

Geschäftsbericht 2013

Spiez Marketing AG

Spiez, im März 2014

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	11
3.3 Geschäftsbereich Projekte	13
3.4 Geschäftsbereich Dienstleistung vor Ort	15
4. Jahresrechnung	17
5. Ausblick	18

Beilage: Jahresplanung Aktivitäten 2013

1. Vorwort des Geschäftsführers

Liebe Leserinnen und Leser

Mit Stolz dürfen wir auf das vergangene Geschäftsjahr zurückblicken. Die vierjährige Pilotphase des Ortsmarketingmodelles 2010 bis 2013 ist erfolgreich verlaufen. Am 9. Juni 2013 hat das Spiezer Stimmvolk der definitiven Einführung der Spiez Marketing AG zugestimmt. Dieses Ergebnis zeigt, dass wir in den vergangenen vier Jahren Vieles richtig gemacht haben und dass der eingeschlagene Weg der Richtige ist.

Das erfolgreiche Abstimmungsergebnis ist vorab den SMAG-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern zu verdanken. Der leidenschaftliche und zielgerichtete Einsatz aller, hat zum erfolgreichen Abschluss der Testphase geführt. Dafür bedanke ich mich ganz herzlich.

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.

Eine Trendwende zum Positiven scheint sich bei den Logiernächten einzustellen. Insbesondere die Hotels verzeichneten knapp zweistellige Zuwachsraten gegenüber dem Vorjahr.

Aus finanzieller Sicht können wir ein ausgeglichenes Ergebnis präsentieren. Die Umsetzung der grossen Massnahmen ist nur dank des durch die Gemeinde bereitgestellten Ortsmarketingkredites möglich.



Stefan Seger
Geschäftsführer Spiez Marketing AG

2. Geschäftsübergreifende Themen

Volksabstimmung zum SMAG-Modell

An der Abstimmung vom 9. Juni befürwortete das Spiezer Stimmvolk nach GR und GGR als letzte Instanz das Spiezer Ortsmarketingmodell. Damit ist die Zukunft der SMAG gesichert. Der vierjährige Pilotbetrieb wird in ein Definitivum überführt. Bei einer durchschnittlichen Stimmbeteiligung bestätigt die Zweidrittelmehrheit, dass der eingeschlagene Weg weitergeführt werden soll.

Generalversammlung

Am 11. Juni 2013 fand die 3. Generalversammlung der SMAG statt. Die drei Aktionäre verabschiedeten den Geschäftsbericht sowie die Jahresrechnung 2012, welche mit einem Gewinn von CHF 18'400 abschloss. Die drei Aktionäre Einwohnergemeinde Spiez, Spiez Tourismus und Gewerbeverband Spiez zeigten sich sehr zufrieden mit dem vergangenen Geschäftsjahr und mit dem Abstimmungsergebnis. Der Jahresbericht, die Jahresrechnung und der Revisionsbericht für das Geschäftsjahr 2012 wurden genehmigt. Die Mitglieder des Verwaltungsrates, der Geschäftsleitung und die Revisionsstelle wurden entlastet. Der Bilanzgewinn wurde auf neue Rechnung vorgetragen.

Verwaltungsrat

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

Zusammenarbeit mit Gemeinderat, Übersicht Ortsmarketingkredit

Am 3. Dezember 2012 fand das jährliche Reflexionsgespräch zwischen dem VR und dem GR statt. Dabei wurde der Massnahmenplan 2013 abgesegnet und die Verwendung des Ortsmarketingkredites definiert.

Im Berichtsjahr wurde der vom Gemeinderat bewilligte Ortsmarketingkredit in der Höhe von CHF 101'000 für folgende Vorhaben eingesetzt.

Geschäft	Abrechnung
Neuaufgabe Imprimat Ortsplan und Spiezer Rundwanderweg	CHF 14'083.45
Ausbau Weihnachtsbeleuchtung	CHF 16'342.45
Sandanlässe	CHF 49'524.25
Werbepauschale Radio Rottu, Oberwallis	CHF 11'880.00
Attraktivitätssteigerung Strandweg für 100-Jahr Jubiläum	CHF 4'859.00
Total	CHF 100'783.65

Personal

Marlene Zeller verliess Ende 2012 das Unternehmen, um genügend Zeit für ihre junge Familie zu haben. Als Nachfolgerin konnten wir Nicole Wyss rekrutieren, welche am 1. Juli 2013 als stellvertretende Geschäftsführerin eintrat. Die zwischenzeitliche Personallücke konnten wir mit Janine Hunziker schliessen. Die ABZ-Mitarbeiterin fügte sich problemlos ins Team ein. Am 1. Januar 2012 startete Larissa Valladares ihr Praktikumsjahr. Im November beschloss der VR auf Antrag des Geschäftsführers, eine Praktikumsstelle in eine Vollzeitstelle umzuwandeln und damit das Arbeitsverhältnis von Larissa Valladares ab 1.1.2014 fortzuführen. Mit den neu lancierten Produkten (bspw. Kanuweg, SpiezGuide, Sandanlässe, etc.) ist das SMAG-Aufgabenportfolio deutlich gewachsen und machte diesen Schritt notwendig. Mitte Jahr wurde beendet Michael Kambly sein einjähriges Praktikum. Seine Nachfolge trat Isabelle Steiner an.

Trotz den genannten Personalwechseln konnten wir die Arbeits- und Beratungsqualität hoch halten. Dies gründet auf einem hervorragenden Teamgeist und Arbeitsklima.

Name	Funktion	Anstellung	Im Unternehmen
Stefan Seger	Geschäftsführer	100 %	Seit 1.8.2010
Nicole Wyss	Stv. Geschäftsführerin	100 %	Seit 1.7.2013
Janine Hunziker	Sachbearbeiterin	100 %	1.12.2012 - 31.7.2013
Eva Blaser	Sachbearbeiterin	50 %	Seit Beginn
Beatrice Höchli	Sachbearbeiterin	20 – 30 %	Seit Beginn
Larissa Valladares	Praktikantin Sachbearbeiterin	100 % 100 %	Von 1.1. bis 31.12.2013 Ab 1.1.2014
Michael Kambly	Praktikant	100 %	Von 1.8.2012 bis 31.7.2013
Isabelle Steiner	Praktikantin	100 %	Von 1.8.2013 bis 31.7.2014

Logiernächte

Die Talsohle ist durchschritten und wir konstatieren eine erfreuliche Entwicklung der Logiernächtezahlen. Während die Logiernächte in den Ferienwohnungen etwa dem Vorjahr entsprechen liegen die absoluten Logiernächtezahlen der Hotels nur rund 2'000 unter dem Vorjahr. Dies ist ein Erfolg denn wegen Umbaus rapportiere das Gwatt-Zentrum 12'000 Logiernächte weniger als im Vorjahr (2012). Umbaubereinigt (Belvédère und Gwatt-Zentrum) würden die Zahlen rein rechnerisch in einem Plus von rund 10% liegen.

Statutenänderung

Anfang Jahr beschlossen die Aktionäre im Rahmen einer Universalversammlung der Statutenänderung zur Steuerbefreiung zuzustimmen. Die Steuerverwaltung stimmte der Steuerbefreiung und der zugehörigen Statutenänderung zu.

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.

Zusammenarbeit mit Thun Thunersee Tourismus (TTST)

Thun Thunersee Tourismus war zu Beginn des Jahres 2013 aufgrund der organisatorischen Eingliederung zu Interlaken Tourismus stark mit sich selbst beschäftigt. Der Verwaltungsrat hat sich im April 2013 mit dem Zusammenarbeitsmodell TTST auseinander gesetzt. Spiez liefert jährlich über CHF 100'000 an TTST ab. Aus diesem Grund hat der VR den Gegenwert kritisch beurteilt.

Es ist das Ziel, die Thunerseeregion gesamtheitlich zu vermarkten. In einem solchen Zusammenarbeitsystem können Einzelinteressen nicht berücksichtigt werden. Dennoch hat Spiez ein Recht darauf, in den Kommunikationsmassnahmen präsent zu sein und einen leistungsmässigen und adäquaten Gegenwert zu erhalten. In Bezug auf die Vereinbarung „Partnerprogramm Chance Thunersee“ ziehen wir ein positives Fazit. Die Leistungen waren gegenüber 2012 deutlich gestiegen. Wir konstatieren seit rund zwei Jahren eine steigende Involvierung von Spiez in den Marketingmassnahmen von TTST und eine engere Zusammenarbeit (Beispiel: Bewerbung Nationaler Wandertag). Unser kritisches und aufmüpfiges Verhalten trägt Früchte. Wir müssen aber weiterhin konsequent unseren Platz neben Thun einfordern. Wenn es uns gelingt, weitere attraktive Leistungen/Produkte (wie Kanuweg, Sandsportarten, Entdecke Spiez im Zügli) hervorzubringen, wird Spiez automatisch verstärkt in der Kommunikation aufgenommen und eine noch stärkere Präsenz erhalten. Wir sind der Meinung, dass die gebotene Leistung gestiegen ist und aus heutiger Sicht stimmt. Wir identifizieren aber weiter Verbesserungspotenzial. Insbesondere der Zusammenschluss mit Interlaken Tourismus bietet eine quantitative und geografische Chance die Marktpräsenz zu steigern.

Zusammenarbeit mit Interlaken Tourismus (TOI)

Durch die Zusammenarbeit von TTST mit TOI profitieren auch wir von den Kommunikationskanälen und -möglichkeiten von TOI. Wir konnten unsere Produkte und Angebote in auflagenstarken Imprimaten platzieren. Die direkte Zusammenarbeit mit TOI ist sehr unkompliziert und erfreulich. Wir werden im 2014 gemeinsam das Projekt „60 Jahre Wunder von Bern“ realisieren. Das Ziel dieses Vorhabens ist insbesondere im deutschen Markt verlorene Marktanteile zurückzugewinnen.

Leistungsvereinbarungen

Die nachfolgende Übersicht zeigt die laufenden Leistungsvereinbarungen. Diese wurden aufgrund der definitiven Einführung des Ortsmarketingmodelles neu ausgehandelt und haben eine unbefristete Gültigkeitsdauer. 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
SMAG	Gemeinde Spiez	Umsetzung von geeigneten Massnahmen, welche die strategischen Stossrichtungen der Bereiche Wirtschaft, Wohnen und Tourismus unterstützen.
SMAG	Spiez Tourismus	Förderung des Tourismus, d.h. Umsetzung von touristischen Massnahmen.
SMAG	Gewerbe- verband	Förderung der Standortvermarktung mit Fokus Wirtschaft, d.h. Umsetzung von geeigneten Massnahmen im Bereich Wirtschaft.
SMAG	TST	Gästeinformation und –betreuung, Betrieb Info-Center, Betreuung der zugeteilten Tourismus-organisationen.
Spiezer Agenda 21	SMAG	Sicherstellung einer attraktiven Begegnungsplattform.
Ortsverein Einigen-Gwatt	SMAG	Sicherstellung einer attraktiven Erscheinung der öffentlichen Plätze (Seewiese, Strandbad) in Einigen-Gwatt.
Ortsverein Faulensee	SMAG	Sicherstellung einer attraktiven Erscheinung der öffentlichen Plätze und Betrieb eines attraktiven Freizeit- und Veranstaltungsangebotes.
Bootsvermietung Thunersee	SMAG	Bootsvermietung übernimmt die Sonntags-Dienste im Büro Faulensee. SMAG stellt im Gegen-zug das Büro zur Verfügung und übernimmt von Mo – Fr die Pedalo-Vermietung.

3. Bericht zu den strategischen Geschäftsfeldern

3.1 Geschäftsbereich Standortpromotion

Film über Spiez

Anfang Jahr konnten wir den 4½-minütige Film über Spiez fertigstellen und verbreiten. Der Film ist sowohl in deutscher wie auch in englischer Sprache auf der Frontseite von www.spiez.ch sowie auf youtube einsehbar. Als zusätzliche Verbreitungskanäle produzierten wir CD's, USB-Sticks, Post-It-Haftnotizen. Der Film kommt sehr gut an. Er zeigt Spiez als modernen Wohn- und Ferienort dar.

Spiez Guide

Im März 2013 konnten wir sämtlichen Partnern und Leistungsträgern den zweiten Spiez Guide aushändigen. Der touristische Führer im Format A6 mit 64 Seiten gibt einen kompakten Überblick über das Spiezer Angebot. Die Auflage wurde von 10'000 auf 12'000 Stück erhöht und war Ende Jahr vergriffen.

Gästemailing

Mitte März 2013 wurden über 2'300 ehemalige Ferienwohnungsgäste in einem Postmailing auf die Saisonneuheiten hingewiesen. Der Spiez Guide wurde dem Mailing beigelegt. 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 2013 weitergeführt. Der Werbepauschalvertrag beinhaltet 100 Werbespots à 30 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, Seenachtsfest, Beach Volleyball, Beach Tennis, Beach Soccer und Läset Sunntig. Die kontinuierliche, längerfristige Bewerbung zeigt langsam Früchte. Vermehrt kommen Walliser Gäste nach Spiez.

Partnerprogramm Chance Thunersee

SMAG schloss sich dem Partnerprogramm TTST an. Diese Werbeplattform ermöglichte SMAG die intensive und gezielte Bewerbung des Spiezer Angebotsportfolios.

Partnerschaft Lötschberger

SMAG hat die Partnerschaft mit der Werbeplattform 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.

Open Days

Am 29. April führten wir mit dem Spiezer Zügli im Rahmen der Open Days gut 30 interessierte Kongress- und Seminarverantwortliche durch Spiez. Zusammen mit ausgewählten Leistungsträgern stellten wir das Spiezer Angebot vor.

Nordrampenfest

Im Rahmen des Jubiläums „100 Jahre Lötschbergbahn“ fand am Wochenende vom 29./30. Juni 2013 das grosse BLS-Eisenbahnfest in Frutigen statt. Mit Spiezer Beachsand, einem modellierten Thunersee und einem Kanu warb SMAG für die Spiezer Produkte. Die Besucherzahlen (15'000 bis 20'000) entsprachen wegen des Regenwetters knapp den Erwartungen.

Elektronische Medien - www.spiez.ch, Facebook

Wir arbeiten täglich an der Aktualisierung der Webseite insbesondere der Rubrik Tourismus/Freizeit. Der Film über Spiez ist weiterhin auf der Hauptseite verlinkt. Ein Highlight im 2013 war die Live-Übertragung der Beach Soccer Halb- und Finalsplele im August. Die Besucherzahlen stiegen gegenüber dem Vorjahr um rund 30%. Das geplante Redesign der Homepage wurde aufgrund diverser Sparmassnahmen der Gemeindeverwaltung auf das Jahr 2015 verschoben. So konnten wir nicht wie geplant mit den Anpassungen beginnen. Weiterhin nutzen wir Facebook um die Spiezer Neuheiten zu kommunizieren. Auf der Facebook Seite werden regelmässig (1-2 wöchentlich) Beiträge gepostet. Besonders beliebt waren die 4 Fotowettbewerbe. Die Anzahl Fans stieg auf 871 (+58%).

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	Seitenbeiträge A5 zu ausgewählten Zielgruppengerechten Themen	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
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	Jeden ersten Samstag des Monats um 11.30 Uhr Informationen zum Spiezer Veranstaltungsprogramm	Monatlich April bis Oktober
Webseite spiez.ch	Partner, Gäste, Bevölkerung	Infozusammenzug aus den genannten Inhalten	Laufend
Facebook	Partner, Gäste, Bevölkerung	Lancierung von Wettbewerben, Einladung zu Veranstaltungen, punktuell wichtige Informationen	situativ

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.

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.

Bucht- und Seenachtsfest

SMAG nahm Einsitz im Organisationskomitee und war zuständig für die kommunikativen Belange. Die Kommunikationsmassnahmen konnten dank diversen Rabatten ausgebaut werden. Der Event ging ohne Zwischenfälle über die Bühne und lockte rund 8'000 Zuschauer an. Die Musikauswahl mit TinkaBelle als Hauptact war gelungen.

Sandanlässe

Im 2013 gastierten Beach Volleyball, Beach Handball und Beach Soccer in der Spiezer Bucht. Die Sandanlässe gingen erfolgreich über die Bühne. Insbesondere das Beach Soccerwochenende zog viele Zuschauer an und löste breite Medienberichterstattung aus. Die Liveproduktion wurde auch im Ausland angeschaut. Besonders erfreulich war, dass an diesem Wochenende praktisch sämtliche Hotelzimmer in Spiez ausgebucht waren. Die Anlässe entwickeln sich gemäss unserer strategischen Absicht (Einzigartiger, wiederkehrender Anlass mit Ausstrahlung).

Läset Sunntig

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

Chlouse-Märit

SMAG organisierte wiederum den traditionellen Chlouse-Märit. Die Anmeldungen waren mit rund 100 Ständen im gleichen Rahmen wie 2012. Der Markt verlief reibungslos und löste einen grossen Zuschaueraufmarsch aus.

Nationaler Wandertag der «Schweizer Familie»

Aus rund 25 Bewerbungen gewannen wir zusammen mit Thun Thunersee Tourismus Anfang Jahr die Kandidatur zur Austragung des nationalen Wandertages am 13.9.2014. Das Eventzentrum wird in der Spiezer Bucht sein, von wo drei Wanderungen starten und enden. Wir erwarten zwischen 2'000 und 5'000 Wanderer.

Die «Schweizer Familie» spricht von einem medialen Gegenwert von CHF 500'000. Wir haben erwirkt, dass das Datum des Läset Sunntig auf den Sonntag danach verschoben wird. So können wir auch für den Läset Sunntig die kommunikative Wirkung nutzen. Damit der Anlass nachhaltig wirkt, planen wir eine Wanderkarte mit den drei Wanderungen zu lancieren.

Blues und Jazz in Concert, Spiez

Ende Jahr erarbeiteten wir ein Konzept zur erstmaligen Durchführung einer mehrtägigen Blues- und Jazz-Konzertreihe im 2014. Mit den Partnern Hotel Eden und Belvédère entschieden wir uns im Dezember zur Durchführung. Es ist unser Ziel die Veranstaltung jährlich wiederkehrend umzusetzen.

WGA 2014

Seit Oktober 2013 arbeitet SMAG im Organisationskomitee für die Durchführung der Waren- und Gewerbeausstellung mit. SMAG ist zuständig für das Rahmenprogramm welches Besucher an die Messe anziehen und diesen ein Erlebnis bieten soll.

3.3 Geschäftsbereich Projekte

Weihnachtsbeleuchtung

In Zusammenarbeit mit dem Werkhof war SMAG auch in diesem Jahr zuständig für die Weihnachtsbeleuchtung. Das Konzept der punktuellen Weihnachtsbeleuchtung wurde mit zwei neuen Elementen erweitert. Ein grosser Weihnachtsstern zierte den Spiezer Rebbert und drei Platanen beim Touristenbüro Faulensee erhielten eine permanente Baumbeleuchtung.

Kanuweg

Auch die zweite Kanu-Saison des Kanuweg Thunersee verlief überaus zufriedenstellend. An den drei Vermietstationen Frei- und Seebad Spiez, Tourismusbüro Faulensee (Bootsfahrschule Lüthi) sowie Bistro Blue Turtle im Gütetal wurden von Mitte Juni bis Ende September insgesamt über 371 mal Kanus und 328 mal SUP's (Stand-Up-Paddles) vermietet. Am Standort Spiez konnte sogar der doppelte Umsatz gegenüber dem Vorjahr erzielt werden.

Schaugarten Pro Specie Rara

Bereits zum zweiten Mal realisierte SMAG in Zusammenarbeit mit dem Werkhof in der Bucht den Pro Specie Rara Schaugarten mit seltenen Gemüsesorten. Die etwas andere Art Rabatten zu bepflanzen, löst positive Rückmeldungen aus. Die Infoveranstaltung am 10. August 2013 wurde aber deutlich weniger gut besucht als im Vorjahr.

Beflaggungsplan

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

Seminarwoche HFT Samedan

SMAT führte im Herbst eine Studienwoche der Höheren Fachschule für Tourismus Samedan durch. 25 Studenten bearbeiteten in unserer Destination von verschiedenen Spiezer Leistungsträgern vorgegebene Themen. Im Gegenzug boten wir ein attraktives Rahmenprogramm an. Die Studenten lernten dabei unsere Gegend kennen und generierten gut 100 Logiernächte.

Gesamtkonzept Bucht Spiez

Die Baupublikation für die Neugestaltung der Minigolfanlage und den Bau der Sand- inkl. Pétanqueanlage erfolgte Anfang Jahr. Beim Regierungsstatthalteramt gingen gegen die Sandanlage 17 Einsprachen und 2 Rechtsverwahrungen ein. Aufgrund dieses Sachverhaltes trennte man die beiden Projekte voneinander, so dass mindestens für die die Minigolfanlage keine Bauverzögerung eintrat. Im Herbst entschied der GGR im Rahmen der Spardebatte den Bau der Sandanlage auf 2015 zu verschieben. Die Umbauarbeiten für die Neugestaltung der Minigolfanlage konnten im Spätherbst termingerecht starten.

Spieziell Produkte

Wir haben die Wortmarke SpieZiell schützen lassen. Der Markenschutz ist für ausgewählte Produktgruppen gültig (z.B. Werbung, Fleischerzeugnisse, Konditorwaren, ect.). Die Nachfrage nach den Produkten ist zufriedenstellend. Sie wurden auch am Ende der Führung „Entdecke Spiez im Zügli“ angeboten. Leider ist es uns nicht gelungen neue Verkaufskanäle zu akquirieren. Im Verlaufe des Jahres nahmen wir deshalb eine Auslegeordnung vor und formulierten die vordringlichen Ziele für 2014.

Spiez Propeller

Mit der Januarausgabe vom SpiezInfo erschien das witzige Stickerprojekt. Einige Kleber schafften den Weg über die Landesgrenzen. Im August realisierten wir bereits das fünfte Projekt unter dem Namen „der knusprigste Zoo Europas“. Die Schulkinder entwarfen den Spiezer Zoo. Aus bekannten Orts- und Flurnahmen sind Fantasietiere entstanden (Schlossaff, Räumliröss, Weidlifuchs, etc.) die in Form von Guetzli (Sabléart) umgesetzt wurden. Ein angehängtes Kärtli beschrieb die Wesens- und Lebensart der Tiere. Die Schulkinder verkauften die Produkte am Spiez Aktiv Märkt vom 10. August. Wir streben an, Spiezer Bäckereien zu gewinnen um das Angebot aufrecht halten zu können.

100 Jahre Strandweg, 60 Jahre Wunder von Bern

SMAG erarbeitete und konkretisierte im Verlauf des Jahres verschiedene Ideen zur nachhaltigen Attraktivitätssteigerung des Strandweges. Im 2014 werden wir den beiden Themen die nötige Aufmerksamkeit schenken und eine Inszenierung realisieren, welche nachhaltig wirken soll.

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 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.

SpiezCard

Die Vereinbarung der kostenlosen Benützung des Postautos auf den Linien 61 bis 65 konnte um ein weiteres Jahr verlängert werden. Die Spiezer Gästekarte wurde im 2013 das letzte Mal angeboten. Die Leistungen werden ab 2014 in die Panorama Card von TTST integriert.

Spiezer Zügli

Die 18. Zügli Saison schloss mit einem neuen Passagierrekord bei den regulären Fahrten ab. Die Marketinganstrengungen trugen Früchte. Rund 10'000 transportierte Passagiere generieren einen Umsatz von knapp CHF 30'000. Die Extrafahrten lagen tiefer als im Vorjahr und bewegten sich im Fünfjahresdurchschnitt. Dank dem positiven Jahresabschluss konnte wiederum eine Rückstellung getätigt werden.

Bucht Kiosk

Aufgrund des desolaten Zustandes der Minigolf- und Tennisanlage sowie dem verregneten Frühling brachen die Umsätze der Sportanlagen dramatisch ein (CHF 11'234 gegenüber Vorjahr CHF 19'637). Die Gastronomieumsätze lagen ebenfalls tiefer als im Vorjahr (CHF 216'933 gegenüber Vorjahr CHF 233'383). Demzufolge schloss die Pura Vida-Jahresrechnung ausgeglichen ab und wir verfehlten den budgetierten SMAG-Ertrag von CHF 14'000 völlig. Mike Widmer wanderte im Dezember 2013 mit seiner Familie nach Costa Rica aus. Die Fortführung des Pura Vida durch Martin Zalud ist gesichert. Die Servicemitarbeiterin Anja Linder wird im Betrieb stärker eingebunden.

Gemeindetageskarten UGA

Aufgrund der Einwohnerzahlen können wir maximal 10 unpersönliche Gemeindetageskarten anbieten. Wir schöpften im 2013 dieses Kontingent voll aus. Aufgrund der SBB-Preiserhöhung musste der Verkaufspreis per 1. Juli 2013 um CHF 2 auf CHF 47 angehoben werden. Trotz der Preiserhöhung ist uns gelungen, die Auslastung hoch zu halten.

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. 208 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 2013 27 Aufträge ausgeführt. Dies sind 7 Aufträge mehr als im letzten Jahr.

Koordinationsstelle Freiwilligenarbeit

Die Freiwilligenarbeit hat in Spiez unbestritten eine hohe Wichtigkeit. Rund jede/r viert/e Spiezer/In leistet Freiwilligenarbeit. Das jährlich erbrachte Arbeitsvolumen liegt schätzungsweise bei rund 100 Vollzeitstellen.

Die intensive Berichterstattung via SpiezInfo, Newsletter und auf www.spiez.ch haben den Bekanntheitsgrad des Tätigkeitsgebietes der Koordinationsstelle gefördert. Sehr erfreut zeigen wir uns über die Zusammenarbeit mit der AEK Bank 1826, welche ihre Unterstützung bis Ende 2014 zugesichert hat.

4. Jahresrechnung

Gemäss separater Aufstellung.

5. Ausblick

Im Dezember 2013 haben der Verwaltungsrat und die Aktionäre dem Massnahmenplan 2014 zugestimmt. Der SMAG-Aktivitätsplan für das neue Jahr ist prall gefüllt. Es warten anspruchsvolle aber spannende Aufgaben auf uns. Einige davon haben Pioniercharakter und werden ein breites Publikum anlocken und nachhaltig wirken. Sind sie liebe Leserin und Leser dabei, wenn in Spiez folgende Höhepunkte über die Bühne gehen.



Erstes Blues und Jazz in Concert, 3. - 6. April 2014



100 Jahre Strandweg, 19. April 2014, Jubiläumsfest,
Eröffnung Minigolfanlage, Eröffnung Spielplatz,
Einweihung neue Sitzbänke



60 Jahre Wunder von Bern, der Geist von Spiez
24. April 2014

Führung von 80 - 100 Personen aus Sport, Politik,
Diplomatie und Ehrengästen über den Strandweg,
Infopunkte zum Wunder von Bern



Zweite Informationsmesse für Senioren, 17. Mai 2014



«SRF bi de Lüt – Live»

SFR bi de Lüt live, 9. August 2014

Sommerunterhaltungssendung mit Nick Hartmann



Beach Soccer Länderspiel und
Schweizermeisterschaftsfinale, 22. - 24. August 2014



Nationaler Wandertag der Schweizer Familie,
13. September 2014



Waren- und Gewerbeausstellung, 23. - 26. Oktober
2014