

Geschäftsbericht 2012

Spiez Marketing AG

Spiez, im März 2013

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|--|-------|
| 1. Vorwort des Geschäftsführers | 2 |
| 2. Geschäftsübergreifende Themen | 3 |
| 3. Bericht zu den strategischen Geschäftsfeldern | 8 |
| 3.1 Geschäftsbereich Standortpromotion | 8 |
| 3.2 Geschäftsbereich Events | 10 |
| 3.3 Geschäftsbereich Projekte | 12 |
| 3.4 Geschäftsbereich Dienstleistung vor Ort | 15 |
| 4. Jahresrechnung | 18 |
| 5. Ausblick | 18 |
| 6. Schlussbemerkung | 20 |

Beilage: Jahresplanung Aktivitäten 2012

1. Vorwort des Geschäftsführers

Liebe Leserinnen und Leser

Sie halten bereits den dritten Geschäftsbericht der Spiez Marketing AG (SMAG) in den Händen. Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre. Sollte Ihnen beim Lesen eine geniale Standortmarketingidee in den Sinn kommen oder sollten Fragen auftauchen, zögern Sie nicht, uns diese mitzuteilen.

Vorab bedanke ich mich ganz herzlich bei allen SMAG-Mitarbeiterinnen und –Mitarbeitern. Sie sind es, welche mit ihrem engagierten Wirken die definierte Standortstrategie umsetzen. Es ist uns gelungen, die Bekanntheit der bestehenden Angebote weiter zu steigern. Besonders stolz sind wir auf die Realisierung der neuen Spiezer Angebote und Produkte.

Ich bedanke mich ebenfalls bei unseren Aktionären, Partnern, Vereinen und insbesondere den Verwaltungsratsmitgliedern und den Gemeindebehörden. Sie alle wirken aktiv mit und schaffen Rahmenbedingungen, welche uns ein zielorientiertes Arbeiten ermöglichen. Dank der Vereinigung der Kräfte und der Verfolgung gemeinsamer Ziele, können wir mit Genugtuung auf die erreichten Erfolge zurückblicken.

Den einzigen Wehrmutstropfen müssen wir in den sinkenden Logiernächtezahlen zur Kenntnis nehmen. Es ist uns, in einem sehr schwierigen Marktumfeld, (noch) nicht gelungen, den Rückgang der Logiernächte zu stoppen respektive steigende Zahlen zu generieren.

Aus finanzieller Sicht können wir ein ausgeglichenes Ergebnis präsentieren. Dank nachsichtigem Ausgabenmanagement konnten wir die Ertragsrückgänge auffangen. In diesem Umfeld ist der durch die Gemeinde bereitgestellte Ortsmarketingkredit für die Realisierung von Massnahmen am Markt zentral.



Stefan Seger
Geschäftsführer Spiez Marketing AG

2. Geschäftsübergreifende Themen

Generalversammlung

Am 12. Juni ging unter Beisein sämtlicher Aktionäre (Einwohnergemeinde Spiez, Spiez Tourismus und Gewerbeverband Spiez) die zweite Generalversammlung der SMAG über die Bühne. Die Aktionäre zeigten sich sehr zufrieden mit den geleisteten Arbeiten und verdankten die engagierte Arbeitsweise. Der Jahresbericht, die Jahresrechnung und der Revisionsbericht für das Geschäftsjahr 2011 wurden genehmigt. Die Mitglieder des Verwaltungsrates, der Geschäftsleitung und die Revisionsstelle wurden entlastet. Der Bilanzgewinn von CHF 26'831.93 wurde auf neue Rechnung vorgetragen.

Verwaltungsrat, Strategieklausur

Der VR leitete an insgesamt 6 VR-Sitzungen unter der Führung des VR-Präsidenten Franz Arnold die strategischen Belange der SMAG. Der Geschäftsführer informierte den VR jeweils an den Sitzungen über den Stand der Arbeiten und brachte Anträge zur Entscheidung ein. Die heterogene Zusammensetzung des VR bewährt sich und die Beteiligten arbeiteten in konstruktiver Weise zusammen.

| Verwaltungsrat | Funktion | Vertritt |
|--------------------|--------------------------|------------------------|
| Franz Arnold | Verwaltungsratspräsident | Gemeinde Spiez |
| Hans Martin Hadorn | Vizepräsident | Gewerbe |
| Monika Lanz | Verwaltungsrätin | Gemeinde Spiez |
| Daniel Fischer | Verwaltungsrat | Externes Fach Know How |
| Renato Heiniger | Verwaltungsrat | Gemeinde Spiez |
| Markus Schneider | Verwaltungsrat | Spiez Tourismus |
| Valentin Toneatti | Verwaltungsrat | Spiez Tourismus |

Am 30. März 2012 hielt der VR eine Klausurtagung ab. Der VR und die Geschäftsleitung reflektierten die ersten zwei SMAG-Betriebsjahre und zogen eine positive Bilanz. Der VR verabschiedete die Handlungsagenda für die Jahre 2012 und 2013.

Meinungsumfrage

Im Herbst 2012 führte SMAG eine öffentliche Meinungsumfrage zum Spiezer Ortsmarketingmodell durch. 142 Personen füllten die Umfrage aus. Die Ergebnisse fielen positiv aus. Bemerkenswert war die einhellige Zustimmung zum Ortsmarketingmodell (87%).

Zusammenarbeit mit Gemeinderat, Übersicht Ortsmarketingkredit

Es zeigte sich, dass ein regelmässiger Austausch zwischen Gemeinderat und Verwaltungsrat sinnvoll ist. Am 23. Januar 2012 trafen sich der Gemeinderat und der Verwaltungsrat für einen Rück- und Ausblick. Das Gremium besprach Schnittstellenthemen und traf Entscheide, welche die Zusammenarbeit weiter vereinfachen.

Im Berichtsjahr wurde der vom Gemeinderat bewilligte Ortsmarketingkredit in der Höhe von CHF 91'000 für folgende Vorhaben eingesetzt.

| Geschäft | Abrechnung |
|---|-------------------|
| Produktion Image-Film, Überarbeitung Imagebroschüre | CHF 11'826.55 |
| RRO-Werbepauschale (Radio Rottu, Oberwallis) | CHF 10'800.00 |
| Realisierung Weihnachtsbeleuchtung | CHF 15'519.10 |
| Projekt Kanuweg | CHF 10'940.35 |
| Sandanlässe: Beach Soccer, Beach Volleyball, SM-Finale Beach Handball, kantonale Sportlerehrung | CHF 40'614.35 |
| Total | CHF 89'700.35 |

Personal

Erfreut stellen wir fest, dass sich das Arbeitsklima und der Teamgeist auf einem sehr hohen Niveau eingependelt haben. Dies beweist die Tatsache, dass wir im 2012 keine krankheitsbedingten Abwesenheiten oder ungeplante Abgänge verzeichnen mussten.

Marlene Zeller hat beschlossen, sich voll auf ihre zukünftige Familie zu konzentrieren. Sie hat auf eigenen Wunsch das Arbeitsverhältnis nach der Niederkunft per 31.12.2012 beendet. Die Stelle wird ab 1. Juli 2013 durch Nicole Wyss besetzt. Die temporäre Vakanz konnten wir durch Janine Hunziker schliessen.

Für die Aufrechthaltung der Öffnungszeiten an den Standorten im Info Center am Bahnhof Spiez und im Tourismusbüro Faulensee benötigt SMAG einen Personalkörper von fünf Personen (exkl. Geschäftsführer). Der Einsatz des Personals (Teilzeit) wird dem saisonalen Arbeitsvolumen angepasst. In dieser Form arbeitet SMAG am unteren Ende einer kritischen Personalgrösse. Damit der Betrieb aufrecht erhalten werden kann, arbeiten aus finanziellen Gründen zwei Praktikanten im Team der SMAG. Dieses Praktikantensystem (einjährige Praktikas) bindet jedoch viele Schulungsressourcen und ist für die nachhaltige, langfristige Knowhow-Verteilung nicht förderlich.

| Name | Funktion | Anstellung | Im Unternehmen |
|-----------------|------------------------|-------------|-----------------------------|
| Stefan Seger | Geschäftsführer | 100 % | Seit 1.8.2010 |
| Marlene Zeller | Stv. Geschäftsführerin | 100 % | Seit Beginn bis 31.12.2012 |
| Eva Blaser | Sachbearbeiterin | 50 % | Seit Beginn |
| Beatrice Höchli | Sachbearbeiterin | 20 % – 30 % | Seit Beginn |
| Manuel Fischer | Praktikant | 100 % | Von 1.2. bis 31.12.2012 |
| Nichole Wyss | Praktikantin | 100 % | Von 1.10.2011 bis 31.7.2012 |
| Michael Kambly | Praktikant | 100 % | Von 1.8.2012 bis 31.7.2013 |
| Janine Hunziker | Sachbearbeiterin | 100 % | Von 1.12.2012 bis 31.7.2013 |

Administration

Seit Beginn des Geschäftsjahres 2012 wird die Finanzbuchhaltung grösstenteils durch SMAG-Mitarbeiterinnen erledigt (Insourcing). Das Treuhandbüro Toneatti unterstützt SMAG in den Bereichen Personaladministration, Mehrwertsteuer- und Steuerangelegenheiten und Jahresabschluss.

Das 2011 eingeführte bargeldlose Zahlungssystem hat sich bewährt und wurde auf Kundenwunsch durch eine weitere Zahlungsmöglichkeit (Postcard) erweitert.

Im Verlaufe des Jahres erneuerten wir einige Bürogeräte wie Registrierkasse, Drucker, Computer und Bildschirme. Im April erfolgte die Softwareumstellung auf Deskline 3.0. Das Buchungssystem ist benutzerfreundlicher geworden, hat aber auch an Komplexität gewonnen.

Logiernächte

Nachdem im 2011 die Logiernächte bei den Ferienwohnungen noch stiegen, mussten wir im 2012 sowohl bei den Hotels auch als bei den FeWo's sinkende Zahlen zur Kenntnis nehmen. Der Rückgang bei den Hotels auf 78'683 Logiernächte beträgt 11,8 %. Derjenige bei den FeWo's auf 13'327 Logiernächte beträgt 17,1 %. Die sinkenden Zahlen lassen sich durch umbautechnische Betriebsschliessungen (Belvédère und Gwatt-Zentrum), das schwierige Marktumfeld (teuer Schweizer Franken) und die sinkende durchschnittliche Aufenthaltsdauer begründen. Erfreulich ist, dass es mit dem Strandhotel Seeblick ein zusätzliches Hotel gibt, welches ganzjährig geöffnet ist.

Wort Bildmarke: Kraftort am Wasser

Die 2011 ins Leben gerufene Wort Bildmarke „Spiez, Kraftort am Wasser“ wird weiter gepflegt. Praktisch alle SMAG-Imprimate tragen nun das Logo. Die Karte „Rundwanderweg Spiez“ enthält neu die abgebildeten Kraftorte. Seit Sommer 2012 gibt es Regenschirme im Spiezer-Look. Die Wort Bildmarke wird zunehmend auch von den Medien aufgenommen.

Zusammenarbeit mit Partnern

Der Dialog war uns wichtig. Aus diesem Grund nahmen wir regelmässig an Versammlungen, Sitzungen unserer Partner teil. Dabei nahmen wir die positiven und negativen Reaktionen aus erster Hand wahr und konnten notwendige Massnahmen ableiten.

Mitarbeit in verschiedenen Arbeitsgruppen

SMAG vertrat die Interessen des Ortsmarketing in verschiedenen Arbeitsgruppen wie Let's Swing, Verankerung der Altersarbeit, Ortsplanungsrevision und Kulturkoordination/ Kulturkalender.

Zusammenarbeit mit Thun Thunersee Tourismus (TTST)

Im April 2012 fusionieren die Vereine Thunersee Tourismus (TST) und Thun Tourismus Organisation (TTO) zu Thun Thunersee Tourismus (TTST). Die SMAG bringt sich bezüglich der organisatorischen Entwicklung von TTST aktiv ein und reicht proaktiv Lösungsvorschläge ein, welche nicht immer auf offene Ohren stossen.

Der Kanton Bern erhöht, mit der Absicht die Destinationsverdichtung voranzutreiben, den Druck auf die Tourismusdestinationen. In diesem Zusammenhang ist Thun Thunersee Tourismus gezwungen zu handeln und nach Partnern Ausschau zu halten. Nach einer konsultativen Evaluationsphase stimmt die Delegiertenversammlung einer Zusammenarbeit mit Interlaken Tourismus (TOI) zu. Die Integration wird im 2013 vollzogen.

Diese neue Konstellation ergibt dank der Grösse und Marketingkraft von TOI für SMAG mehr Vor- als Nachteile. Die SMAG-Struktur ermöglicht die problemlose Kooperation mit dem neuen Destinationspartner. Das SMAG-Modell erlaubt die Spiezer Standortinteressen auch in einem grösseren Rahmen wirkungsvoll einzubringen.

SMAG hat mit TTST im Rahmen des Partnerprogrammes Chance Thunersee für 2012 ein Kommunikationspackage abgeschlossen. Mit dieser Kommunikationsplattform können wir die Spiezer Angebote und Veranstaltungen noch intensiver verbreiten.

Leistungsvereinbarungen

Die nachfolgende Übersicht zeigt die laufenden Leistungsvereinbarungen. Jährlich führen wir mit den Partnern Zielvereinbarungs- und Zielbeurteilungsgespräche durch. Wir pflegen mit den Partnern den nötigen Informationsaustausch. Die drei Aktionäre haben jeweils im Herbst Gelegenheit zum Massnahmenplan für das Folgejahr Stellung zu beziehen.

| Leistungs-erbringer | Leistungs-empfänger | Grober Leistungsinhalt | Vertragsdauer |
|---------------------------|---------------------|---|--------------------------------|
| SMAG | Gemeinde Spiez | Umsetzung von geeigneten Massnahmen, welche die strategischen Stossrichtungen der Bereiche Wirtschaft, Wohnen und Tourismus unterstützen. | 1.1.2011 – 31.12.2013 |
| SMAG | Spiez Tourismus | Förderung des Tourismus, d.h. Umsetzung von touristischen Massnahmen. | 1.1.2011 – 31.12.2013 |
| SMAG | Gewerbeverband | Förderung der Standortvermarktung mit Fokus Wirtschaft, d.h. Umsetzung von geeigneten Massnahmen im Bereich Wirtschaft. | 1.1.2011 – 31.12.2013 |
| SMAG | TST | Gästeinformation und –betreuung, Betrieb Info-Center, Betreuung der zugeteilten Tourismusorganisationen. | 1.1.2012 bis unbestimmt |
| Spiezer Agenda 21 | SMAG | Sicherstellung einer attraktiven Begegnungsplattform. | 1.1.2011 – 31.12.2013 |
| Ortsverein Einigen-Gwatt | SMAG | Sicherstellung einer attraktiven Erscheinung der öffentlichen Plätze (Seewiese, Strandbad) in Einigen-Gwatt. | 1.1.2011 – 31.12.2013 |
| Ortsverein Faulensee | SMAG | Sicherstellung einer attraktiven Erscheinung der öffentlichen Plätze und Betrieb eines attraktiven Freizeit- und Veranstaltungsangebotes. | 1.1.2012 – 31.12.2013 |
| Bootsvermietung Thunersee | SMAG | Bootsvermietung übernimmt die Sonntags-Dienste im Büro Faulensee. SMAG stellt im Gegenzug das Büro zur Verfügung und übernimmt von Mo – Fr die Pedalo-Vermietung. | 01.01.2012 Bis auf weiteres |

3. Bericht zu den strategischen Geschäftsfeldern

3.1 Geschäftsbereich Standortpromotion

Spiez Guide

Ende Februar 2012 konnten wir sämtlichen Partnern und Leistungsträgern den ersten Spiez Guide aushändigen. Der touristische Führer im Format A6 mit 64 Seiten gibt einen kompakten Überblick über das Spiezer Angebot. Die Auflage von 10'000 Stück ist Ende Jahr praktisch vergriffen. Das neue Imprimat eignet sich gut zur Auflage an überregionalen Informationspunkten.

Gästemailing

Ende März 2012 wurden knapp 2'000 ehemalige Ferienwohnungsgäste in einem Postmailing auf die Saisonneuheiten hingewiesen. Das Ziel war es, den Gästen Spiez als Ferienort in Erinnerung zu rufen, die neuen Highlights vorzustellen um weitere Aufenthalte zu provozieren.

Werbepauschale Radio Rottu

SMAG hat die Werbepauschale mit Radio Rottu im 2012 weitergeführt. Der Werbepauschalvertrag beinhaltet 100 Werbespots à 15 Sekunden, ein Inserat auf den Ausflugskarten mit einer Auflage von 1 Mio. und Einträge in der Veranstaltungsseite der RRO-Webseite. Wir lancierten über das Jahr Radiospots zu den Themen Frühlingserwachen in Spiez, Schlosskonzerte Spiez, kulinarische Züglirundfahrt, Kinderland, Kanuweg Thunersee, Beach Volleyball, Beach Soccer und Läset Sunntig. Die kontinuierliche, längerfristige Bewerbung zeigt langsam Früchte. Vermehrt kommen Walliser Gäste nach Spiez.

Partnerprogramm Chance Thunersee

SMAG hat sich dem Partnerprogramm, lanciert von TTST, angeschlossen. Diese Werbepattform ermöglicht SMAG die intensive und gezielte Bewerbung des Spiezer Angebotsportfolios.

Partnerschaft Lötschberger

SMAG hat die Partnerschaft mit der Werbepattform Lötschberger weitergeführt. Als C-Partner nutzen wir die Möglichkeit das Spiezer Angebotsportfolio auf der Panoramakarte, dem Travel Guide, in den Lötschberger-Newslettern und auf www.loetschberger.ch darzustellen.

Elektronische Medien - www.spiez.ch, Facebook

Wir arbeiten täglich an der Aktualisierung der Webseite insbesondere der Rubrik Tourismus. Einerseits realisierten wir Verbesserungen in Bezug auf die Benutzerfreundlichkeit, andererseits hielten wir die Informationen auf dem aktuellen Stand und ergänzten mit neuen Inhalten. In Kooperation mit «Lötschberger» konnten wir einen Filmbeitrag über Spiez aufschalten. Unsere Aktivitäten zeigen Wirkung: Gegenüber 2011 stiegen die Zugriffe auf die Webseite um rund 10%. Die durchschnittliche Besuchsdauer und die Anzahl Seitenaufrufe je Besuch stiegen ebenfalls. Wir nutzen auch Facebook intensiver, um die Spiezer Neuheiten zu verbreiten. Die Anzahl Fans stieg auf gut 500.

Kommunikation

Es war uns wichtig die Stakeholder der Bereiche Wirtschaft, Wohnen und Tourismus proaktiv über das Wirken der Spiez Marketing AG zu informieren. Wir berichteten regelmässig wie folgt über das Geschehen:

| Medium | Zielgruppe | Inhalt | Frequenz |
|-------------|---------------------|---|-------------------|
| SpiezInfo | Spiezer Bevölkerung | Auszug aus den Themen: Rückblick 2011/Ausblick 2012, Freiwilligenarbeit, Highlights und Events 2012, Spiezer Zügli, Offener Weinkeller Rebbau Spiez, Wettbewerb SpieZiell Produkte 2012, Sandanlässe Bucht 2012, Kanuweg, Gemeindetageskarten (Preiserhöhung), Spiezpropeller, Spiezer Regenschirme, ProSpecieRara-Schaugarten in der Bucht, Meinungsumfrage SMAG | monatlich |
| SpiezLetter | 630 Partneradressen | <ul style="list-style-type: none"> •News aus dem VR/Strategie •Standortpromotion •Events •Projekte •Dienstleistungen vor Ort | Vier Mal pro Jahr |

| Medium | Zielgruppe | Inhalt | Frequenz |
|------------------------|--|--|-----------------------------|
| SpiezNews | Regionale und touristische Medien (50 Adressen) | Kommunikation touristischer Neuerungen | 4 Mal/Jahr |
| Medienmitteilungen | Bevölkerung via regionale z.T. nationale Medien. | Auszug aus den Themen: Entdecke Spiez im Zügli, Märli-Zügli, Kanuweg, Schlosskonzerte, Phenomen, Offener Weinkeller, Kanuweg, Kinderland, Spiezathlon, Film Open Air Thunersee, Sandsportspiele, Läset-Sunntig, Spiez-Märit, Chlouse Märit | situativ |
| SpiezFlash (Radio BeO) | Regionale Bevölkerung | Info über Veranstaltungen | Monatlich April bis Oktober |
| Webseite spiez.ch | Partner, Gäste, Bevölkerung | Infozusammenzug aus den genannten Inhalten | laufend |

3.2 Geschäftsbereich Events

SMAG ist verantwortlich für die Erstellung und Verbreitung des Veranstaltungskalenders. Wir setzen uns ein für ein vielfältiges und breites Veranstaltungsprogramm, welches für alle Bevölkerungsgruppen interessant ist. Demensprechend zielgerichtet investierte SMAG die Ressourcen.

Offener Weinkeller

Seit 1999 organisiert der Branchenverband Deutschschweizer Weine die Aktion „Offene Weinkeller“. Erstmals beteiligte sich der Spiezer Rebbau an diesem Anlass. Involviert waren auch das Schloss das Heimat- und Rebbaumuseum und die SpieZiell-Produkte. Am 1. und 5. Mai 2012 öffnete der Rebbau den Keller. Es wurden Führungen und Degustationen durchgeführt. SMAG wirkte im Organisationskomitee mit und zeichnete verantwortlich für die Realisierung der Kommunikationsmassnahmen. Das OK zog eine positive Bilanz und stellte in Aussicht, den Anlass im 2013 erneut durchzuführen.

Kinderland Openair

SMAG stellte sicher, dass das Kinderland Openair wieder in Spiez stattfand. SMAG unterstützte den Anlass mit kommunikativen Dienstleistungen ebenso mit dem Ticketvorverkauf. Das Kinderland Openair wurde sehr gut besucht.

Film Openair Thunersee

Zum zweiten Mal fand im Rondell beim Restaurant Welle das von Werner Stalder organisierte Film Openair Thunersee statt. SMAG unterstützte die Filminitiative mit kommunikativen Dienstleistungen. Die Veranstaltungen wurden unterschiedlich gut besucht.

Bucht- und Seenachtsfest

Die Austragung des Bucht- und Seenachtsfestes 2011 war aufgrund rückläufiger Besucherzahlen und höherer Infrastrukturausgaben defizitär. Aus diesem Grund hat der Verein eine Arbeitsgruppe zur Analyse der Ursachen eingesetzt. SMAG wurde angefragt, den konzeptionellen Prozess zu leiten. Unter der Leitung der SMAG hat die Arbeitsgruppe ein Konzept für die Neulancierung erarbeitet. Die Umsetzung der neuen Ideen liegt in der Verantwortung des Vereins und werden ab 2015 wirksam.

Sandanlässe

Mit der Durchführung eines Events der nationalen Beach Soccer Liga verfolgen wir die Erfüllung der strategischen Schlüsselmassnahme, einen einzigartigen, wiederkehrenden Anlass nach Spiez zu holen. Die Erfolgskontrolle der erstmaligen Austragung im Jahre 2011 fiel positiv aus. Im 2012 gelang es uns, das Eventprogramm anzureichern und attraktiver zu gestalten. Ein unvergessliches Sandprogramm mit Beach Soccer Länderspiel, Beach Soccer-Ligabetrieb, Beach Volleyball Turnieren, SM Finale Beach Handball und der kantonalen Sportlerehrung ging über die Bühne. Die mediale und elektronische Berichterstattung war sehr erfreulich. Gegenüber dem Vorjahr war der Zuschaueraufmarsch grösser. Insbesondere die Kantonale Sportlerehrung und das Länderspiel Schweiz – Deutschland brachte Sport- und Politprominenz nach Spiez. Einzig die Beach Volley- und Handballveranstaltungen haben in Bezug auf die Zuschauerzahlen durchaus noch Potenzial nach oben.

Die Schweizerische Vereinigung für Standortmarketing zeichnete die SMAG für das Beach Soccer-Konzept mit einem Anerkennungspreis aus. Das Konzept überzeugte die Jury mit der Vision, der Gemeinde ein Alleinstellungsmerkmal zu verschaffen. Wir sind stolz über diesen Preis und bestätigt, dass der eingeschlagene Weg der Richtige ist.

Läset Sunntig, 23. September 2012

SMAG unterstützte den Verein mit einem Radiospot im Radio Rottu kommunikativ und übernahm den Vorverkauf der Abzeichen im Info Center.

Chlouse-Märit, 08. Dezember 2012

SMAG organisierte wiederum den traditionellen Chlouse-Märit. Die Anmeldungen waren mit rund 100 Ständen im gleichen Rahmen wie 2011. Allerdings hatte es gegenüber dem Vorjahr mehr Neuanmeldungen und entsprechend weniger Stammmarktfahrer. Auch dieses Jahr wurden Marktfahrer mit einem handgefertigten Angebot bevorzugt; kommerzielle Ware – wie Billigprodukte aus Asien – wurden abgewiesen. Essensstände waren beschränkt zugelassen. Da der Werkhof mit Räumen vom vielen Schnee ausgelastet war, mussten spontan ehrenamtliche Helfer gesucht werden, um morgens die Werkhofstände aufzustellen. Der Markt verlief reibungslos. Aufgrund des perfekten Winterwetters waren die Marktfahrer sowie die Gäste sehr zufrieden.

3.3 Geschäftsbereich Projekte

Weihnachtsbeleuchtung

SMAG als verantwortliche Organisationseinheit hat rechtzeitig den Prozess für die zeitgerechte weihnächtliche Beleuchtung angestossen. Im Verlaufe Jahres konnten zudem die Eigentumsverhältnisse geklärt werden. Die Realisierung der punktuellen bäuertübergreifenden Beleuchtung hatte die Bevölkerung angesprochen. SMAG erhielt zahlreiche positive Rückmeldungen.

Kanuweg

Am 15. Juni 2012 konnte SMAG im Beisein von zahlreichen Gästen und Medienvertretern den Kanuweg Thunersee feierlich eröffnen. Ab drei Standorten auf Spiezer Gemeindegebiet können Kanus und SUP's (Stand Up Paddel) im Einweg- oder Rundfahrtensystem gemietet werden. Das neue Produkt ist gut vom Markt aufgenommen worden. Bereits im ersten Betriebsjahr verzeichneten wir über 450 Vermietungen. Dank den Kanu- und Infrastruktursponsoren erzielten wir ein ausgeglichenes Betriebsergebnis.

Entdecke Spiez im Zügli

Am 6. Juni 2012 konnten wir zur ersten Spiezer Ortsführung einladen. Unter Einbezug des Spiezer Züglis hat SMAG das neue Produkt aufgebaut. Wir bieten eine Ortsführung der anderen Art an. Eine professionelle Stadtführerin erzählt Geschichtsträchtiges und Neuzeitliches über Spiez. Die Fahrt wird mit einer Degustation und dem Besuch im Heimat- und Rebbaumuseum beendet. Alle geplanten Führungen konnten durchgeführt werden.

Veranstaltungstafeln

Der Durchbruch für die Erstellung der vier bis fünf Veranstaltungstafeln innerhalb der Gemeinde Spiez ist noch nicht geglückt. Die geeignete Standortauswahl gestaltet sich aufgrund behördlicher Auflagen und einwilligender Grundeigentümer als schwierig und musste mehrmals überarbeitet werden. Nachdem der Kanton für die Montage grünes Licht gegeben hatte, muss für einen Standort noch ein Böschungsgutachten eingeholt werden. Wir sind zuversichtlich die Angelegenheit im 2013 abschliessen zu können.

Wohnmobilstellplätze

Im Sommer 2012 eröffnete SMAG den ersten Stellplatz für Camper auf Spiezer Boden. In Zusammenarbeit mit dem Restaurant Bärgsunne, Hondrich und der Abteilung Sicherheit wurde das neue Angebot ausgearbeitet. Auf elektronischen Kanälen und in Reisemobilführern wurde der Stellplatz aufgenommen. Weitere sollen folgen.

Schaugarten Pro Specie Rara

Zusammen mit dem Werkhof realisierte SMAG in der Bucht einen Schaugarten mit seltenen Gemüsesorten. Die Infoveranstaltung am 4. August 2012 wurde gut besucht. Die Gemüse wurden sukzessive geerntet und durch lokale Restaurateure zu kulinarischen Leckerbissen verarbeitet. Die Aktion wurde durch Medienberichte begleitet.

Beflaggungsplan

SMAG erstellte einen bäuertübergreifenden Beflaggungsplan. Der Werkhof führte die Beflaggung in enger Absprache mit der SMAG aus.

Gesamtkonzept Bucht Spiez

Im Rahmen des Vorhabens „Gesamtkonzept Bucht Spiez“ hat sich die SMAG stark für die Erneuerung der Minigolfanlage sowie für die Erstellung einer multifunktionalen Sandanlage inklusive Boules-/Pétanquebahn eingesetzt und aktiv mitgewirkt. Die SMAG hat zudem das Betriebskonzept für die Anlagen entworfen. Erfreut nahmen wir zur Kenntnis, dass der GGR dem Geschäft am 26. November 2012 zugestimmt hat.

Spieziell Produkte

Dank der Unterstützung von Spiezaktiv konnten wir die Initiative der Spiezer Identitätsprodukte entscheidend vorantreiben. Das Produktsortiment wurde im 2012 erheblich gesteigert. Als neues Produkt wurde die Spiezer Schlossbratwurst am „Sonntag im Schloss“ erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Besonders erfreulich lief der Wettbewerb SpieZiell Produkt 2012 (Food). Die neun Eingaben waren von beeindruckender Qualität und widerspiegeln das breite Produktsortiment. Die drei Hauptpreisgewinner wurden anlässlich einer Feier geehrt. Die lokalen Medien berichteten über das Vorhaben. Die Produkte wurden auch am Chlousemärit vorgestellt und sind jetzt erhältlich. Es ist uns zudem gelungen, einen neuen physischen Verkaufspunkt sowie den e-Shop aufzubauen (www.spieziell.ch).

Spiez Propeller

In Zusammenarbeit mit dem Künstler Hanswalter Graf und der Primarschule Räumli realisierten wir bereits das dritte **spiezpropeller** -Projekt. Nach den Themen „Schönste Bucht Europas“, und „Weihnachtsbeleuchtung“ haben wir im 2012 den Spiezer Detailhandel aufgegriffen. In Zusammenarbeit mit den Detaillisten realisierten wir „die grösste Galerie Europas“. Die Skulpturenausstellung rückte den Spiezer Detailhandel ins Bewusstsein der Bevölkerung. Ein Wettbewerb animierte dazu, in die Geschäfte zu gehen und die Vielfaltigkeit des Detailhandels zu erleben. Die Schulkinder kreierten den Spiezer Geschäfts-Song.

3.4 Geschäftsbereich Dienstleistung vor Ort

Gästebetreuung

Die Einwohner- und Gästebetreuung (Schalter-, Telefon und E-Mail) war zeitintensiv und beanspruchte in Spitzenzeiten 2 – 3 Vollzeitstellen. Durchschnittlich bedienen wir pro Tag 50 Gäste im Info-Center Spiez am Telefon oder am Schalter. In der Hauptsaison sind es sogar bis zu 100 Kontakte. Hinzu kommen die Anfragen per E-Mail und per Post. In der Gästebefragung erhielten wir eine entsprechend positive Beurteilung. Das Dienstleistungsportfolio sah wie folgt aus:

- Gästebetreuung: Schalter, Telefon, E-Mail für Spiez und die Thunersee-Region
- Zentrale Reservationsstelle Hotel und Ferienwohnungen Thunersee
- Anbieten von Gäste-Apéros und Gästeehrungen
- Inkasso Kurtaxen und Erstellen der Logiernächte-Statistik
- Konzeption und Abgabe SpiezCard
- Eventkoordination
- Erstellen und Versand Monatsprogramm
- Vorverkaufsstelle Gemeindetageskarten SBB
- Vorverkaufsstelle Thunerseespiele, Kinderland
- Verkaufsstelle: Warengutscheine, Gutscheine Bergbahnen, Merchandising-Artikel
- Betreuung Spiezer Zügli
- Betreuung Kiosk, Minigolf, Tennis
- Vermietung Bootsplätze
- Anbieten eines Internet-Corners

Büro Faulensee

In Faulensee war das Tourist Office von Mai bis Mitte Oktober an den Wochentagen jeweils am Nachmittag geöffnet. Während der Hauptsaison (Juni bis September) wurden die Gäste bei schönem Wetter auch am Samstag- und Sonntagnachmittag bedient. Dank der Zusammenarbeit mit der Firma Bootsvermietung Thunersee konnte das Büro auch an Sonntagen betrieben werden. Neben der touristischen Information bieten wir in Faulensee auch einen kleinen Kiosk an und vermieten im Auftrag der Bootsvermietung Thunersee Pedalos.

Gästebefragung

84 Gäste haben den Gästefragebogen ausgefüllt und zurück gebracht. Positiv bewertet wurden insbesondere die schöne Landschaft, die Gastfreundschaft und die Ausstattung der FeWo's. Kritik gab es zum Parkplatzangebot. Weniger gut bewertet wurden das

Veranstaltungs- und Unterhaltungsangebot sowie das Preis- / Leistungsverhältnis der Unterkünfte. Der Service und die Atmosphäre in den beiden Tourismusbüros in Spiez und Faulensee wurden ganzheitlich positiv bewertet.

SpiezCard

Anfang Jahr stellte SMAG die Inhalte der Gästekarte zusammen und bediente die Hoteliers mit dem fertigen Produkt. Die Karte bietet den Übernachtungsgästen zahlreiche kostenlose oder reduzierte Angebote. Die Vereinbarung der kostenlosen Benützung des Postautos auf den Linien 61 bis 65 konnte um ein weiteres Jahr verlängert werden. Ebenso fahren Übernachtungsgäste gratis mit dem Spiezer Zügli.

Spiezer Zügli

Wir können in der 17-jährigen Zügligeschichte nach dem letztjährigen Rekordjahr auf das zweitbeste Ergebnis zurückblicken. Die Marketinganstrengungen trugen Früchte. Bei den Kursfahrten erzielten wir das beste Ergebnis. Bei den Extrafahrten konnten wir das vorjährige Ergebnis nicht ganz halten. Insgesamt transportierte das Zügli im 2012 rund 10'000 Passagiere. Das positive Ergebnis wurde durch einen Personenunfall, mit zum Glück glimpflichem Ausgang, getrübt.

Bucht Kiosk

Das zweite Betriebsjahr der neuen Pächter des Pura Vida verlief weniger erfreulich als 2011. Die Umsatzzahlen der Sportanlagen und der Gastronomie liegen deutlich unter den Vorjahreswerten. Zum einen liegt das am mangelhaften Zustand der Sportanlagen, zum anderen herrschte während den üblicherweise ertragreichen Frühlingsmonaten schlechtes Wetter. Die Ausdehnung der Betriebszeiten und der Sitzplätze hat zu keinen negativen Rückmeldungen geführt. Im Gegenteil: Die Rückmeldungen aus der Bevölkerung sind nach wie vor positiv. Die Spiezer Bucht wird durch das Pura Vida bereichert.

Gemeindetageskarten UGA

Aufgrund der Einwohnerzahlen können wir maximal 10 unpersönliche Gemeindetageskarten anbieten. Wir schöpften im 2012 dieses Kontingent voll aus. Aufgrund der SBB-Preiserhöhung musste der Verkaufspreis per 1. Juli 2012 um CHF 2 auf CHF 45 angehoben werden. Leider hat die SBB schon die nächste Preiserhöhung vollzogen, so dass die UGA's

ab 1.7.2013 CHF 47 kosten werden. Trotz der Preiserhöhung ist uns gelungen, die Auslastung von 92% auf sensationelle 95 % zu steigern.

Gästeinformationsmappe

Im Frühling konnten wir wiederum die umfassende (rund 70 Seiten) und sehr beliebte Gästeinformationsmappe in rund 200 Exemplaren (120 d, 50 e, 35 f) ausliefern. Die zusammengestellten Informationen dienen den Gästen der Ferienwohnungsbesitzer und Hoteliers als sehr nützliche Informationsquelle.

Veranstaltungskalender

SMAG war verantwortlich für die Zusammenstellung und Publikation des Veranstaltungskalenders für das ganze Gemeindegebiet. Der komplette Veranstaltungskalender wurde auf www.spiez.ch, www.thunersee.ch und auf www.myswitzerland.ch veröffentlicht. Zusätzlich erhielten die ca. 190 Adressaten jeweils einen monatlichen Auszug per E-Mail oder per Post zugestellt.

Verteilung von Flyern und Plakaten

Das im 2011 eingeführte neue Produkt wird rege genutzt. Veranstalter von Anlässen haben offenbar ein Bedürfnis, ihre Veranstaltung in Spiez bekannt zu machen. Wochenplatzleute verteilen auf Anmeldung des Veranstalters Flyer und/oder Plakate in Spiezer Geschäften. Wir haben im 2012 über 20 Aufträge ausgeführt.

Koordinationsstelle Freiwilligenarbeit

Die Freiwilligenarbeit hat in Spiez unbestritten eine hohe Wichtigkeit. Dies zeigen die Ergebnisse einer Umfrage, welche SMAG zum Thema Freiwilligenarbeit durchgeführt hat. Rund jede/r viert/e Spiezer/In leistet Freiwilligenarbeit. Das jährlich erbrachte Arbeitsvolumen liegt schätzungsweise bei rund 100 Vollzeitstellen.

Nach dem Aufbaujahr 2011 lag das Hauptgewicht der Arbeiten für 2012 auf der breiten Verankerung der Koordinationsstelle sowie der Neuakquisition und Vermittlung von Freiwilligen. Die intensive Berichterstattung via SpiezInfo, Newsletter und auf www.spiez.ch sowie die öffentlichen Auftritte haben den Bekanntheitsgrad des Tätigkeitsgebietes der Koordinationsstelle gefördert. SMAG hat bereits 36 Personen mit einem geschätzten Arbeitsvolumen von über 3'000 Arbeitsstunden, nachweislich vermitteln können. Sehr erfreut

zeigen wir uns über die Zusammenarbeit mit der AEK Bank 1826, welche ihre Unterstützung um weitere 2 Jahre bis Ende 2014 verlängert hat.

4. Jahresrechnung

Gemäss separater Aufstellung.

5. Ausblick

Das Jahr 2013 steht unter dem Motto „Konsolidierung“. Die SMAG-Pilotphase geht 2013 zu Ende. Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung sind der Meinung, dass die Zusammenführung der Ortsmarketingaktivitäten unter einem Dach nachweisliche, handfeste Ergebnisse gebracht hat. Es ist unser Ziel das Ortsmarketingmodell definitiv in der Gemeinde Spiez zu verankern und mit den Aktionären langfristige Leistungsverträge abzuschliessen. Zu diesem Zweck haben wir zu Handen des Grossen Gemeinderates Spiez einen umfassenden Bericht (SMAG-Vorlage) verfasst, welcher über die Erfahrungen aus der Pilotphase und über die erzielten Ergebnisse berichtet.

Nachdem der Gemeinderat Anfang 2013 dem Modell zugestimmt hat, hat auch der Grosse Gemeinderat am 4. März die Vorlage mit 32 Ja und Null Nein-Stimmen deutlich gutgeheissen. Das Spiezer Stimmvolk wird am 9. Juni abschliessend über die Fortführung des Ortsmarketingmodells entscheiden.

Personal

Nach dem Abgang von Marlene Zeller (stellvertretende Geschäftsführerin) und Manuel Fischer (Praktikant) geht es darum, das verlorene Know how rasch wieder aufzubauen und die Erbringung einer qualitativ hohen Dienstleistung sicherzustellen. Erfreulich ist, dass es im Verwaltungsrat zu keinen Änderungen kommt.

Verankerung der bestehenden Angebote

Der Verwaltungsrat und die Aktionäre haben mit der Genehmigung des Massnahmenplanes die Schwerpunkte für 2013 gelegt. Der Fokus liegt auf der Verankerung und Festigung der in

den letzten Jahren hervorgebrachten Produkte und Angebote. Dies sind beispielsweise der Kanuweg, Entdecke Spiez im Zügli, Freiwilligenarbeit, Sandanlässe, Spiez Guide etc.

Neue Vorhaben

Wir sind sehr erfreut, dass der Gemeinderat der Planung des Ortsmarketingkredites 2013 im Dezember zugestimmt hat. Der Rahmenkredit sieht Ausgaben von CHF 86'600 vor. Mit dieser Entscheidung ermöglicht der Gemeinderat die Realisierung wichtiger Ortsmarketingprojekte. Der umzusetzende Massnahmenplan 2013 ist wiederum ambitioniert. Wir sind guten Mutes unsere wichtigen Projekte realisieren zu können.

Logiernächte

Wir werden im Bereich der Logiernächte auch im 2013 und 2014 Einbussen zu verkraften haben. Das Gwatt-Zentrum, der gemeindeweit stärkste Logiernächteerzeuger baut um hält den Hotelbereich geschlossen.

Umsetzung Masterplan Bucht

Die in die Jahre gekommenen Sportanlagen entsprechen nicht mehr den aktuellen Anforderungen und sorgen weiterhin für Unmut. Wir hoffen demzufolge, dass nach der GGR-Zustimmung im November 2012 die neue Minigolf-, Sand- und Pétanquanlagen im Herbst 2013 gebaut werden können. SMAG wird in Zusammenarbeit mit der Gemeinde die Aufgabenteilung und das Betriebskonzept fertigstellen und für die Bereiche Betrieb und Vermarktung zuständig sein.

Sandsportspiele

Aufgrund einer möglichen Bauverzögerung durch Einsprachen basiert die Planung der Sandsportanlässe wiederum auf einer provisorischen Sandanlage. Das Eventprogramm 2013 sieht das Schweizermeisterschaftsfinale von Beach Soccer und Beach Tennis vor. Mit der Durchführung des Swiss Volley A2 Turnieres unterstreichen wir die Multifunktionalität unserer Sandanlage.

Strandweg

Im 2014 feiert der Strandweg das 100Jahr-Jubiläum. Es ist das Ziel, die auffälligen Skulpturen durch eine neue anziehende und nachhaltig wirkende Inszenierung abzulösen. SMAG hat die Projektleitung übernommen.

Bewerbung Nationaler Wandertag

SMAG hat Ende Januar 2013 zusammen mit Thun Thunersee Tourismus die Bewerbung für den von der Zeitschrift «Schweizer Familie» beworbenen Nationalen Wandertag eingereicht. Falls Spiez den Zuschlag erhält, dient die Spiezer Bucht im September 2014 als Austragungsort. Eine umfassende Werbepresenz wäre damit garantiert.

Spiez Guide

Im März erscheint die zweite Ausgabe des Spiez Guide. Der Spiezer Freizeit- Gastro- und Shoppingführer enthält in kompakter Form das Spiezer Angebot. Die Auflage wird auf 12'000 Stück erhöht.

6. Schlussbemerkung

Spiez hat mit dem SMAG-Modell und der integralen Vermarktung (Wirtschaft, Wohnen und Tourismus) des Standortes gute Erfahrungen gemacht. Die Konzentration der Aufgaben in einer Organisation ist sinnvoll. In den vergangenen drei Betriebsjahren konnten wir zahlreiche Vorhaben realisieren. Wir sind daher zuversichtlich, dass der Mehrwert unseres Wirkens vom Spiezer Stimmvolk erkannt wird. Der positive Ausgang der Volksabstimmung ermöglichte uns, weitere interessante Projekte zu realisieren und damit Spiez weiter zu bringen. Dafür setzen wir uns ein. Das ist unsere Leidenschaft!