeitrag Bundesamt für Kultur BAK	100'000.00	97'000.00
Betriebsertrag	**10'843'997.96**	**9'465'149.80**
Direkter Aufwand		
Eintrittsvergütungen an Museen	-989'386.85	-998'460.45
Eintrittsvergütungen an Museen Raiffeisen	-6'801'223.90	-5'939'612.85
Eintrittsvergütungen an Museen Swiss Travel System	-2'024'941.60	-1'865'502.25
	-9'815'552.35	**-8'803'576.55**
Rückstellungen für Museumspässe		
Veränderung Rückstellung für Museumspässe	0	-20'000.00
Bruttoergebnis nach direktem Aufwand	**1'028'445.61**	**641'574.25**
Personalaufwand		
Löhne und Gehälter	-335'767.50	-324'452.60
Sozialleistungen	-47'855.15	-45'718.40
Übriger Personalaufwand	-4'430.00	-4'300.00
	-388'052.65	**-374'471.00**
Übriger betrieblicher Aufwand		
Mietaufwand	-32'352.92	-31'775.42
Verwaltungsaufwand	-139'147.86	-114'858.65
Kommunikationsaufwand	-129'210.26	-107'304.85
Aufwand für Jubiläum	0	0
	-300'711.04	**-253'938.92**
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibungen und Finanzerfolg	**339'681.92**	**13'164.33**
Abschreibungen mobile Sachanlagen	-5'375.61	-8'366.65
Betriebliches Ergebnis vor Finanzerfolg	**334'306.31**	**4'797.69**
Finanzaufwand	-635.05	-715.24
Betriebliches Ergebnis	**333'671.26**	**4'082.44**
Ausserordentlicher, einmaliger, periodenfremder Erfolg		
Ausserordentlicher, einmaliger, periodenfremder Aufwand	-330'000.00	-1'280.95
Ausserordentlicher, einmaliger, periodenfremder Ertrag	393.77	0
	-329'606.23	**-1'280.95**
Jahresergebnis	**4'065.03**	**2'801.49**

Tel. 044 444 35 55
Fax 044 444 35 35
www.bdo.ch

BDO AG
Schiffbaustrasse 2
8031 Zürich

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision
an den Stiftungsrat der

Stiftung Schweizer Museumspass, Zürich

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Stiftung Schweizer Museumspass für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Stiftungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht dem Gesetz und Statuten entspricht.

Zürich, 6. März 2020

BDO AG

Andreas Blattmann
Zugelassener Revisionsexperte

ppa. Remo Inderbitzin
Leitender Revisor
Zugelassener Revisionsexperte

Zürich 20.05.2020

STIFTUNG SCHWEIZER MUSEUMSPASS

Rafael Enzler
Präsident

Nathalie Schliep
Geschäftsführung

#iloveswissmuseums