

Geschäftsbericht 2015

Spiez Marketing AG

Spiez, im März 2016

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Vorwort des Geschäftsführers	2
2. Geschäftsübergreifende Themen	3
3. Bericht zu den strategischen Geschäftsfeldern	7
3.1 Geschäftsbereich Standortpromotion	7
3.2 Geschäftsbereich Events	10
3.3 Geschäftsbereich Projekte	13
3.4 Geschäftsbereich Dienstleistung vor Ort	14
4. Jahresrechnung	17
5. Ausblick	18

1. Vorwort des Geschäftsführers

Liebe Leserinnen und Leser

Wir blicken auf ein sehr erfreuliches Geschäftsjahr zurück. Innerhalb der Tourismusdestination TOI (Thunersee-Interlaken-Brienzersee) gehören wir mit einem Logiernächtezuwachs gegenüber dem Vorjahr von 7% zu den Klassenbesten. Dank des tollen Sommerwetters verzeichneten ebenfalls die Minigolfanlage, das Spiezer Zügli und der Kanuweg Thunersee Rekordergebnisse.

Die Aktionäre haben der überarbeiteten SMAG-Strategie für den Standort Spiez im Frühling zugestimmt. Der eingeschlagene Weg wird fortgeführt, wobei SMAG die Spiezer Wahrzeichen Schloss, Rebbau und Rebbau- und Heimatmuseum noch intensiver in ihre Massnahmen einbeziehen wird. Der Bereich Wirtschaft/Gewerbe wird künftig ebenfalls ein stärkeres Gewicht erhalten.

Im Sommer wurde zusammen mit der Gemeinde die neue Beacharena eröffnet. Die Spiezer Bucht wird mit der gut ausgelasteten Anlage auch ästhetisch aufgewertet. Die von der SMAG eingesetzten Sportanlagenverantwortlichen sorgen dafür, dass der Betrieb und Umbau der Anlage stets einwandfrei über die Bühne geht. Die Anlage hat sich auch im Turnierbetrieb bewährt. Die Tribünen konnten wie geplant aufgebaut werden und boten für die Fernsehproduktion Stadionatmosphäre. Die Beacharena Spiez hat Ende Jahr den von der Volkswirtschaft Berner Oberland verliehenen Innovationspreis für Tourismus 2015 gewonnen.

Spiez Marketing AG lancierte mit der Ausstellung „Wunder von Bern der Geist von Spiez“ und Mieteletrovelos zwei neue Angebote und war bei der Organisation und Durchführung der ersten Spiezer Kulturnacht federführend.

Die Spiez Marketing AG ist auch finanziell auf Kurs und präsentiert einen soliden Abschluss. Erfreulich dabei ist, dass die lancierten Produkte und akquirierten Drittaufträge dazu beitragen, den Eigenfinanzierungsgrad weiter zu steigern.

Ich bedanke mich beim ganzen Mitarbeiterstab für den ausserordentlichen und leidenschaftlichen Arbeitseinsatz. Der Dank geht ebenfalls an die Verwaltungsratsmitglieder, die Aktionäre, Partner, Vereine und Leistungsträger für ihr Wirken. Nur gemeinsam bringen wir Spiez weiter.

Stefan Seger
Geschäftsführer Spiez Marketing AG

2. Geschäftsübergreifende Themen

Generalversammlung

Am 10. Juni 2015 fand im Hotel Eden bereits die 5. Generalversammlung der SMAG statt. Neben den Aktionären wurden erstmals die wichtigsten Partner/Anspruchsgruppen eingeladen. Diese kamen unter Traktandum Meinungs austausch in Form eines offenen Gedankenaustauschs zu Wort. Die Versammlung verabschiedete den Geschäftsbericht, die Jahresrechnung und den Revisionsbericht für das Jahr 2014. Die drei Aktionäre Einwohnergemeinde Spiez, Spiez Tourismus und Gewerbeverband Spiez zeigten sich überaus zufrieden mit dem vergangenen intensiven Geschäftsjahr.

Verwaltungsrat

Im Verwaltungsrat gab es im Jahr 2015 keinen Wechsel. Sämtliche Mitglieder bleiben bis zur nächsten GV im Juni 2016 im Amt. Der Verwaltungsrat präsentiert sich per 1.1.16 wie folgt:

Verwaltungsrat	Funktion	Vertritt
Hans-Martin Hadorn	Verwaltungsratspräsident	Externe Sicht
Monika Lanz	Vize-Präsidentin	Gemeinde Spiez
Jolanda Brunner	Verwaltungsrätin	Gemeinde Spiez
Matthias Maibach	Verwaltungsrat	Gemeinde Spiez
Bernhard Bigler	Verwaltungsrat	Gewerbe
Mirco Plozza	Verwaltungsrat	Spiez Tourismus
Valentin Toneatti	Verwaltungsrat	Spiez Tourismus

Übersicht Ortsmarketingkredit

Im Berichtsjahr wurde der vom Gemeinderat bewilligte Ortsmarketingkredit für folgende Vorhaben eingesetzt.

Geschäft	Abrechnung
Eröffnung/Kommerzialisierung Beachanlage	CHF 16'367.15
Beachanlässe	CHF 37'634.60
Werbemassnahmen Wallis (RRO Werbepauschale)	CHF 11'232.00
Sommerschatzsuche, Weihnachtsbeleuchtung	CHF 14'367.75
Total	CHF 79'601.50

Personal

Charlotte Moser hat ihr einjähriges Praktikum am 30. Juni 2015 beendet. Sie wurde durch Cindy Wüthrich ersetzt, welche am 8. Juni 2015 startete. Beatrice Höchli musste sich, just in der touristischen Hochsaison, an der Schulter operieren lassen und fiel für rund zwei Monate aus. Wir konnten für die Überbrückung Beat Weber, welcher schon zwischenzeitlich für die Bootsfahrschule Lüthi arbeitete, gewinnen. Der Teamgeist ist hervorragend und die Mitarbeiter identifizieren sich mit dem Unternehmen und ihrer Aufgabe. Der Output ist dementsprechend überdurchschnittlich.

Name	Funktion	Anstellung	Im Unternehmen
Stefan Seger	Geschäftsführer	100 %	Seit 1.8.2010
Nicole Wyss	Stv. Geschäftsführerin	100 %	Seit 1.7.2013
Larissa Valladares	Sachbearbeiterin	100 %	Seit 1.1.2013
Eva Blaser	Sachbearbeiterin	50 %	Seit Beginn
Beatrice Höchli	Sachbearbeiterin	20 – 30 %	Seit Beginn
Charlotte Moser	Praktikantin	100 %	Von 1.8.2014 bis 30.6.2015
Cindy Wüthrich	Praktikantin	100 %	Von 8.6.2015 bis 31.7.2016

Für die Sportanlagenverantwortung konnten wir Uwe Brodkorp gewinnen. Er wird unterstützt durch weitere fünf Personen. Für die Reinigung und den Unterhalt der Minigolf- und Sandanlage konnten wir eine Vereinbarung mit dem Durchgangszentrum Freyberg erzielen. Dieser Arbeitseinsatz ist für uns sehr kostengünstig und für die dort lebenden Personen eine sinnvolle Beschäftigung.

Innovation am Niesen

Unter diesem Arbeitstitel arbeiten Gemeinde- und Gewerbeverbandsvertreter der Gemeinden Krattigen, Aeschi, Wimmis und Spiez inklusive SMAG an einem Wirtschaftsentwicklungsprojekt. Ziel des Vorhabens ist, die Wirtschafts- und Detaillistentätigkeit in der Region zu erhalten und zu stärken. Unter der Leitung der Volkswirtschaft Berner Oberland wird versucht ein NRP-Projekt (Neue Regionalpolitik) einzureichen. Beantragt wird ein Projekt mit einer Laufzeit von drei Jahren und einem Volumen von rund CHF 100'000 bis CHF 200'000. Die Eigenleistung der Initianten muss zwischen 20 und 50 % betragen. SMAG wird zusammen mit Spiezer Gewerbevertretern mitwirken.

Logiernächtezahlen

Wir präsentieren gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme von gut 5'000 Logiernächten (+7%). Das ist im Vergleich mit der Thuner- und Brienzseeeregion ein Spitzenergebnis. Die Hotellogiernächte steigen um 9,5 % von 65'326 (2014) auf 71'515 (2015), die FeWo-Logiernächte sinken um 5,6 % von 12'416 auf 11'716. Für das positive Ergebnis bei den Hotels haben hauptsächlich ABZ, Bellevue, Eden, Riviera, Belvédère und Seegarten beigetragen. Im Frühling hat Elio das Hotel Restaurant Riviera eröffnet. Wir sind erfreut an der stark frequentierten Lage wieder über ein kundenorientiertes Angebot zu verfügen.

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 TTST/TOI

Mit der Übergabe des operativen Geschäftes von TTST an TOI sind für uns die Wege kürzer geworden. Die direkte Zusammenarbeit mit TOI-Leuten funktioniert bestens. SMAG nutzt die TOI-Plattform „Marketing zum Mitmachen“ und bringt so die Spiezer Angebote in verschiedene Imprinte. Wir konstatieren eine steigende Involvierung von Spiez in den Marketingmassnahmen von TOI. Mit TTST haben wir eigentlich nichts mehr zu tun. Unser kritisches und aufmüpfiges Verhalten trägt Früchte. Wir müssen aber weiterhin konsequent unseren Platz einfordern. Wenn es uns gelingt, weitere attraktive Leistungen/Produkte (wie Kanuweg, Sandsportarten, Seaside Festival) hervorzubringen, wird Spiez automatisch verstärkt in der Kommunikation aufgenommen und eine noch stärkere Präsenz erhalten.

Leistungsvereinbarungen

Folgende Leistungsvereinbarungen bestehen.

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	Gewerbeverband	Förderung der Standortvermarktung mit Fokus Wirtschaft, d.h. Umsetzung von geeigneten Massnahmen im Bereich Wirtschaft.
SMAG	TTST	Gästeinformation und –betreuung, Betrieb Info-Center, Betreuung der zugeteilten Tourismus-Organisationen.
SMAG	Gemeinde Spiez	Organisation und Durchführung der Informationsmesse für SeniorInnen (alle zwei Jahre).
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 Gegenzug das Büro zur Verfügung und übernimmt von Mo – Fr die Pedalo-Vermietung.

Spiez Aktiv - Vereinsauflösung

An der Hauptversammlung des Vereins SpiezAktiv wurde die Vereinsauflösung beschlossen. Mit der definitiven Etablierung der Spiez Marketing AG seien die Vereinsziele erfüllt. Das Vereinsvermögen wurde via Gemeinde der Spiez Marketing AG überwiesen. Wir werden die Produkte „SpieZiell“ und „SpiezAktiv Märkte“ übernehmen.

3. Bericht zu den strategischen Geschäftsfeldern

3.1 Geschäftsbereich Standortpromotion

Beach Arena Spiez gewinnt Innovationspreis

Die Beach Arena Spiez gewinnt Ende Jahr den von der Volkswirtschaft Berner Oberland verliehenen Innovationspreis für Tourismus. Der Preis würdigt nicht nur das Infrastrukturprojekt sondern die gesamten positiven Veränderungen in der Spiezer Bucht. Das Beachkonzept gewann bereits im 2012 den von der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement verliehenen Anerkennungspreis.

SpiezGuide

Ende Februar erschien bereits die fünfte Neuauflage des Spiez Guide (14'000 Stk.). Die Zusammenarbeit mit unserem neuen Partner ILG AG funktionierte sehr angenehm. Die Publikation des ThunerseeGuide, dem neuen Imprimat der Weber AG hat bei einigen Inserenten für Verwirrung gesorgt. SMAG unterstützt den ThunerseeGuide mit aktuellen Informationen über das linke Thunerseeufer.

Spiez Song

Ein Spiez-Fan hat mit seiner Band einen Spiez Song in Berndeutsch kreiert. Der Song wurde als Hintergrund-Melodie für das Bewerbungsvideo zum SVSM-Award verwendet. Wir suchen weitere Verwendungszwecke.

www.spiez.ch

Unter der Leitung der Gemeinde wurde der neue Webauftritt erarbeitet. SMAG war für den Bereich Tourismus zuständig und arbeitete mit. Der neue Internetauftritt wird Anfang 2016 lanciert.

Gästemailing

Mitte März 2015 wurden über 860 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 2015 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 Blues&Jazz in Concert, Kanuweg Thunersee, Schlosskonzerte, Kulinarische Züglirundfahrt, Seenachtsfest mit Beach Soccer und Patrouille Suisse, SM-Finale Beach Soccer, Läset Sunntig/Spiez Märli. Die kontinuierliche, längerfristige Bewerbung zeigt Früchte. Vermehrt kommen Walliser Gäste nach Spiez.

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. Die Spiezer Angebote wurden mehrmals via Lötschberger-Newsletter an Zehntausende verbreitet. SMAG kann sich mittlerweile bei Lötschberger gut positionieren und die Zusammenarbeit läuft sehr gut.

Elektronische Medien - www.spiez.ch, Facebook

Die Webseite verzeichnete mit knapp 190'000 Seitenaufrufen ein Plus von 7% gegenüber dem Vorjahr. Durchschnittlich verweilten die Besucher 2,2 Minuten auf der Homepage und riefen 3,6 Seiten auf. Die Rubrik „Tourismus und Freizeit“ wurde nach der Frontpage und der Rubrik „Gemeinde“ am dritt häufigsten angewählt.

Auf Facebook konnte die Anzahl Fans um 31% auf 1'313 gesteigert werden. 25% der Fans sind Ausländer. Die beliebtesten Beiträge im 2015 erreichten 10'100 Personen (schönes Buchtbild), 8'100 Personen (Drohnenaufnahmen) und 4'300 Personen (Beitrag Seenachtsfest).

Ländte Einigen

Der Verein Ländte Einigen hat es geschafft die nötigen Mittel für die Sanierung der Ländte aufzutreiben. Wir sind sehr erfreut und werden den Verein mit Kommunikationsleistungen unterstützen. Der im 2016 öffnende Themenweg wird zusammen mit der Ländte als neues touristisches Angebot vermarktet.

Kommunikation

Es war uns auch im Jahr 2015 sehr 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	600 Partneradressen	<ul style="list-style-type: none"> •News aus dem VR/Strategie •Standortpromotion •Events •Projekte •Dienstleistungen vor Ort 	Zwei 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, Eröffnung Beach Arena, Seenachtsfest, Ausstellung Wunder von Bern, 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

Inserate- und Medienpräsenz

Mit den Produkten Minigolfanlage, Kanuweg, Strandweg und Events war SMAG in den auflagenstarken Publikationen „thun! das magazin“, „oberland aktuell“ und „here&now“ vertreten gewesen. Im Heft „Junior“ warben wir für die Minigolfanlage. Die Produkte Zügli, Kanuweg und Minigolf wurden auf der Internetseite von www.profamily.ch aufgeschaltet. In Zusammenarbeit mit Interlaken Tourismus wurden während der Zeit von 27. April bis 10. Mai im Gebiet Migros Aare (Saanen – Biel-Aarau-Rheinfelden-Zurzach) 5 Millionen Migros-Lose verteilt (ab einem Einkauf von SFr. 20.-) mit Sofortgewinnen unter anderem mit Einzelfahrten fürs Zügli und Minigolfeintritten.

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.

Blues & Jazz in Concert

Die zweite Ausgabe des Blues & Jazz in Concert ging vom 14. -17. Mai 2015 über die Bühne. Wiederum wurde qualitativ hochstehende Musik geboten. Dennoch waren die Sponsoringleistungen der Parteien zu hoch und rechtfertigen die Aufwände nicht. Die Parteien vereinbarten den Anlass vorderhand nicht weiter zu führen. Die Parteien haben an der Schlussitzung die Abrechnung besprochen und den Anlass ausgewertet. Die magere Anzahl verkaufter Tickets war das Hauptübel. Offenbar ist das Bedürfnis für dieses Produkt momentan nicht vorhanden.

1. Spiezer Kulturnacht

Unter der Leitung der SMAG fand am 6. Juni in den Räumlichkeiten rund um die neue Biblio- und Ludothek Spiez die erste Kulturnacht statt. Über 300 Besucher haben an der Kulturnacht teilgenommen – dies hat die Erwartungen der Organisatoren mehr als übertroffen. Die Vielfalt des Programms und die 30minütigen Auftritte kamen beim Publikum sowie bei den Anbietern sehr gut an. Das OK hat entschieden, die Kulturnacht im Zweijahresrhythmus durchzuführen, eventuell ergänzend mit einem anderen Spiezer Anlass.

Sommer Schatzsuche

In Zusammenarbeit mit dem Frei- und Seebad haben wir bei der Sommer Schatzsuche der Zeitungen BZ, TT, BO und LT mitgemacht. Während den Sommerschulferien vom 4.7. bis 5.8. wurden in fünf Regionen, darunter Spiez, Routen für die Schatzsuche nach dem Prinzip Schnitzeljagd angeboten. In Spiez endete die Schnitzeljagd im Frei- und Seebad wo die Schatztruhe stand. Schatzfinder erhielten einen Eintritt ins Frei- und Seebad sowie ein Ticket für das Spiezer Zügli. Spiez profitierte von medialer Präsenz, Gratisinseraten sowie einem Auftritt am Abschlussevent am 7.8. auf Berns Bundesplatz. Von den fünf Standorten verzeichnete Spiez am meisten Schatzsucher. 7'100 Sofortpreise (Badizügli) wurden im Frei- und Seebad aus der Schatztruhe entnommen. Unser Spiezer-Auftritt auf dem Bundesplatz mit „Thunersee“ und Modellbooten war ebenso erfolgreich. Zugute kam uns, dass kein weiterer Schatzsuchestandort auf dem Bundesplatz präsent war. Nationale Beachtung fanden zudem unsere Inserate in den Tageszeitungen.

Eröffnung Beach Arena Spiez

Die neue Beach Arena wurde am 14. Juni eröffnet. Die Programm Inhalte waren: Sandburgenwettbewerb, Profi-Matches der Sportarten Beachvolley, Beach Tennis, Foot-Volley und Beach Soccer, Pétanque-Turnier, Ausfahrten mit der Sailbox, Slackline-Workshop, Minigolf und Kanu- und SUP-Vermietung. Rund 100 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Tourismus waren anwesend.

Die Vermietung ist gut angelaufen. Vier von fünf Abenden konnten bereits fix vermietet werden. Ebenfalls die Spontanbenützung lief erfreulich. An sieben Wochenenden wurden Turniere ausgetragen.

Beach Soccer SM-Finale und erstes Spiezer Food Festival

Das Beach Soccer SM-Finale inklusive erstem Spiezer Food Festival (4.-6.9.2015) war sehr erfolgreich. Noch nie verzeichneten wir - trotz wechselhaftem Wetter- so viele Zuschauer. Wir gehen kumuliert über die drei Tage von rund 10'000 Besuchern aus. Die Standbetreiber mit qualitativ guten Ständen und breitem Gastronomieangebot waren mehrheitlich zufrieden. Die nur wenig verstärkten Live-Konzerte bereicherten den Anlass, es herrschte eine friedliche und tolle Stimmung. Auch sportlich bot das Wochenende viel Abwechslung. Nach dem Sponsorenturnier duellierten sich Swiss Ski Athleten mit den Handballern von Wacker Thun. Im Anschluss fand der Cupfinal der Frauen statt. Das bei Flutlicht ausgetragene Länderspiel Schweiz - England wurde live im Internet übertragen. Die Medienpräsenz vom Spiezer Wochenende war eindrucklich.

Seenachtsfest Spiez – DIE Sommerparty

Am Freitag 24. Juli 2015 begann die grosse Sommerparty in Spiez mit der Music Night. Auf Grund schlechter Witterung war die Besucherzahl mässig. Dafür strömten umso mehr Gäste am Samstag ab 16.00 Uhr in die Spiezer Bucht den bereits um 18.30 Uhr war die erste Attraktion – die Flugshow der Patrouille Suisse – am Spiezer Himmel zu bestaunen. 6 Jets der Patrouille Suisse donnerten über den Thunersee. Die ganze Bahnhofstrasse war voller Zuschauer, bis zur Autobahn stauten sich die Autos. Das attraktive Musikprogramm mit den Hauptacts Philipp Fankhauser, Jesse Ritch sowie den Calimeros unterhielten die 11'000 zahlenden Gäste in der Bucht. Um 22.30 Uhr wurde das grandiose Feuerwerk gezündet – eine viertel Stunde später als normal –aus Rücksicht zu den Thuner Seespielen.

Der Verein Seenachtsfest hat das erste Mal zusammen mit der STI eine Vereinbarung gemacht, welche den Gästen die kostenlose ÖV-Fahrt mit der STI, Moonliner und Postauto ermöglichte. Diese Kooperation gab zusätzliche mehrere Kommunikationsplattformen in Thun und Region und kam bei den Besuchern sehr gut an.

Vom Freitag bis Sonntag hat auch die Suzuki Beach Soccer League halt in Spiez gemacht. Während den drei Tagen wurde auf der neuen Sandanlage Sandfussball auf höchstem Schweizer Niveau gespielt. Für den Verein Seenachtsfest ergab der Zusammenschluss von Seenachtsfest und Beach Soccer weitere nationale Kommunikationsplattformen durch Ochsner Sport, Suzuki etc. Für den Verein Seenachtsfest Spiez war dieses Seenachtsfest eines der erfolgreichsten Feste der Geschichte. SMAG wirkte im OK mit und war zuständig für die Kommunikation.

Chlouse-Märit

SMAG organisierte wiederum den traditionellen Chlouse-Märit. Die Anmeldungen waren mit rund 100 Ständen im gewohnten Rahmen. Der Markt verlief reibungslos und löste einen grossen Zuschaueraufmarsch aus. Neu dazugekommen ist das Mehrweggeschirr, welches für alle obligatorisch war.

Dankes Anlass Freiwillige

In Zusammenarbeit mit der Gemeinde organisierten wir den jährlichen Dankes Anlass für Freiwillige. Dieser fand am Donnerstag, 3. Dezember im Gemeindezentrum Lötschberg statt. Eingeladen wurden alle, die in der Gemeinde Spiez Freiwilligenarbeit leisten. Referiert hat Fred Heer und Arthur Maibach zum Thema Kanderdurchstich.

3.3 Geschäftsbereich Projekte

WM-Pavillon Wunder von Bern

Dank einer spektakulären Transportaktion, welche für mediale Präsenz sorgte, steht der WM-Pavillon seit Mittwoch 19. August 2015 neben dem Info-Center. Die Ausstellung wird in Zusammenarbeit mit Interlaken Tourismus und dem Strandhotel Belvédère realisiert. Der Innenausbau wurde durch Hans Schlüper, dem Kurator des Deutschen Fussballmuseums fertiggestellt. Am 3. Dezember wurde zusammen mit Interlaken Tourismus offiziell eröffnet. Sponsoren und Medien waren vor Ort. Der Pavillon ist während den Öffnungszeiten vom Info-Center zugänglich und bleibt bis im Herbst 2017 bestehen. Der Eintritt ist frei, eine Kollekte ist erwünscht.

PanoramaCard

Die im Jahr 2014 lancierte PanoramaCard ist bei den Gästen sehr beliebt. Leider gibt es mit dem elektronischen Meldesystem für die Abrechnung der Logiernächte von Hotels und Fewo's immer noch Probleme. Die Schnittstellen der Hotel-Reservationssysteme und dem Meldeclient (Software von Feratel) funktionieren kaum. Der Vorstand von TTST hat entschieden, das ekelektronische Meldesystem für Hotels zu stoppen und die Hotels rechnen ihre Logiernächte wie früher manuell ab. Feratel und TTST sind daran, die Schnittstellen zu verbinden damit möglichst bald für alle ein funktionierendes System angeboten werden kann. Bei den Ferienwohnungsbesitzern funktioniert das System relativ gut. Es hat nur wenige FEWO-Besitzer, welche keinen Internetanschluss haben und manuell melden.

Angebotspackages

Auf Kundenanfrage haben wir ein Angebotspackage (Schlosseintritt, Zügli, Kanuweg, Minigolf) erarbeitet. Diese finden guten Anklang. Die Alterswohnen STS AG Zweisimmen führte einen Mitarbeiterausflug (insgesamt ca. 140 Personen am 4. und 24. Juni) in der Spiezer Bucht durch. Im August konnten wir für die AEK Bank 1826 den Firmenanlass in der Spiezer Bucht durchführen.

Weihnachtsbeleuchtung

Die Weihnachtsbeleuchtung wurde am 19.11. installiert und brannte bis 10.1.2016. Wir haben neue Beleuchtungselemente beschafft, welche bei den Spiezwilerkreisel eingesetzt wurden. Damit wurde das Konzept der punktuellen Weihnachtsbeleuchtung um zwei Standorte erweitert.

SpiezPropeller

Zusammen mit dem Künstler Hans Walter Graf und der Primarschule Räumli haben wir in den vergangenen drei Jahren bereits sieben Projekte realisiert. Im achten und neunten Projekt (2015) haben die Schulkinder ein Spiezer Maskottchen, den Spini, entwickelt und im öffentlichen Raum erscheinen lassen.

3.4 Geschäftsbereich Dienstleistung vor Ort

E-Bike Vermietung im Info Center

Seit Mai vermieten wir im Info Center Spiez zwei E-Bikes. Zusammen mit dem Hotel Eden und dem ABZ können wir so in Spiez mehrere Elektrowelos anbieten. Die Gäste erhalten mit der PanoramaCard Thunersee 50% Rabatt.

Neues Beach Häuschen/ Info Point

Am 17. Juli wurde der Info-Point in Betrieb genommen. Der Info- Point ist die neue Anlaufstelle für Kanu-, SUP-, Beach Arena- und Minigolfvermietung. Der Werkhof war für die Aussengestaltung des Containers zuständig und Uwe Brodkorb (Sportanlagenverantwortlicher) hat mit Hilfe von Silvan Hess (Mitarbeiter Info-Point) die Inneneinrichtung geplant und realisiert. Sechs Personen waren im Stundenlohn angestellt, welche gemäss Einsatzplan die Öffnungszeiten des Info-Points abdeckten.

Kanuweg Thunersee

Was sich bereits in den saisonstärksten Monaten (Juli-August) abzeichnete, hat sich Ende Saison auch bestätigt. Der Kanuweg Thunersee schrieb Rekordzahlen. Der Bruttoumsatz des Standorts Spiez stieg um 92% im Vergleich zum Vorjahr. Sogar das bisherige Topergebnis der Saison 2013 konnte um gut 26 % gesteigert werden. Gründe dafür waren das schöne Wetter, der neue Vermieter-Standort (Info-Point) sowie die erweiterten Öffnungszeiten. Unternehmen wie die PostFinance AG, Credit Suisse oder die Mobiliar genossen einen Mitarbeiterausflug in einem Kanu oder Schulen aus dem Raum Spiez, Thun und Bern wählten den Kanuweg Thunersee als Aktivität in Schullagern. Mit dem neuen Kanugestell bei der Ententreppe konnten wir die Ein- bzw. Auswassersituation verbessern.

Minigolfanlage

Dank gutem Wetter, der Wintervermietung durch den Seegarten und intensiveren Werbemassnahmen schreiben wir ein Rekordergebnis. Rund 10'000 Gäste spielten Minigolf auf der im 2014 eröffneten Anlage.

Spiezer Zügli Saison 2015

Das Spiezer Zügli beendete am Sonntag, 25. Oktober die Saison 2015 mit einem Rekordergebnis. Bei den Kursfahrten konnten täglich durchschnittlich 45 Personen (2015: 40 Personen) befördert werden. Das Angebot „Badi-Zügli“ wird vor allem von SpiezerInnen immer mehr gebucht. 1430 Personen mit Schatzsuche-Tickets und 1'600 Personen mit der Panorama Card (wie Vorjahr) benützten das Zügli benützt. Das Kulinarische Zügli sowie die Extrafahrten sind zufriedenstellend gelaufen. Für das neue Angebot Fun Park Zügli ist die Nachfrage noch sehr klein. Dieses Angebot muss in der Kommunikation noch verstärkt werden. Das Produkt „Entdecke Spiez im Zügli“ ist nur noch auf Anfrage buchbar. Die Loki des Zügli wurde zusammen mit drei freiwilligen Helfern des Zügli-Team's und der Carrosserie Spiez AG komplett neu gespritzt.

Seebuslinie

Der GGR hat am 22. Juni 2015 der Weiterführung der touristischen Seebuslinie zugestimmt und zur Deckung des Betriebsdefizites den jährlichen Betrag von CHF 20'000 gesprochen. SMAG hat im Vorfeld zur Meinungsbildung eine Konsultativumfrage erstellt und bei den Leistungsträgern und Gewerbebetrieben im betroffenen Gebiet die Wichtigkeit der Seebuslinie erforscht.

Gästebetreuung

Die Einwohner- und Gästebetreuung (Schalter-, Telefon und E-Mail) war zeitintensiv und beanspruchte in Spitzenzeiten 2 – 3 Vollzeitstellen. Die Gästefrequenzen waren analog den gestiegenen Logiernächte deutlich höher als im Vorjahr. 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.

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. Im Februar entstand, verursacht durch einen Einbruch, erheblicher Sachschaden, welcher durch die Versicherung gedeckt wurde.

Überprüfung der Daten „auswärtige Gebäudeeigentümer“

Die auswärtigen Gebäudeeigentümer bezahlen gemäss Kurtaxenreglement eine Jahrespauschale. Auf Grund der Unkorrektheit unseres Datenbestandes hat dies Kurtaxenausfälle zur Folge. Wie alt die Ursprungsdaten sind lässt sich nicht mehr nachvollziehen, deshalb wurden unsere Daten mit den Liegenschaftsdaten der Gemeinde abgeglichen. Danach haben wir den Rechnungsstellungsprozess eingeleitet. Wir gehen davon aus, zusätzliche und wiederkehrende Kurtaxenerträge von einigen tausend CHF eintreiben zu können.

Gästeinformationsmappe

Seit der Erscheinung des Spiez Guide enthält die Gästeinformationsmappe redundante Informationen. In Absprache mit den Hoteliers und Fewo-Vermietern verzichteten wir auf die Erstellung der Mappe. Das in der Mappe enthaltene Prospektmaterial konnte bei SMAG via Bestelltalon angefordert werden.

Gemeindetageskarten UGA

Aufgrund der Einwohnerzahlen können wir maximal 10 unpersönliche Gemeindetageskarten anbieten. Wir schöpften auch im 2015 dieses Kontingent voll aus. Der Verkauf stieg im 2015 leicht an. Insgesamt wurden 3453 UGA's verkauft, welches einer Auslastung von 94,6% entspricht.

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.

Verteilung von Flyern und Plakaten

Das im 2011 eingeführte Produkt wird rege genutzt. Veranstalter von Anlässen haben ein Bedürfnis, ihre Veranstaltung in Spiez bekannt zu machen. Ein Asylsuchender verteilt auf Anmeldung des Veranstalters Flyer und/oder Plakate in Spiezer Geschäften. Wir haben im 2015 über 30 Aufträge ausgeführt.

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. Wir haben im Berichtsjahr wiederum Stellen vermitteln können und durch intensive Berichterstattung via SpiezInfo, Newsletter und auf www.spiez.ch den Bekanntheitsgrad des Tätigkeitsgebietes der Koordinationsstelle steigern können.

«Gäste richtig verstehen – und begeistern»

Zur Tourismussensibilisierung hat Interlaken Tourismus im April zum Workshop mit dem Thema «Gäste richtig verstehen – und begeistern» eingeladen. Ziel des interkulturellen Workshops von Interlaken Tourismus war es, Wissen über Traditionen und Gepflogenheiten der Gäste aus dem GCC Raum wie auch aus China zu vermitteln, das Verständnis für sie zu fördern und wertvolle Praxistipps weiterzugeben. All dies hilft, Missverständnisse zu vermeiden und die Aufenthalte für beide Seiten – Gäste und Gastgeber – so angenehm wie möglich zu gestalten.

4. Jahresrechnung

Gemäss separater Aufstellung.

5. Ausblick

Dank der Investitionsfreudigkeit der Hoteliers blicken wir zuversichtlich in die Zukunft. Das Angebot wird nicht nur qualitativ sondern auch quantitativ ausgebaut. Im März 2016 wird der Deltapark, Vitalresort am Thunersee mit einem einzigartigen Wellness-Angebot und erweiterter Bettenkapazität eröffnen. Gegen Ende 2016 wird das ABZ seine Bettenkapazität um 33 Einheiten erweitern, mehr Seminarfläche und Restaurantplätze anbieten. Das Hotel Eden baut für den Seminarbereich ein Restaurant mit 60 Plätzen und erweitert den Wellnessbereich um 250 m² und baut einen Aussenpool. Für diesen Zweck wird das Hotel im Winter 2016/17 für fünf Monate geschlossen.

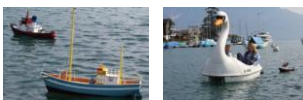
Gemäss der überarbeiteten Strategie wollen wir enger mit den Kulturgütern Schloss, Rebbau und Rebbau- und Heimatmuseum zusammenarbeiten und diese Spiezer Wahrzeichen intensiver vermarkten. Am 30.4./1.5. organisieren wir mit den Partnern während den Tagen der offenen Weinkeller Deutschschweiz ein erweitertes Eventprogramm.

Als weiteres Gemeinschaftsprodukt lancieren wir eine Rebbauführung. Das Angebot beinhaltet eine pittoreske Züglifahrt zu den drei Rebbergen und fesselnde Geschichten rund um die Reben und den Wein.

Zur Stärkung des Bereiches Wirtschaft/Gewerbe werden wir die Personalkapazität um 50 Stellenprozente erhöhen. Wir sind überzeugt mit dieser Massnahme die Mehrwert schaffen zu können.



Am 30. April findet die dritte durch SMAG organisierte Seniorenmesse statt. Nicole Wyss hat erneut die Messeleitung der Seniorenmesse übernommen und kann erfreulicherweise mit dem gleichen Organisationskomitee wie im Jahr 2014 arbeiten.



Die Freizeitangebote in der Spiezer Bucht werden durch ein Schwanenpedalo und ferngesteuerte Modellboote erweitert. Wir lancieren beide Neuerungen an Ostern.



Seit 20 Jahren verkehrt das Spiezer Zügli. Jährlich befördern wir rund 10'000 Gäste. Wir realisieren im Verlaufe des Jahres ein paar Neuerungen.



Bereits zum vierten Mal organisieren wir den Beach Soccer SM-Finale. Zum zweiten Mal wird der Anlass begleitet durch das Spiezer Foodfestival.



In Zusammenarbeit mit dem Konzertveranstalter Philippe Cornu (Bekannt vom Gurtenfestival) organisieren wir das Seaside Festival. Geplant ist ein wiederkehrender zweitägiger Musikanlass der erstmals am Wochenende vom 25./26. August 2017 über die Bühne geht. Als Musikstilrichtung sind Schweizer Stars, attraktive Oldies, aktueller Mainstream geplant. Die Planung geht von rund 10'000 Besuchern aus.