

Geschäftsbericht 2018

Spiez Marketing AG





Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Vorwort des Geschäftsführers	3
2. Geschäftsübergreifende Themen	4
3. Bericht zu den strategischen Geschäftsfeldern	10
3.1 Geschäftsbereich Standortpromotion	10
3.2 Geschäftsbereich Events	16
3.3 Geschäftsbereich Projekte	20
3.4 Geschäftsbereich Dienstleistung vor Ort	22
4. Jahresrechnung	27
5. Ausblick	29

1. Vorwort des Geschäftsführers

Liebe Leserinnen und Leser

Sie halten bereits den neunten Geschäftsbericht der Spiez Marketing AG in den Händen. Wir steigen demnach in unser zehntes Betriebsjahr. Dies ist Grund genug, um an der Jubiläumsfeier im September 2019 Rückschau zu halten. Die in dieser Zeit hervorgebrachten neuen Produkte, die historisch hohen Logiernächtezahlen, die steigenden Frequenzen von Tagesgästen und die damit verbundene Nachfrage nach Leistungen sind ein Beweis dafür, dass Spiez mit dem Ortsmarketingmodell auf dem richtigen Weg ist.

Das abgelaufene Betriebsjahr brachte mit rund 127'000 Logiernächten erneut einen Rekord. Im Vergleich zum Vorjahr betrug die Steigerung satte 21%! Dies ist das beste Ergebnis seit 1990. Bemerkenswert dabei ist, dass bei konstanter Bettenkapazität die Auslastung gesteigert werden konnte. Auf höchstem Niveau bewegen sich auch die Frequenzen bei Spiezer Zügli, Kanuweg Thunersee sowie Minigolf.

Viel Kraft investierten wir in die Lancierung neuer Produkte und Innovationen. Der erstmals durchgeführte und bereits gut besuchte KMU-Event soll für Spiezer Gewerbetreibende zur jährlich wiederkehrenden Informations- und Netzwerkplattform werden. Am neu lancierten Saisonstartevent werden auch zukünftig jährlich Spiezer Leistungsträger über Neuerungen des touristischen Angebotsportfolios informiert. Mit dem Krimispass haben wir am Karfreitag ein neues interaktives Abenteuer lanciert, welches bereits im ersten Jahr von über 2'000 Gästen gespielt wurde. Für Aufsehen sorgten wir nicht primär mit der Übernahme der Bootsvermietung in Faulensee, sondern mit der Lancierung einer schweizweiten Innovation. Sealander, ein Wohnwagen welcher gleichzeitig als Elektroboot genutzt werden kann, sorgte für breite schweizweite Berichterstattung. Im Juni lancierten wir, aufgrund des Papstbesuches in Genf, eine Werbekampagne, ausschliesslich auf elektronischen Kanälen. Die Kurzfilme zum Zungenbrecher "Dr Papscht het z'Spiez ds Späck Bsteck z'spät bstellt" gingen zwar nicht viral, lösten dennoch rund 180'000 Views aus.

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

Wir würden uns freuen, mit Ihnen liebe Leserinnen und Leser, an der Jubiläumsfeier am 13. September 2019 über die Entwicklung von Spiez zu plaudern. Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre.

Stefan Seger

Geschäftsführer Spiez Marketing AG

2. Geschäftsübergreifende Themen

Generalversammlung

Am 20. Juni 2018 fand im Hotel Seaside ABZ die 8. Generalversammlung der SMAG statt. Neben den Aktionären wurden wieder die wichtigsten Partner/Anspruchsgruppen eingeladen. Der Geschäftsbericht, Jahresrechnung und Revisionsbericht für das Jahr 2017 wurden einstimmig genehmigt. Die Aktionäre Einwohnergemeinde Spiez, Spiez Tourismus und Gewerbeverband Spiez verdankten die Arbeit der SMAG. Als neuer Verwaltungsrat wurde Adrian Studer vorgestellt und einstimmig gewählt.

Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat präsentierte sich im Jahr 2018 wie folgt:

Verwaltungsrat	Funktion	Vertritt
Hans Martin Hadorn	Verwaltungsratspräsident	Externe Sicht
Monika Lanz	Vize-Präsidentin	Externe Sicht
Jolanda Brunner	Verwaltungsrätin	Gemeinde Spiez
Matthias Maibach	Verwaltungsrat	Gemeinde Spiez
Bernhard Bigler	Verwaltungsrat	Gewerbe
Andreas Jaun	Verwaltungsrat	Agenda 21, Nachhaltigkeit
Peter Gertsch	Verwaltungsrat	Spiez Tourismus
Mirco Plozza	Verwaltungsrat	Spiez Tourismus
Adrian Studer (ab 20.06.2018)	Verwaltungsrat	Externe Sicht

Strategieüberarbeitung

Im Herbst setzte sich der VR an einer Klausurtagung mit der Strategie auseinander. Es entstand ein überarbeitetes Strategiepapier für die Periode 2019 bis 2022. Im Grundsatz wurde die bestehende Stossrichtung bestätigt. Als neue strategische Stossrichtung wird SMAG zukünftig einen Beitrag zur Entwicklung des Dorfkerns leisten. Die Strategie ist jeweils die Basis für die jährlich im Herbst ausgearbeiteten Massnahmenpläne.

Übersicht Ortsmarketingkredit

Im Berichtsjahr wurde der vom Gemeinderat bewilligte Ortsmarketingkredit im Rahmen von CHF 80'000 aufgrund zurückgestellter Projekte nicht ausgeschöpft. Folgende Vorhaben wurden abgerechnet:

Geschäft	Abrechnung
Neuauflage Imagebroschüre	CHF 11'312.90
Werbemassnahme Wallis (RRO)	CHF 10'800.00
Beachanlässe	CHF 30'438.00
Projekte Tourismus (Studienwoche HFT, Krimispass, Wunder von Bern, Monopoly Berner Oberland, Malbuch für Kinder)	CHF 7'378.00
Total	CHF 59'928.90

Personal

Am Ursprung unseres Schaffens stehen ein hervorragender Teamgeist, eine hohe Identifikation mit den Arbeitsinhalten sowie Kontinuität im Mitarbeiterstab. An den Standorten Bahnhof, Bucht und Faulensee waren folgende Mitarbeiter tätig.

Name	Funktion	Anstellung	Im Unternehmen
Stefan Seger	Geschäftsführer	100 %	Seit 1.8.2010
Manuel Fischer	Stv. Geschäftsführer	100%	Seit 1.8.2017
Larissa Valladares	Sachbearbeiterin	70 %	Seit 1.1.2013
Eva Blaser	Sachbearbeiterin	50 %	Seit Beginn
Beatrice Höchli	Sachbearbeiterin	20 – 30 %	Seit Beginn
Jolanda Küng	Sachbearbeiterin	50 %	Seit 1.5.2016
Cindy Wüthrich	Sachbearbeiterin	40 %	Seit 1.2.2017
Corine Hayoz	Praktikantin	100 %	Von 3.7.2016 bis 6.7.2018
Fabienne Michel	Praktikantin	100 %	Von 2.7.2018 bis 31.7.2019
Uwe Brodkorb	Sportanlagenverantwortlicher	10 – 20 %	Von Mai 2014 bis Okt. 2018

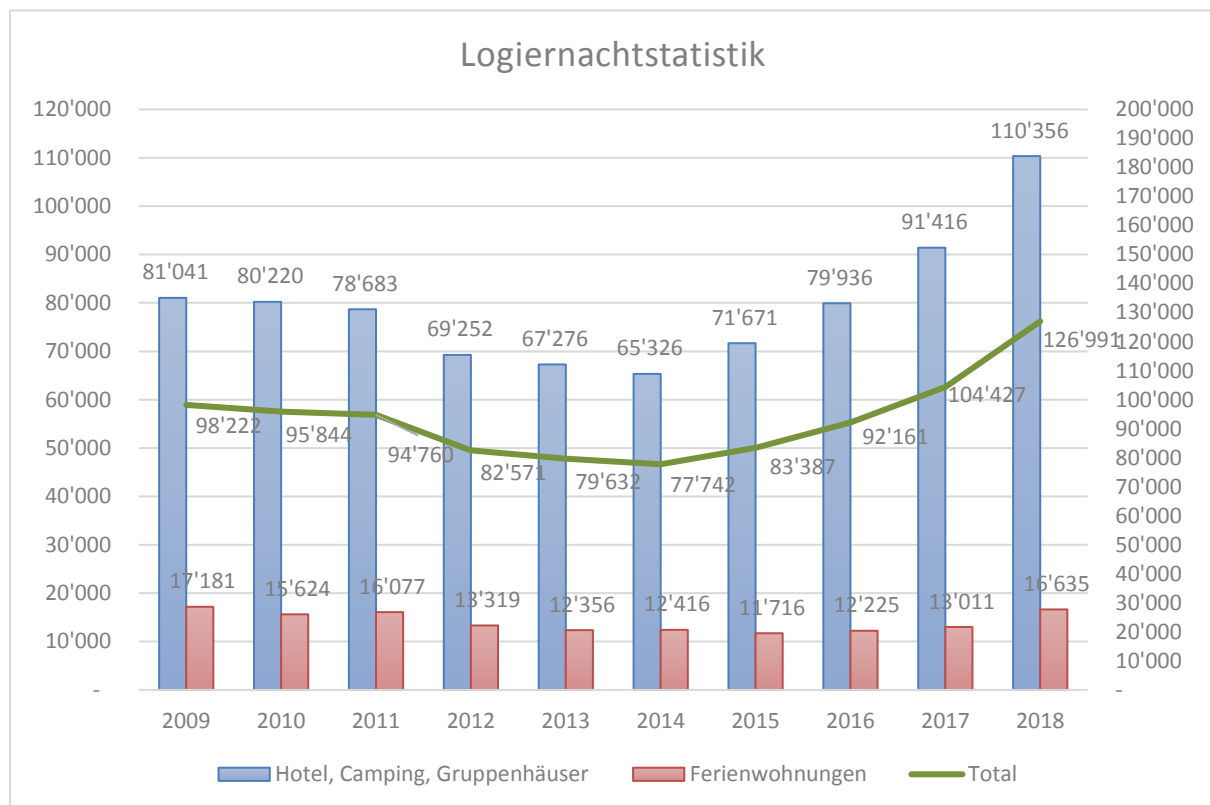
An den Standorten Bucht und Faulensee betreuten weitere 16 Personen im Stundenlohn die Gäste. Für die Reinigung und den Unterhalt der Minigolf- und Sandanlage konnten wir wie bereits in den Vorjahren auf die Unterstützung von Asyl Berner Oberland/Kollektives Wohnen Bärgsunne zählen. Dieses Integrationsprogramm ergibt für beide Seiten eine Win-Win-Situation. Ende Jahr ermöglichten wir, im Rahmen unserer Zusammenarbeit mit RAV/HEKS-Stellenvermittlung einem Stellensuchenden bei uns Arbeitserfahrung zu sammeln. Dieses Engagement trug einmal mehr Früchte. Der Stellensuchende fand eine passende Festanstellung im touristischen Bereich. Für das Spiezer Zügli standen 8 Fahrer, 6 Beifahrer und 2 Mechaniker im Einsatz.

Corine Hayoz beendete im Juli 2018 ihr einjähriges Praktikum und wurde ersetzt durch Fabienne Michel, welche am 2. Juli 2018 startete. Die Sportanlagenverantwortung in der Bucht und in Faulensee wurde in diesem Jahr das letzte Mal durch Uwe Brodkorb sichergestellt. Ende Oktober verliess uns Uwe Brodkorb und zog zurück nach Deutschland. Seine Nachfolge tritt Beat Zimmermann Anfang 2019 an.



Logiernächtezahlen

Wir blicken auf ein enormes Logiernächtewachstum zurück. Unsere Gäste generierten knapp 127'000 Übernachtungen in der Hotellerie und Parahotellerie. Im Vergleich zum Vorjahr betrug die Steigerung satte 21%. Dies ist das beste Ergebnis in Spiez seit 1990. Seit drei Jahren beträgt der jährliche Logiernächtezuwachs stets über 10 %. Im Berichtsjahr stiegen die Übernachtungen sowohl in den Ferienwohnungen als auch in den Hotels. 87 % der Logiernächte stammen von den Hotels, 13% von Ferienwohnungen/Airbnbs.



Logiernächtevergleich Hotellerie 2010 vs. 2018

2010				2018			
Rang	Länder	Logiernächte	Gästeanteil	Rang	Länder	Logiernächte	Gästeanteil
1	Schweiz	61 818	67.6 %	1	Schweiz	65 217	61.9 %
2	Deutschland	14 831	6.7 %	2	China (ohne HK)	10 352	9.8 %
3	GB	2 224	2.4 %	3	Deutschland	7 753	7.3 %
4	Niederlande	2 181	2.4 %	4	GB	2 562	2.4 %
5	Frankreich	1 451	1.6 %	5	Saudi-Arabien	2 130	2 %
6	USA	1 339	1.5 %	6	Oman	2 001	1.9 %
7	Belgien	951	1 %	7	USA	1 946	1.8 %
8	Spanien	707	0.8 %	8	VAE	1 595	1.5 %
9	Österreich	553	0.6 %	9	Frankreich	1 540	1.5 %
10	Italien	445	0.5 %	10	Israel	1 071	1 %
	Golfstaaten kum.	576	0.6 %		Golfstaaten kum.	7 346	7 %
	China	169	0.2 %		Total	105 321	
	Total	91 484					

Die Logiernächte sind in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Auffallend ist, dass die Schweizer mit grossem Abstand die Hauptgästegruppe in Spiez ausmachen. Zudem ist ersichtlich, dass die Fernmärkte enorm zugelegt haben. 2010 verzeichnete China erst 169 Hotel-Logiernächte, 2018 bereits 10`352. Dennoch machen chinesische Gäste nicht mal 10% der Übernachtungsgäste aus. Die arabischen Gäste kommen kumuliert auf 7`346 Übernachtungen und weisen damit ein Gästeanteil von 7 % aus. Die Fernmärkte kompensieren teilweise den Rückgang der europäischen Gäste. Stellvertretend hierfür steht Deutschland, wo 2018 nur noch halb so viel Gäste übernachteten im Vergleich zum Jahre 2010.

Diese positive Entwicklung in den letzten Jahren beruht auf diversen Erfolgsfaktoren. Der Zuwachs ist insbesondere auf die getätigten Investitionen der Spiezer Hoteliere zurückzuführen, welche nicht nur in die Erhöhung der Bettenkapazität, sondern auch in den Wellness- und Seminarbereich investiert haben. Dies zahlt sich nun aus. Bemerkenswert ist auch die Tatsache, dass die Anzahl Hotelbetten im Vergleich zu 2010 sogar leicht zurück gegangen sind. Dies bedeutet, dass die effektive Auslastung gesteigert werden konnten.

Dass die Gäste die zusätzlichen Hotelbetten nun füllen, verdanken die Leistungsträger auch einem breiten und innovativen Spiezer Angebotsportfolio sowie der landschaftlichen Schönheit. Spiez profitiert zudem von der optimalen Verkehrsanbindung und liegt an einer touristischen Hauptverkehrsroute. Diese Angebotsvorteile werden aktiv kommuniziert und dank unseren Partnern TTST, TOI und BE! Tourismus erfolgreich im Markt beworben.

Leistungsvereinbarungen / Zusammenarbeitsverträge

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.

Zudem bestanden folgende Leistungsvereinbarungen.

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	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.
SMAG	Gemeinde Spiez	Mietvertrag für den Betrieb des Bucht Kiosk, Minigolf, Sand- und Pétanqueanlage.
Four Tower GmbH	SMAG	Betriebsvertrag Pura Vida
Partner Kanuweg Thunersee	SMAG	Beschreibt das Zusammenarbeitsmodell für den Betrieb des Kanuweg Thunersee.
BLS, RRO, Radio BeO	SMAG	Werbevertrag, Nutzung der Partnerplattformen
Ilg AG	SMAG	Verlagsvertrag Spiez Guide

3. Bericht zu den strategischen Geschäftsfeldern

3.1 Geschäftsbereich Standortpromotion

Zusammenarbeit mit TTST/TOI/BE!

Die Zusammenarbeit und der Kontakt mit TTST, TOI und BE! Tourismus wurde intensiviert. Der Austausch ist gut und regelmässig. Beiden Organisationen halfen mit, unsere aktuellen Themen laufend kommunikativ zu verbreiten. Für verschiedene Gruppen (Journalisten und Tour-Operators aus der ganzen Welt) haben wir dank vertiefter Zusammenarbeit mit TOI rund ein Dutzend Führungen im Rebberg und in Spiez allgemein durchgeführt. Einige davon konnten mit einer Weingustation verbunden werden.



Partnerschaft Lötschberger

SMAG führte die Partnerschaft mit der Werbeplattform Lötschberger weiter. Als C-Partner nutzten wir die Möglichkeit das Spiezer Angebotsportfolio auf der Panoramakarte, dem Travel Guide, in den Lötschberger-Newslettern und auf www.bls.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 gut.

Elektronische Medien – Facebook und Instagram

Die Facebook-Seite „Spiez mit der schönsten Bucht Europas“ zählte Ende Jahr 2890 Fans (+449). 59% der Fans sind Frauen und 21% liken uns aus dem Ausland (Deutschland, USA, Italien, Holland, etc.). Der beliebteste Beitrag erreichte 50'035 Personen (Mittagspause in den Rebbergen) und erhielt 2'090 Reaktionen (Likes, Kommentare und geteilte Inhalte).

Auf Instagram, einer der wichtigsten Online-Plattform im Tourismus, veröffentlichen wir inspirierende Landschaftsbilder. Rund 800 Abonnenten aus der ganzen Welt folgen „my_spiez“. Täglich werden zudem von der Community Bilder zum Hashtag Spiez hochgeladen.



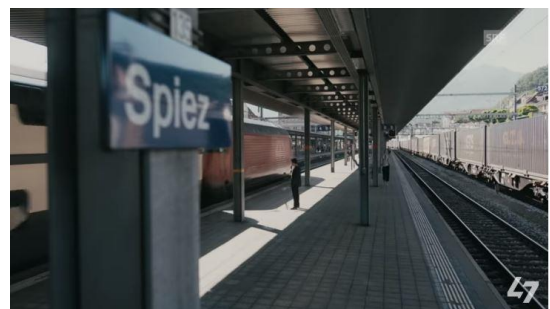
Werbepauschale Radio Rottu

SMAG führte die Werbepauschale mit Radio Rottu im 2018 weiter. Der Werbepauschalvertrag beinhaltet 100 Werbespots à 30 Sekunden, Zusatzspots zum Sonderpreis, ein Inserat auf den Ausflugskarten mit einer Auflage von 500'000 und Einträge auf der Veranstaltungsseite der RRO-Webseite. Zusätzlich hatten wir unter der Rubrik „Ausflugstipps“ Interviewpräsenz. Wir lancierten über das Jahr Radiospots zu den Themen Sommer in Spiez, Bootsvermietung Thunersee, Beachsoccer, KrimiSpass, und Chlouse-Märit. Die kontinuierliche, längerfristige Bewerbung zeigt Früchte. Vermehrt kommen Walliser Gäste nach Spiez.

Inserate- und Medienpräsenz

Mit den touristischen Angeboten und Events war SMAG im Magazin «Bergluft», «Berg wie See» und «Thun – das Magazin» präsent. Des Weiteren gab es verschiedene Berichterstattungen im Berner Oberländer und der Jungfrauzeitung über die Aktion «Saisonstartevent», Eröffnung des KrimiSpass in Spiez, Läset-Sonntag und die Sommeranlässe «Seaside», «Beachsoccer» und «Foodfestival». Auch fehlte die Spiezer Präsenz nicht in den Newslettern von Interlaken Tourismus und bei Freizeit.ch. Ausserdem wurde Spiez 2018 von den Nutzern von Airbnb zum gastfreundlichsten Ferienort der Schweiz gewählt.

Dieses Jahr drehte ein Filmteam vom SRF eine Folge der Webserie «Nr. 47» in Spiez. Die Serie ist im Internet und auf Youtube anzusehen und wurde im November auf SRF 2 ausgestrahlt. Die Drehorte fanden am Bahnhof, auf der Mingolfanlage, auf dem See und weiteren Orten in Spiez statt.



Kommunikation

Es war uns auch im Jahr 2018 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	Angebote, Veranstaltungen und Gastronomische Angebote aus der Gemeinde Spiez	monatlich
SMAGLetter	600 Partneradressen der SMAG	Informationen der Spiez Marketing AG	drei Mal jährlich
Medienmitteilungen	Bevölkerung via regionale z.T. nationale Medien.	Auszug aus den Themen: Sealand, KMU Treffen, Logiernächtezahlen, Alpine Weinkultur-Tage, Beach Soccer Anlässe, Food Festival, Usestuehle, Chlouse-Märit	situativ
SpiezFlash (Radio BeO)	Regionale Bevölkerung	Jeden ersten Samstag des Monats um 11.30 Uhr Informationen zum Spiezer Veranstaltungsprogramm	Monatlich April bis Dezember
Webseite spiez.ch	Partner, Gäste, Bevölkerung	Infozusammenzug aus den genannten Inhalten	laufend
Facebook	Partner, Gäste, Bevölkerung	Fotos und Videos, Veranstaltungen und Ausflugstipps	wöchentlich
Instagram	Partner, Gäste, Bevölkerung	Landschaftsfotos, Videos	wöchentlich

Imprimat

Wir sind für die folgenden Imprimat zuständig und halten diese auf dem aktuellen Stand:

Imprimat		Auflage	Gültigkeit
Ortsplan Faltprospekt		10'000	2017 - 2019
Ortsplan A4		2'000	2017 - 2019
Spiez Guide, A6		21'300	Jährlich
Faltprospekt Rundwanderweg		10'000	Frühling 2016 – Frühling 2019
Faltprospekt Kanuweg		8'500	Jährlich
Faltprospekt Spiezer Zügli		10'000	Jährlich
Faltprospekt Erlebnispfad Rebberg de/eng		10'200	2017 - 2019
Imagebroschüre		5'000	2018 -
Flyer A5 -Ferngesteuerte Modellboote -Schwan Pedalo -BeachArena Spiez -E-Bike-Vermietung -Minigolf Open Standard -Picknicken und Kraft Tanken		Je 250	unbeschränkt

Jeweils zu Beginn des Jahres erhalten unsere Stakeholder ein Bestellformular mit welchem sie bei uns die Imprime sämtlicher Spiezer Leistungsträger bestellen können. Diese Dienstleistung wird sehr geschätzt.

In diesem Jahr wurde neben den alljährlich wechselnden Flyern wie SpiezGuide, Kanuweg Thunersee und Spiezer Zügli auch die Imagebroschüre neu aufgelegt, sowie der Erlebnispfad Rebberg ins Englische übersetzt.

Papstkampagne

Anlässlich des Besuchs von Papst Franziskus in der Schweiz entstand, inklusive Auflösungsfilm, eine Staffel mit sechs Folgen. Die Filmsequenzen wurden gedreht und nach einem definierten Zeitplan auf Facebook, Youtube, und Instagram veröffentlicht. Primär ging es bei dieser Kampagne darum, Spiez nach aussen zu tragen. Gleichzeitig wurde das Spiezer Angebotsportfolio und die Leistungsträger visuell in Szene gesetzt. In 6 witzigen Kurzfilmen wurde dokumentiert, wie sich Spiez auf den Papstbesuch vorbereitet. Die Rückmeldungen fielen positiv aus, die Leute fanden die Idee und die Videos witzig. Die Videos erzielten eine Reichweite von 176`000 Facebook-Usern.



3.2 Geschäftsbereich Events

SMAG tritt bei diversen Veranstaltungen selbst als Organisator oder wirkt in der Organisation unterstützend mit. Wir setzen uns ein für ein vielfältiges und breites Veranstaltungsprogramm, welches für alle Bevölkerungsgruppen interessant ist. Demensprechend zielgerichtet investierte SMAG die Ressourcen.

Erster Saisonstartevent

Anlässlich des florierenden Tourismus in Spiez wurden im April die touristischen Partner zu einem Saisonstart eingeladen. Neben der SMAG orientieren die Dachmarkenpartner Thun-Thunersee Tourismus (TTST) und Interlaken Tourismus (TOI) über ihre aktuellen Aktivitäten. Zudem präsentierten neun Spiezer Leistungsträger in Kurz-Präsentationen ihre Neuheiten. Das Ziel bei der erstmaligen Veranstaltung war das Angebotsportfolio 2018 in Spiez zu präsentieren und die touristischen Partner miteinander zu vernetzen. Neben den touristischen Partnern (Hotels/Restaurants, Kultur- und Sportanbieter und Ferienwohnungsvermieter) wurden auch interessierte Spiezer Einwohnerinnen und Einwohner zum Saisonstartevent eingeladen. Es kamen rund 60 Gäste. Die Rückmeldungen waren positiv und auch das Networking wurde sehr geschätzt. Der Event wird im Frühling 2019 wieder stattfinden.

Erstes KMU Treffen in Spiez

Über 115 Vertreterinnen und Vertreter der Spiezer Wirtschaft fanden sich anlässlich des ersten Spiezer KMU Treffen im ABZ in Spiez ein. Zum Stelldichein der «Spiezer Gwärbler» hat die Gemeinde Spiez, der Gewerbeverband Spiez und die Spiez Marketing AG eingeladen. Nebst den wirtschaftsrelevanten offiziellen Informationen der Gemeinde und den Erläuterungen zur neu geschaffenen Anlaufstelle Gewerbe, entführte der Key-Note Speaker Peter Nyffenegger in die Welt des 3D Printings. Der Event kam bei den VertreterInnen sehr gut an, das KMU Treffen wird künftig alljährlich im Januar stattfinden.

Informationsmesse für Senioren

Am 24. April fand im Lötschbergzentrum die 4. Informationsmesse für SeniorInnen statt. Es informierten wieder diverse Anbieter aus der Region über die Themen Gesundheit, Bewegung, Reisen, Hören, Lesen, etc. Die Zusammenarbeit zwischen der Alterskommission Spiez und der SMAG funktionierte hervorragend. Es konnten nach dem Absprung der bisherigen Sponsoren neue gefunden werden. Die Anbieter waren mit der Messe zufrieden. Organisation und Umsetzung wurden gelobt. Es hatte zwar etwas weniger, dafür sehr interessierte Besucher. Zudem wurde die Messe als Networking unter den Anbietern geschätzt.

Alpine Weinkultur-Tage

Bereits zum dritten Mal seit 2016 organisierten wir zusammen mit den Kulturgütern Schloss, Heimat- und Rebbaumuseum und Rebbau den Anlass «Alpine-Weinkultur-Tage». Der Event bietet am schweizweit beworbenen Anlass «Offene Weinkeller Deutschschweiz» in Spiez ein erweitertes Programm. Die Ausgabe 2018 zog einige Hundert Kulturgäste an. Die Kulturgüter waren mit dem Anlass alle zufrieden und wollen diesen auch im Jahr 2019 wieder durchführen.

Goppisberger Musikwoche

Die Akquisitionsarbeit vom 2015 hat sich auszahlt. Rund 40 Musikschüler bezogen bereits zum zweiten aufeinanderfolgenden Mal während drei Wochen im ABZ Quartier und veranstalteten in Spiez und Umgebung einige Konzerte. Dies dürfte zu einer Wertschöpfung von rund CHF 70'000 geführt haben. Die Organisatoren waren sehr zufrieden, werden im Jahr 2019 wiederkommen und planen die Veranstaltung längerfristig in Spiez zu domizilieren.

Kronenplatz-Märit

Die Anbieter und Kunden sind mit dem Märit zufrieden. Es kommen immer etwa die gleichen Marktfahrer (ca. 8 -12). Mehr Stände kann der Kronenplatz nicht beheimaten. Im Frühling ist der Märit mit dem Setzlingsverkauf vom Claro-Weltladen vor dem Interdiscount etwas grösser. Angeboten werden vor allem regionale Produkte aus dem Nahrungsmittelbereich (Käse, Wurst, Brot, Wein, Gebäck etc.). Mit dem Dorfladen Spiez pflegte der Märit eine sehr gute Zusammenarbeit.

Aktion Usestuehle

Am Samstag, 11. August fand das dritte Usestuehle in Spiez statt. Nach der Ausgabe im Jahr 2016 und 2017 verbuchten die teilnehmenden Betriebe rund um die Oberlandstrasse auch die dritte Ausgabe als Erfolg. Viele Spiezer, aber auch Nicht-Spiezer, waren am Samstag im Dorf unterwegs und haben den lokalen Gewerblern einen Besuch abgestattet. Die Gewerbebetriebe haben mit Gemeinschaftsaktionen überrascht. Besonders reges Treiben herrschte an drei Kontaktpunkten: Am Terminus vor dem Migros, am Kronenplatz im Herzen von Spiez und an der Thunstrasse – dem vom Perimeter am weitesten entfernten Punkt. Das Spiezer Zügli chauffierte die Besucher herum. Und der Live-Musiker Harper Seven sorgte für die passende Strassenmusik.

Beach Soccer SM Finale/ Spiezer Foodfestival

Bereits zum sechsten Mal in Folge fand der Schweizer Beach Soccer Finalevent in der Beach Arena Spiez statt. Das diesjährige SM Finale / Food Festival ging reibungslos über die Bühne. Wir gehen von leicht tieferen Zuschauerzahlen (8'000) aus. Grund dafür könnte das zeitgleiche Stattfinden eines Foodfestivals in Thun und Unterseen sein. Die Umsätze der Gastronomiebetreiber waren trotzdem höher als im letzten Jahr. Sportlich gesehen überzeugten die SM-Finalspiele und das Länderspiel gegen Tahiti. Die mediale Berichterstattung mit dem Live-Streaming am Sonntag war breit. Der Event generierte zwischen 50 und 100 Logiernächte.



Seaside Festival

Mit je 10'000 Besuchern pro Tag war die zweite Ausgabe diesmal ausverkauft. Das durchgezogene Wetter hatte kaum negativen Einfluss auf die friedliche Stimmung. Es gab keine nennenswerten Zwischenfälle. Das stilvolle Festival hat bereits überregionale Ausstrahlung erreicht. Spiez kommt sympathisch daher und punktet mit Rebbau, Schloss, Bucht und seiner wunderschönen Lage. Spiez profitiert mit dem Seaside Festival von einer grossen Wertschöpfung, Bekanntheitssteigerung und Medienpräsenz in allen Kanälen.



22. Chlouse-Märit

Wie in den letzten Jahren führte der Markt bis in den Schlosshof, wo das Rentier und das Dampfkarrussell auf die Besucher warteten. Geschätzte 10'000 Besucher dürften anwesend gewesen sein – noch nie wurden so viele Leute registriert. Mit dem Weihnachtsweg, dem Quiz-Wettbewerb, der Live-Musik sowie dem grossen Einsatz unserer Mitakteure Rebbau, Schloss und Hotel Eden wurde der Märit ein voller Erfolg. Die Rückmeldungen zum Märit sind sehr positiv. Dieses Jahr wurde ein Rekord von etwa 120 Marktständen erreicht, welche vom Kronenplatz bis in den Schlosshof führten.

3.3 Geschäftsbereich Projekte

Weihnachtsbeleuchtung

Auf Initiative des Hotel Eden ist die Weihnachtsbeleuchtung dieses Jahr umfassend erweitert worden. Neue Baumbeleuchtungen erhielten die Seestrasse und die Oberlandstrasse. Erweiterungen gab es an der Bahnhofstrasse und in Faulensee. Träger der umfassenden Erweiterung waren das Hotel Eden, die Gemeinde Spiez, die Spiez Marketing AG, der Ortsverein Faulensee und die direkt betroffenen Gewerbebetriebe. Der Ausbau der Weihnachtsbeleuchtung wurde mit den mitwirkenden Personen in Form von einem offiziellen Erleuchten der Weihnachtsbeleuchtung und einem Apéro gefeiert.



MICE-Projekt am Thunersee

SMAG leitete die Arbeitsgruppe zur Erarbeitung einer Situationsanalyse des MICE-Business am Thunersee zuhanden von Thun-Thunersee Tourismus (TTST). MICE (Meeting, Incentives, Congress, Events) ist der aufstrebende Geschäftstourismus-Sektor. Die klare Erkenntnis daraus lautet, dass das vorhandene Potential besser vermarktet werden soll. Dazu hat TTST eine neue 60%-Stelle «Produktmanagerin MICE» geschaffen

Gemeinden ohne Kurtaxenreglement

Beherbergungsbetriebe bzw. deren Gäste von Gemeinden ohne Kurtaxenreglement profitieren von touristischen Leistungen wie z.B. die Gästekarte, beteiligen sich jedoch nicht an deren Kosten. SMAG leitete die Arbeitsgruppe, welche zu Handen des Vorstandes Thun Thunersee Tourismus die Situation analysierte und Lösungsvorschläge ausarbeitete. Der Vorstand TTST befindet im 2019 über die Umsetzung von geeigneten Massnahmen.

Studienwoche HFT Samedan

In der Kalenderwoche 39 gastierten bereits zum zweiten Mal Studenten der Tourismusfachschiule Graubünden in Spiez. Sie bearbeiteten touristische Themen der Leistungsträger Niesen, Aeschi, Schloss Spiez und SMAG. Über die Präsentationen der ersten Ergebnisse berichteten die lokalen Medien ausführlich.

Dorfladen Spiez

Am 1. Dezember 2017 startete der Dorfladen seine Geschäftstätigkeit. Gut ein Jahr danach zeigt sich, wie hart es ist, allein mit Regionalprodukten im Detailhandel Fuss zu fassen. Trotz grossen Anstrengungen der Beteiligten muss der Verwaltungsrat einer Schliessung ins Auge schauen. Die Margengestaltung ist nicht genügend gelungen. Zudem lasten die Anfangsinvestitionen sowie der erhöhte Aufwand infolge Personalwechsel vom ersten Quartal schwer auf den Schultern des Dorfladens. Die Gefahr einer Überschuldung lag auf Basis der Hochrechnung per Ende Jahr 2018 vor. Die SMAG war im Verwaltungsrat der Dorfladen Spiez AG vertreten und vorwiegend für den Bereich Kommunikation und Marketing zuständig.

Wartung Fussgängerleitsystem IWS (Informations- und Wegleitsystem Spiez)

Nach 10 Jahren wies das IWS diverse Kratzer und Beulen auf. Auch waren einige Aufschriften der blauen Stelen inkorrekt und unvollständig. Für die ausländischen Besucherströme waren vermehrt Piktogramme gefordert um die Wegführung ohne Sprachbarrieren zu ermöglichen. Die Stelen wurden im Jahr 2018 gewartet und aktualisiert.

KrimiSpass in Spiez

Im März lancierten wir den KrimiSpass. KrimiSpass Swiss ist ein interaktives Krimi-Erlebnis, in dem der Spieler in die Rolle eines Kommissars der Berner Kantonspolizei schlüpft und einen kniffligen Mordfall löst. Die Route führt den Ermittler an attraktiven Standorten vorbei. Bereits im ersten Jahr spielten über 2'000 Personen den Fall. Damit sind wir bereits nach einem Jahr von allen sieben Standorten in der Schweiz der Meistbesuchte.



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 bedienten 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.

Übernahme Bootsvermietung Faulensee

Nach der Aufgabe des lokalen Bootsvermieters Ende 2017 in Faulensee drohte das Angebot wegzufallen. Wir übernahmen den Bootspark, erweiterten im Sinne einer Vorwärtsstrategie das kulinarische Angebot, bauten die Sitzplatzgelegenheiten und die Personalpräsenz aus. Zudem lancierten wir mit dem Elektro-Wohnwagenboot Sealander eine schweizweite Neuheit. Dank tollem Sommerwetter und hohen Frequenzen gelang es uns bereits im ersten Jahr Kostendeckung zu erreichen.

Sealander

Die Lancierung von Sealander löste eine schöne Berichterstattung im 20 Minuten und TeleBärn aus. Schweiz Tourismus hat ebenso darüber berichtet und BE! Tourismus hat den Sealander auch in Italien vorgestellt (Online Bericht). Beim Innovationspreis für Tourismus schaffte es Sealander unter die besten drei nominierten Projekte und wurde filmisch am Neujahrsapéro der Volkswirtschaft Berner Oberland vor 250 Gästen vorgestellt. In Zusammenarbeit mit dem Seegarten lancierten wir von Oktober bis April ein Winterangebot. Die Fondu- oder Racletteausfahrt für zwei bis vier Personen wurde von Schweiz Tourismus im Adventskalender aufgenommen. Die Anzahl Buchungen lassen sich sehen. Gut 20 Mal wurde der Sealander seit Beginn vermietet. Darunter befinden sich Mehrtagesmieten an den Boden- oder Vierwaldstättersee.



E-Bikes

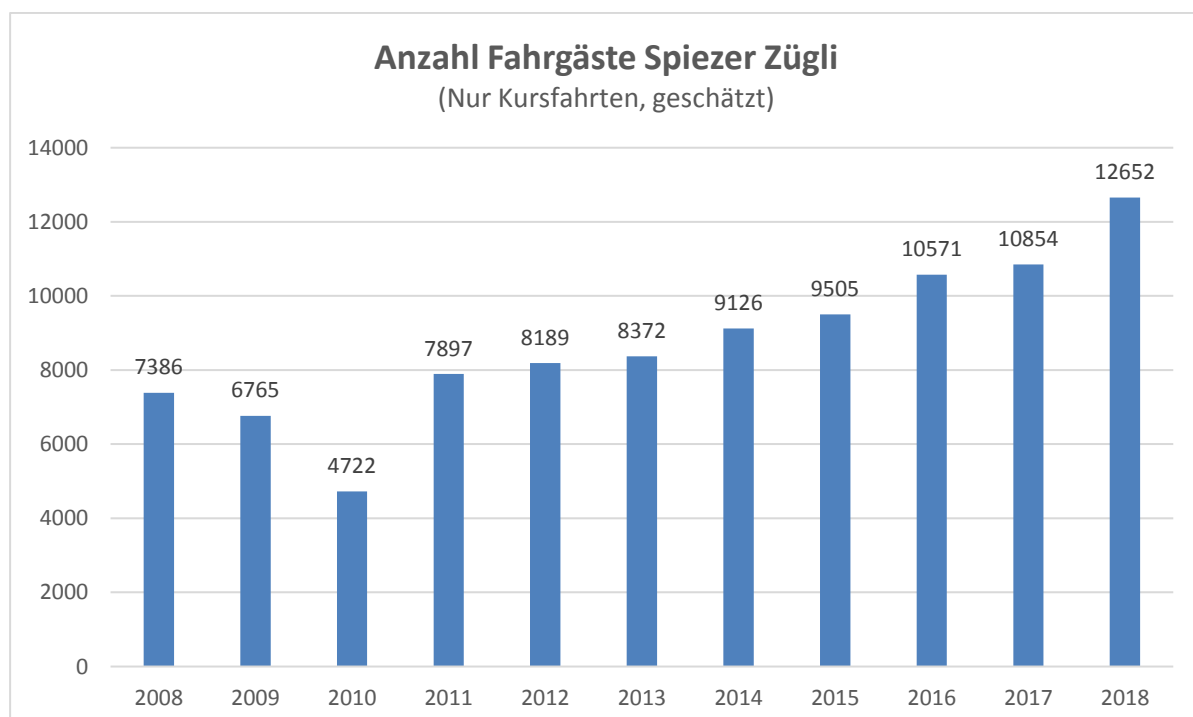
Die zwei mietbaren E-Bikes wurden von Einheimischen wie auch von Gästen gemietet. Besonders in den Sommermonaten waren die E-Bikes beliebt. Insgesamt haben wir die E-Bikes rund 70-mal vermietet, das sind 20 Vermietungen mehr als noch im Vorjahr.

Gemeindetageskarten UGA

Trotz Konkurrenzdruck durch SBB-Spartickets haben wir das Kontingent von zehn unpersönlichen GA-Tageskarten pro Tag ausgenützt. Unsere Auslastung ist dadurch aber auf 91,3% (95.7% im 2017) gesunken was logischerweise negative Auswirkungen auf die Erträge nach sich zog.

Spiezer Zügli

Bei den Kursfahrten registrierten wir einen erneuten Rekordumsatz mit CHF 44'000 gegenüber CHF 38'000 im Vorjahr. 2018 konnten wir rund 80 Extrafahrten durchführen. Auch das Angebot «Kulinarisches Zügli» wurde gerne gebucht sowie als Extrafahrt durchgeführt. Das Angebot «Spiezer Bacchus fährt Zügli» wurde weniger stark genutzt und einige Fahrten konnten aufgrund mangelnder Teilnehmer nicht stattfinden.



Sportanlagen Spiezer Bucht

Minigolf gehört nicht zu den bevorzugten Wintersportarten. Im eher spärlichen Outdoor-Winterangebot hat Winterminigolf aber seinen Platz eingenommen. Rund 1'000 Personen nutzten in den Wintermonaten die Anlage. Die Anlage erfreut sich nach wie vor grosser Beliebtheit. Im Berichtsjahr spielten knapp 12'000 Personen und gut 60 Gruppen Minigolf.

Die Auslastung auf der **Beach Arena** entsprach etwa dem Vorjahr. Jeden Abend unter der Woche ist die Anlage von Fixplatzmietern belegt. An den Wochenenden fanden mehrere vielfältige Anlässe wie Beach Soccer, Beach Volleyball und Beach Rugby statt. Gut frequentiert sind auch die Pétanquebahnen. Sogar bei garstigem Sprühregen im November duellieren sich Einheimische.

Der **Kanuweg Thunersee** schloss mit einem Rekordumsatz von CHF 38'000 ab (2016: 37'500). Zwei Drittel der Umsätze von allen fünf Standorten werden am Standort in der Bucht generiert. Aufgrund des schönen Wetters stieg die Anzahl durchgeführter Gruppenanlässe im Vergleich zum Vorjahr wieder.

Spiezer Souvenirs

Das Souvenir-Sortiment wurde im Herbst mit einem Souvenir-Ständer ergänzt. Der Souvenir-Ständer beinhaltet verschiedene «klassische» Souvenirs, wie Schlüsselanhänger und Kuhglocken, aber auch individualisierte Spiezer Magnete, Kleber und Mikrofaser-Badetücher. Im Sommer wurde ausserdem die Spiezer Gewebetasche nachbestellt. Neu im Angebot haben wir «Swiss Wood Maps», handgemachte Holzbilder vom Thunersee, Thuner- und Brienzersee und die Special Edition vom Seaside Festival.



Koordinationsstelle Freiwilligenarbeit

Die Freiwilligenarbeit hat in Spiez unbestritten eine hohe Wichtigkeit. Rund jede/r viert/e Spiezer/In leistet Freiwilligenarbeit. Wir vermittelten im Berichtsjahr wiederum Stellen, konnten durch intensive Berichterstattung via SpiezInfo, persönlichen Gesprächen und auf www.spiez.ch den Bekanntheitsgrad des Tätigkeitsgebietes der Koordinationsstelle steigern. Um sich bei den Freiwilligen zu bedanken, findet jedes Jahr der „Dankesanlass Freiwillige“ statt, dieser wird von der Gemeinde Spiez zusammen mit der Koordinationsstelle (SMAG) organisiert. 2018 erfreute sich der Anlass erneut grosser Beliebtheit. Über 200 Freiwillige genossen im Lötschbergsaal verschiedene Darbietungen. Nach 2017 bot die SMAG auch 2018 für interessierte Freiwillige der Spiezer Vereine zwei Weiterbildungskurse im Bereich *Vorstandsarbeiten* und *Sponsoring* an. Diese wurden von der VHS organisiert und die SMAG übernahm die Kurskosten der Freiwilligen.

Veranstaltungskalender

Die 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, sowie jeden Monat im SpiezInfo veröffentlicht.

Verteilung von Flyern und Plakaten

Das im Jahr 2011 eingeführte Produkt wird regelmässig genutzt. Veranstalter von Anlässen haben ein Bedürfnis, ihre Veranstaltung in Spiez bekannt zu machen und zu bewerben. Auf Anmeldung der Veranstalter verteilte SMAG Flyer und/oder Plakaten in Spiezer Geschäften.

Anlaufstelle Gewerbe

Am 9. April 2018 präsentierte Stefan Seger dem Gemeinderat Spiez die bisherigen und geplanten Aktivitäten der Anlaufstelle Gewerbe. Die Hauptaufgaben der Anlaufstelle sind das Leerflächen-Management, die Firmenbesuche und Firmenschreiben, das Spiezer KMU-Treffen sowie das Vernetzen und Vermitteln von wirtschaftsrelevanten Spiezinformationen. Der Austausch mit der Gemeinde und dem Gewerbeverein für das Vorantreiben der Inhalte aus dem Portfolio (Massnahmen zur Stärkung des Gewerbes) wurde weitergeführt. Im 2018 haben 9 Firmenbesuche stattgefunden. 494 Zugriffe wurden im vergangenen Jahr auf die unter spiez.ch aufgeschaltete und monatlich aktualisierte Seite «Leerstände Spiez» verzeichnet (Durchschnittliche Verweildauer 2 Min. und 2 Sek.). Es haben rund 15 qualitative Flächenvermittlungs-Kontakte (Austauschgespräche mit Aufzeigen der Möglichkeiten) stattgefunden.

4. Jahresrechnung

Gemäss separater Aufstellung.





5. Ausblick

10 Jahre SMAG

2009 wurde die Spiez Marketing AG gegründet. Zum zehnjährigen Bestehen der SMAG planen wir einen angemessenen Festakt am 13. September 2019. Wir wollen den Aktionären, Leistungsträgern und Partnern die Zusammenarbeit verdanken und gemeinsam das Spiezer Ortsmarketingmodell würdigen.

Erstes Frühlingserwachen

Das Frühlingserwachen ist eine Aktion des Gewerbeverbands Spiez und der Spiez Marketing AG. Die Aktion dauert vom 8. April bis am 20. April 2019 und soll die Spiezer animieren, in die einheimischen Gewerbe einkaufen zu gehen und diese zu unterstützen. Während zwei Wochen gibt es in diversen Spiezer Geschäften Mitmach-Aktivitäten, Dauerangebote oder sonstige Rabatt-Aktionen.

Relaunch Naturlehrpfad

Eine Projektgruppe hat sich unter der Leitung der Spiez Marketing AG (SMAG) gebildet, um den bestehenden Naturlehrpfad zu aktualisieren und zu erneuern. Dabei ist die Idee aufgekommen, den Naturlehrpfad als ein Element eines ganzen Angebot-Bündels am Spiezberg zu betrachten. Der Naturlehrpfad Spiez soll 2019 aktualisiert werden und ab dann neu vermarktet werden.

FeWo-Projekt

Im Bereich Ferienwohnungen gibt es noch Potenzial für die Steigerung der Logiernächte. Wenn auf Seiten der Zweitwohnungsbesitzer oder Ferienwohnungsvermieter das Bedürfnis besteht, werden wir eine professionelle Dienstleistung konzipieren und einführen. Dabei würden wir im Auftrag der Eigentümer ihr Objekt vermieten. Die Dienstleistung beinhaltet den Gästeempfang, die Gästebetreuung, die FeWo-Instruktion, die Schlüsselübergabe, die Objektabnahme, die Reinigung, das Inkasso, die Abrechnung mit dem Eigentümer und die Vermarktung.

Investitionen Spiezer Hoteliers

Dem Hotel Belvédère steht eine grössere Umbauphase bevor. Im Oktober 2019 wird das Hotel für rund 8 Monaten geschlossen und die umfangreichen Bauarbeiten werden beginnen. Das Hotel wird Anfang Sommer 2020 wieder öffnen, mit einer erhöhten Zimmer- und Seminarkapazität sowie einer neuen Tiefgarage.

Das Strandhotel Seeblick in Faulensee hat im Herbst das geschlossene Hotel Seerose übernommen und wird nach einer Umbauphase die Zimmer der Seerose als Dépendence des Seeblicks vermieten. Die Eliminierung der Leerstände wird positive Einflüsse auf Faulensee haben.

Event-Highlights

Im Mai 2019 wird die **3. Kulturnacht** in Spiez stattfinden. Die lokalen Kulturanbieter bieten an zehn verschiedenen Standorten ein abwechslungsreiches Programm an.

Am 27. Juli steigt das 46. **Seenachtsfest** statt. Die Vorbereitungen zum Traditionsanlass laufen auf Hochtouren und die SMAG ist im OK vertreten. Auch in dieser Ausgabe des Seenachtsfest wird es wieder ein spezielles Feuerwerk sowie eine Flugshow der Patrouille Suisse geben.

Bereits zum siebten Mal in Folge werden die **Beach Soccer SM-Finalspiele** in der Bucht ausgetragen.

Das **Seaside Festival** geht in die 3. Runde. Am 23./24. August findet in der Spiezer Bucht das Musikfestival statt das Generationen verbindet. Der Vorverkauf ist längst angelaufen und demnächst werden alle 20'000 Tickets ihren Seasider gefunden haben.

Am Sonntag 8. September zieht der **Läset-Sunntig Spiez** zum 50. Mal durch die Spiezer Strassen.

Der beliebte **Chlouse-Märit** wird am Samstag 7. Dezember tausende Besucher nach Spiez locken.



Spiez Marketing AG

Info-Center Spiez

Bahnhofstrasse 10D, 3700 Spiez

Tel. 033 655 90 00

spiez@thunersee.ch / www.spiez.ch