

Geschäftsbericht 2011

Spiez Marketing AG

Spiez, im März 2012

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Vorwort des Geschäftsführers	2
2. Geschäftsübergreifende Themen	3
3. Geschäftsbereich Standortpromotion	7
4. Geschäftsbereich Events	12
5. Geschäftsbereich Projekte	14
6. Geschäftsbereich Dienstleistung vor Ort	17
8. Jahresrechnung	21
9. Ausblick	21

Beilage: Jahresplanung Aktivitäten 2011

1. Vorwort des Geschäftsführers

Das Spiezer Ortsmarketingmodell mit der Spiez Marketing AG (SMAG) ist etabliert und liefert konkrete, handfeste Ergebnisse. Wir sind gut unterwegs und sind stolz, dass die Ergebnisse nicht in Form von Konzepten sondern in Form von umgesetzten Massnahmen den Standort Spiez positiv bewegen.

Wir blicken auf ein sehr erfolgreiches zweites Geschäftsjahr der SMAG zurück. Wir haben unsere Ziele mehr als erreicht. Praktisch alle Vorhaben des sehr ambitionierten Massnahmenplanes 2011 konnten umgesetzt werden. Es ist uns sogar gelungen, neue strategiekonforme Aktivitäten umzusetzen. Die nachfolgenden Seiten geben im Detail Auskunft über die umgesetzten Massnahmen resp. die erreichten Ziele.

Die Jahresrechnung schliesst nach getätigten Abschreibungen und Rückstellungen mit einem Gewinn von CHF 26'831.93 ab. Es ist uns gelungen, den Ertragsausfall von TST durch geeignete Massnahmen erfolgreich zu kompensieren. Der jährliche Investitionskredit der Gemeinde von CHF 100'000 wurde im Jahr 2011, nachdem wir diesen im Jahr 2010 nicht voll ausgenützt hatten, etwas überzogen.

Wir sind erfreut über die im vergangenen Geschäftsjahr erzielten Resultate. Dieser Erfolge waren nur dank der engagierten und zielorientierten Arbeitsweise der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie des gesamten Verwaltungsrates möglich. Unsere Partner (Gemeindevertreter, Vereine, Organisationen) haben am gleichen Strick gezogen und SMAG damit wesentlich unterstützt. Ich bedanke mich bei allen, welche zum Erreichen der positiven Resultate beigetragen haben, ganz herzlich für den geleisteten Einsatz.



Stefan Seger
Geschäftsführer Spiez Marketing AG

2. Geschäftsübergreifende Themen

Verwaltungsrat

Der VR leitete an insgesamt 8 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 ist sehr gelungen 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	Externer Beobachter
Renato Heiniger	Verwaltungsrat	Gemeinde Spiez
Markus Schneider	Verwaltungsrat	Spiez Tourismus
Valentin Toneatti	Verwaltungsrat	Spiez Tourismus

Generalversammlung

Am 9. Mai ging unter Beisein sämtlicher Aktionäre (Einwohnergemeinde Spiez, Spiez Tourismus und Gewerbeverband Spiez) die erste Generalversammlung der SMAG über die Bühne. Die Aktionäre zeigten sich sehr zufrieden mit den geleisteten Arbeiten und verdankten die engagierte Arbeitsweise. Der Jahresbericht und die Jahresrechnung für das Geschäftsjahr 2010 wurden genehmigt. Die Mitglieder des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung wurden entlastet. Der Bilanzgewinn von CHF 21'938.40 wurde auf neue Rechnung vorgetragen. Auf Vorschlag des Verwaltungsrates wurde die Firma „Die Wirtschaftsprüfer.ch AG“ als Revisionsstelle gewählt.

Personal

Ende Februar verliess Andrea Zumkehr den Betrieb. Ihre Aufgaben wurden interimistisch, bis zur Übergabe an Thunersee Tourismus per Mitte Juni durch Marlene Zeller übernommen. In der Folge konnten wir erfolgreich auf ein System mit zwei Praktikanten umstellen. Tais Antunez wirkte vom 1.1.2011 bis 31.12.2011 für SMAG. Céline Reusser arbeitete ab 1.1.2011 bis 31.8.2011 bei SMAG und wurde ab 1.10.2011 durch Nicole Wyss ersetzt. Stefan Seger (100%), Marlene Zeller (100%), Eva Blaser (50%) und Beatrice Höchli (20%) wirkten im bisherigen Umfang.

Administration

Im Verlaufe des Jahres erneuerten wir einige Informatikkomponenten wie Drucker, Computer und Bildschirme. Mitte Juni führten wir die bargeldlose Zahlungsmöglichkeit ein. Wir akzeptieren nebst Maestro auch die Kreditkarten Mastercard und Visa.

Logiernächte

Bei den Ferienwohnungen kann ein Plus von 2.9 % gegenüber 2010 verzeichnet werden. Dies kann als grosser Erfolg gewertet werden, da aufgrund des starken Frankens mit einem Rückgang gerechnet werden musste. Insgesamt wurden 84 Ferienwohnungen und 7 B&B's vermietet.

In der Hotellerie muss ein leichter Rückgang von 1.9 % hingenommen werden. Der Rückgang kann mit der späten Öffnung des Strandhotels Seeblick in Faulensee und der vorzeitigen Schliessung des Hotels Belvédère im Oktober erklärt werden.

Neue Wort Bildmarke: Kraftort am Wasser

Spiez Marketing AG hatte Ende 2010 die fokussierte, weiterentwickelte Strategie für den Standort Spiez 2011 bis 2013 verabschiedet. Daraus hervor ging unter anderem die neue Wort-Bild-Marke „Spiez-Kraftort am Wasser“. Das bewährte und markante Spiezer Logo wird weitergeführt und mit dem Claim „Kraftort am Wasser“ verstärkt. Im März 2011 informierten wir Medien, Partner und Bevölkerung. Der neue Auftritt wurde akzeptiert und löste ein positives Echo aus. Die Einbindung des neuen Logos in den Drucksachen und Vorlagen sowie die Anpassung der Webseite erfolgte laufend. Der Werkhof unterstützte SMAG im Verankern der Wort-Bild-Marke. Verschmutzte/übermooste Stützmauern im Gemeindegebiet wurden mit dem hochdruckgereinigten Logo geschmückt. Wir produzierten Kleber und Kugelschreiber mit dem neuen Logo. Bilder der verschiedenen Kraftorte zierten auch unsere Weihnachtskarte 2011 und sind auf der Titelseite der neuen Gästemappe abgebildet.

Kreativgruppe

Die Kreativgruppe hat die Aufgabe im Brainstorming-Verfahren, Ideen für umsetzbare Massnahmen, zur Erreichung eines vorgegebenen Zieles, zu generieren. Wir haben eine Gruppe von neun Personen aufgebaut. Das Team hat im vergangenen Jahr erfolgreich vier Themen bearbeitet. Einige Massnahmen wurden im Verlaufe des Jahres umgesetzt.

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 können notwendige Massnahmen ableiten.

Mitarbeit in verschiedenen Arbeitsgruppen

SMAG vertrat die Interessen des Ortsmarketing in verschiedenen Arbeitsgruppen wie Kreisgestaltung Kronenplatz und Spiezwiler, Let's Swing, Ortsplanungsrevision und Kulturkoordination/ Kulturkalender.

Zusammenarbeit mit Thunersee Tourismus (TST)

Mit der Ende 2010 angekündigten organisatorischen Anpassung bei TST gab SMAG per Mitte Juni 2011 administrative Thunersee Tourismus-Aufgaben an TST ab. Dies hatte zur Folge, dass der Leistungsvertrag mit TST von CHF 107'000 (bis 2010) auf CHF 65'000 (2011) resp. auf CHF 30'000 (2012) gesenkt wurde. Für die verspätete Übergabe an TST konnte SMAG CHF 3'200 in Rechnung stellen.

Wir setzen uns intensiv mit der Zusammenarbeit auseinander. Zu Geschäften, bei denen wir eine unterschiedliche Haltung vertreten, gaben wir konstruktiv Feedback. Wir haben zu Händen des Vorstandes TST ein Positionspapier ausgearbeitet, welches einen Vorschlag über die Aufgabenteilung enthält und ebenfalls eine Empfehlung für die künftige Organisationsstruktur abgibt.

Übersicht Ortsmarketingkredit

Nachdem im Jahr 2010 der Ortsmarketingkredit mit CHF 53'672.30 nicht vollumfänglich ausgenützt wurde, beanspruchten wir im 2011 für die folgenden Vorhaben Gemeindegelder:

Datum	Geschäft	Kreditantrag	Abrechnung	Kumulierter Kreditstand
17.12.2010	Ortseingangstafeln	CHF 35'000.00	CHF 35'000.00	*CHF 35'000.00
10.01.2011	Beach Soccer Anlass in der Bucht	CHF 75'000.00	CHF 46'696.00	CHF 81'696.00
30.05.2011	Beflaggung Industriestrasse	CHF 4'000.00	CHF 3'500.00	CHF 85'196.00
19.09.2011	Werbepauschale Gold Star	CHF 10'800.00	CHF 10'800.00	CHF 95'996.00
19.09.2011	Diverse Projekte	CHF 12'000.00	CHF 11'614.15	CHF 107'610.15
24.10.2011	Weihnachtsbeleuchtung	CHF 43'700.00	CHF 34'157.15	CHF 141'767.30

*Kredit noch nicht abgerechnet

Leistungsvereinbarungen

Die meisten im 2010 abgeschlossenen Leistungsvereinbarungen laufen bis 31.12.2013. Einzig die Leistungsvereinbarung mit dem Ortsverein Faulensee musste erneuert werden. Mit unseren Leistungsempfängern pflegen wir den nötigen Informationsaustausch. Der auf der Strategie basierende Massnahmenplan 2012 wurde wiederum durch diese genehmigt.

Mit den Leistungserbringern führen wir jährliche Zielvereinbarungs- und Zielbeurteilungsgespräche durch.

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

3. Geschäftsbereich Standortpromotion

Einheitlicher Ortsplan

Der neue Ortsplan des gesamten Gemeindegebietes mit Suchregister, Strassenverzeichnis, Piktogrammen und Panoramakarte erschien im März mit einer Auflage von 25'000 Exemplaren. Für Einheimische und Gäste ist dieses Imprimat eine nützliche Unterlage. Zusätzlich liessen wir einen Ortsplan in Kurzform (Format A4) produzieren. Dieser dient Kurzaufenthaltern als wichtige Orientierungshilfe.

Spiez Guide

Einen Rückschlag mussten wir bei der Lancierung des erstmaligen Spiez Guide hinnehmen. Unser Inserateakquisitionspartner arbeitete nicht zu unserer Zufriedenheit. Es gab eine zeitliche Verzögerung, so dass wir schlussendlich entschieden, das Vorhaben um ein Jahr zu verschieben.

Leitfaden für Veranstalter

SMAG hat im März einen Leitfaden für Veranstalter hervorgebracht und an sämtliche Vereine verschickt. Das Werk enthält nützliche Informationen für die Organisation eines Anlasses und wird damit zum unverzichtbaren Ratgeber.

Gästemailing

Kurz vor Ostern verschickte SMAG ein Mailing an 1'400 Adressen (d, e) an ehemalige Ferienwohnungsgäste von Spiez. 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

Wir haben mit Radio Rottu einen Werbepauschalvertrag abgeschlossen. Dieser 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 Schlosskonzerte Spiez, kulinarische Züglirundfahrt, Spiez als Ausflugsort, Seenachtsfest, Beach Soccer, Läset Sunntig und Spiez Märli. Die kontinuierliche, längerfristige Bewerbung zeigt langsam Früchte. Vermehrt kommen Walliser Gäste nach Spiez.

Tourismusmarketing

In ausgewählten Medien warben wir für den Standort Spiez wie folgt:

Medium	Inhalt der Botschaft
Partnerschaft Lötschberger: Panoramakarte, Travel Guide, Newsletter und www.loetschberger.ch	Präsentation von Spiezer Angeboten und Events.
Partnerschaft Momente Berner Oberland Broschüre Momente (1/2 Seite) Gästemagazin thunersee info (1/2 Seite)	Spiezer Imageinserat Inserat Spiezer Sommer-Events
Inserat Interlaken (in Kooperation mit Spiezer Hotels, 1 Seite)	Spiez als alternative Übernachtungsmöglichkeit bewerben
Inserat Festführer Spiezathlon	Inserat Spiezer Sommer-Events
Zeitschrift Schweizer Gemeinden	Vorstellung des Spiezer Ortsmarketingmodells
Festführer vom eidg. Jodlerfest Interlaken	Inserat Spiezer Eventsommer 2011
Filmbeitrag Werbefilm Fussballclub Westham	Spiez als Ferienort

Internetauftritt www.spiez.ch

Wir arbeiten täglich an der Aktualisierung der Webseite in der Rubrik Tourismus. Anfangs Jahr haben wir ein leichtes Redesign für die gesamte Seite vorgenommen und die Marke Kraftort am Wasser integriert. Zum Thema Freiwilligenarbeit haben wir eine komplett neue Rubrik aufgebaut. Die Anzahl Besucher pro Tag waren 2011 mit 380 Besuchern konstant. Wir haben neu einen eigenen Zugriff auf die Statistik der Webseite. Gezielt ausgebaut haben wir auch die Bewirtschaftung der Spiezer-Facebook-Seite. Mittlerweile hat die Seite 395 Fans.

Repräsentations- und Präsentationsaufgaben

Wir waren nicht nur an den zahlreichen Hauptversammlungen der lokalen Vereine präsent, sondern betrieben Standortmarketing in Form von Referaten an wichtigen Veranstaltungen:

- Referat an der Hauptversammlung der bernischen AHV-Zweigstellenleiterinnen und Leiter (rund 100 Personen).
- Referat an der Tagung von Saas Fee – Saastal Tourismus (rund 40 Personen).

Winterpauschalangebot

Spiez trat erstmals mit einem Winterpauschalangebot am Markt auf. Mit dem Titel „Genuss und Geselligkeit in Spiez – dem Kraftort am Wasser“ versuchte SMAG zusammen mit den beteiligten Hotels Eden, Seegarten-Marina und GWATT-Zentrum Wintertouristen nach Spiez zu holen. Das Pauschalangebot, buchbar für 4 oder 6 Übernachtungen in den drei Hotels, beinhaltete ein attraktives und abwechslungsreiches Rahmenprogramm. Ein interessanter Wettbewerb erhöhte zusätzlich die Attraktivität. Die Bekanntmachung erfolgte via Directmailing an 10'000 Adressen in der Region Nordost- und Nordwestschweiz, Nachfasscalls, Internet und Medienorientierung.

Leider war der Rücklauf mit nur zwei Buchungen sehr ernüchternd und fernab der Zielsetzungen. Die eingeleitete Analyse ergab, dass der Misserfolg weder im Angebot selber noch in der Kommunikation lag. Wir orten den Hauptgrund für das Scheitern im fehlenden Bedürfnis in Spiez Winterferien zu verbringen. Es ist extrem schwierig ein künstlich geschaffenes Produkt in einem nachfrageschwachen Markt erfolgreich zu verkaufen. Es ist problematisch Spiez im Winter mit dem fehlenden Produkteangebot (Schloss, Rebbaumuseum, Schiff) zu einer attraktiven Winterdestination zu machen. Es gilt vielmehr die Stärke des Sommers auszudehnen und eine Saisonverlängerung (Frühling, Herbst) anzustreben. Dieser Strategiewechsel wurde im VR beschlossen und zukünftige Massnahmen werden sich auf Frühling oder Herbst beziehen.

Auszeichnung für Spiezer Vita Parcours

Die Stiftung Vita Parcours kürt jeden Monat eine seiner 500 schweizweiten Bewegungs- und Gesundheitsanlagen zum „Zurich vitaparcours des Monats“. Ausgezeichnet werden ausschliesslich schön gelegene, gut gebaute und mustergültig unterhaltene Parcours. Für den Monat Oktober fiel die Wahl auf den Vitaparcours am Spiezberg. Wir kommunizierten diesen Erfolg mit einer Pressemitteilung, einem SpiezInfo-Beitrag und dem verbesserten Web-Auftritt www.spiez.ch

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	<ul style="list-style-type: none"> •Strategie Standort Spiez •Rückblick 2010/Ausblick 2011 •Winter-Fotowettbewerb auf Facebook •Topanlass in der Spiezer Bucht •Highlights und Events 2011 •Neue Wort-Bild-Marke für Spiez •Bucht-Kiosk, Eröffnung •Neuer offizieller Ortsplan •Spiezer Zügli: Saison 2011 •Spiezerli •Spiezpropeller •Kulinarisches Zügli •Gästebetreuung und Tourismusangebot •Beach Soccer •Dienstleistungen der SMAG •Freiwilligenarbeit •Weihnachtsbeleuchtung •Ausschreibung Chlouse Märit •Auszeichnung für Spiezer Vita Parcours •SpieZiell •Winterpauschale: Genuss und Geselligkeit 	monatlich
SpiezLetter	~600 Partneradressen	<ul style="list-style-type: none"> •News aus dem VR •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.	<ul style="list-style-type: none"> •Bucht-Kiosk Pura Vida •Beach Soccer •SpieZiell •Seenachtsfest •Spiezer Zügli •Winterpauschale •Weihnachtsbeleuchtung •Freiwilligenarbeit •SpiezPropeller •SpiezSolar •Chlouse Märli 	situativ
SpiezFlash (Radio BeO)	Regionale Bevölkerung	Info über Veranstaltungen	Monatlich April bis Oktober
Webseite spiez.ch	Partner, Gäste, Bevölkerung	Infozusammenzug aus den genannten Inhalten	laufend

4. Geschäftsbereich Events

Wir setzen auf ein vielfältiges und breites Veranstaltungsprogramm, welches für alle Bevölkerungsgruppen interessant ist. Demensprechend setzen wir unsere Ressourcen zielgerichtet ein.

Kinderland Openair

SMAG unterstützte das Kinderland Openair mit kommunikativen Dienstleistungen ebenso mit dem Ticketvorverkauf. Das Kinderland Openair wurde sehr gut besucht. Die Veranstaltung war mit 1'400 Tickets ausverkauft und leider mussten einige Besucher abgewiesen werden.

Kino Openair

Im 2011 fand das traditionelle Kino Openair nicht statt. Wir konnten Markus Balmer nicht umstimmen; das Team wollte eine Denkpause einlegen. Wir haben demzufolge Gespräche mit Werner Stalder aufgenommen, um zukünftig diese Lücke schliessen zu können. Wir begrüssen die Initiative von Werner Stalder, welcher in Eigenregie eine alternative Kinoveranstaltung im Rondell neben dem Restaurant Welle aufzog.

Bucht- und Seenachtsfest

SMAG war zuständig für die Umsetzung der Kommunikationsmassnahmen des Seenachtsfestes. In der Kommunikation wurden deutlich mehr Massnahmen als üblich umgesetzt.

Als Neuheit startete das Fest bereits am Freitagabend mit der Grossen Nacht des volkstümlichen Schlagers. Die Organisation des Seenachtsfestes vom 29. und 30. Juli verlief problemlos. Die Besucherzahlen blieben jedoch beide Abende unter den Erwartungen. Am Freitagabend kamen rund 450 Besucher an das Schlagerfest. Das Zelt war bei weitem nicht gefüllt, die Stimmung war jedoch gut. Am Samstagabend fanden knapp 7000 Personen den Weg in die Bucht. Dies waren rund 2000 Besucher weniger als 2009. Die zweifelhafte Witterung und die hohen Eintrittspreise war der Hauptgrund für den Rückgang. Das Feuerwerk konnte wiederum begeistern.

Suzuki Beach Soccer League 19. – 21. August

Es ist uns bereits im zweiten SMAG-Jahr gelungen, die strategische Schlüsselmaßnahme, einen einzigartigen, wiederkehrenden Anlass nach Spiez zu holen, zu realisieren.

Wir blicken auf einen äusserst erfolgreichen Beach Soccer Event zurück. Die Organisation verlief reibungslos und Spiez hat beste Standortwerbung gemacht. Die 14 Teams aus der ganzen Schweiz und der nationale Verband lobten Spiez als besten Austragungsort. Spiez erhielt sehr viel Medienpräsenz: 6½ Minuten SFDRS-Sportpanorama, 15 Min. Schweizer Sportfernsehen, 6-teilige Berichterstattung im Berner Oberländer, Thuner Tagblatt und Berner Zeitung, 30½ Minuten Radio BeO und viel Beachtung in den elektronischen Kanälen (Webseiten, Facebook). Die Webcam von der Bucht, ging um die halbe Welt. Der Umsatz, welcher durch die Spiezer Location generiert wurde, beträgt rund CHF 100'000.--. Etwa die Hälfte der Leistungen wurde durch Spiezer Institutionen erbracht.

Rund 1'000 begeisterte Zuschauer, darunter viel Prominenz und die Tahitianische Nationalmannschaft, verfolgten das Länderspiel SCHWEIZ - DEUTSCHLAND. An jedem der 13 Playoff-Spielen waren zwischen 300 und 500 Personen anwesend.

Läset Sunntig, 25. September

Wir haben den Verein mit einem Radiospot im Radio Rottu kommunikativ unterstützt. Der Verein hat die von SMAG begleitete Aktion „Rettet das Spiezerli“ aufgenommen und den Nachbau des Spiezerli am Umzug präsentiert.

WGA, 20. – 23. Oktober

Wir nahmen an der WGA teil und betreuten einen informativen Stand, welcher ansprechende Besucherzahlen verzeichnete. Unser Stand gefiel. Wir informierten die Besucher an unserem Auftritt über die wichtigsten Vorhaben (Strategie, Beach Soccer, Winterangebot, Spiez Propeller, Sammelaktion Spiezerli, Weihnachtsbeleuchtung). Im Zentrum des Auftritts standen die Freiwilligenarbeit und das zusammen mit SPIEZaktiv lancierte Vorhaben SpieZiell.

Chlouse-Märit, 03. Dezember

SMAG organisierte den Chlouse-Märit. Mit rund 100 Anmeldungen hatten wir gegenüber dem Vorjahr leicht weniger Stände. Wir setzten mehr auf Qualität als auf Quantität und erteilten ein paar Absagen. Der Markt verlief reibungslos und viele Besucher lobten den qualitativ guten Markt. Rund ein Fünftel waren neue Marktfahrer. Diese schätzten die verhältnismässig günstigen Standmieten.

5. Geschäftsbereich Projekte

Weihnachtsbeleuchtung

Unter der Leitung der SMAG erarbeitete ein Projektteam ein umfassendes Konzept für die bäuertübergreifende, etappierbare Weihnachtsbeleuchtung. Die Arbeit zeigte erstmalig die gesamten einmaligen Investitions- und jährlich wiederkehrenden Betriebskosten transparent auf. Der Verwaltungsrat der SMAG diskutierte das Konzept an zwei VR-Sitzungen eingehend und kam, nicht zuletzt aus Kostengründen, zum Schluss auf flächendeckende Kandelaberlösungen und Strassenquerungen zu verzichten. Spiez (ganzes Gemeindegebiet) sollte an Weihnachten punktuell an ausgewählten Standorten/Objekten durch innovative Ideen beleuchtet werden.

In der Folge erarbeitete und realisierte die Projektgruppe den neuen Beleuchtungsvorschlag für den Winter 2011/2012. Anlässlich einer Feier wurde die neue punktuelle Beleuchtung der Bevölkerung und den Medien vorgestellt. Das Konzept wusste zu gefallen und löste viele positive Reaktionen aus.

Ortseingangstafeln

Als regelrechte Zangengeburt gestaltete sich die Realisierung der neuen Ortseingangstafeln. Das Vorhaben Koppelung Ortseingangstafel und Eventhinweis konnte aufgrund kantonaler Richtlinien nicht wie geplant umgesetzt werden. Die geplanten Tafeln wurden als „Werbetafeln“ taxiert und damit waren die vorgesehenen Standorte nichtig. Wir entschieden uns, das Projekt abzuändern und gesetzlich konforme Ortseingangstafeln an den bestehenden Standorten zu realisieren. Im Dezember wurden die fünf neuen Ortseingangstafeln aufgestellt.

Beflaggungsplan

2011 haben wir erstmals einen bäurtübergreifenden Beflaggungsplan erstellt. Der Werkhof führt die Beflaggung gemäss den Weisungen der SMAG aus. Der Ersatz der Flaggen wird nun einheitlich über die Einwohnergemeinde finanziert. Die Industriestrasse konnte neu mit Montagevorrichtungen ausgerüstet werden. Bei Grossanlässen im ABC-Zentrum werden dort die Flaggen gehisst.

Gesamtkonzept Bucht Spiez

Die SMAG hat sich im Mitwirkungsverfahren aktiv eingebracht. Im März reichten wir unsere Stellungnahme ein und vertraten diese an den nachfolgenden Planungssitzungen. Im Zentrum standen dabei die dringende Erneuerung der Minigolfanlage, die Etablierung eines permanenten Bach-Soccer-Feldes und die Errichtung eines Boules-/Pétanque-Platzes. Wir nehmen erfreut zur Kenntnis, dass unsere Sicht der Dinge auf positive Ohren gestossen ist und in die Realisierungsplanung eingeflossen ist. Wir stellen aber auch fest, dass aufgrund der politischen Prozesse die Realisierung viel Zeit in Anspruch nimmt.

Spiezerli

SMAG unterstützte die Geldsammelaktion zu Gunsten des Schraubendampfers Spiezerli. Wir sind der Meinung, dass die Wiederinbetriebnahme des „Spiezerli“ aus touristischer Sicht nützlich ist und Spiez auch wirtschaftlich etwas bringen kann. Primäres Ziel war nicht die Entrichtung einer Geldspende, sondern vielmehr die Ausarbeitung und Umsetzung von Massnahmen, welche in Spiez und Umgebung die Begeisterung für den ältesten Schraubendampfer auslösten und den Funken für die Spendetätigkeit zündeten. Dies gelang: Der Verein Susige Griäch baute das Schiff im Massstab nach und präsentierte am Läset Umzug das Konstrukt. Einige Spiezer Vereine zeigten daraufhin Solidarität und spendeten ordentliche Beiträge. SMAG konnte mit dem freiwilligen UGA-Zuschlag ebenfalls CHF 500 an die Sanierung beisteuern.

Spieziell Produkte

Zusammen mit SPIEZaktiv starteten wir das Projekt SPIEZIELL. Ziel des Vorhabens ist die Entwicklung und Vermarktung von Spiezer Identitätsprodukten. Diese sollen den Namen von Spiez in der Öffentlichkeit bekannt machen und Spiez als innovativen Ort positionieren. Die Marke SPIEZIELL ist ein Gütezeichen zur Auszeichnung von Spezialitäten, welche in der Gemeinde Spiez produziert, verarbeitet oder angeboten werden. Bereits können mehr als 30 Produkte unter diesem Label auf der neu geschaffenen Internetplattform www.spieziell.ch präsentiert werden.

Spiez Propeller

In Zusammenarbeit mit dem Künstler Hanswalter Graf und der Primarschule Räumli realisierten wir zwei Projekte. Im Sommer stellten wir die Filmpremiere „die schönste Bucht Europas“ (ein filmischer Ideenkatalog über mögliche Weiterentwicklungen der Spiezer Bucht) den Medien und der Öffentlichkeit vor. Das zweite Projekt lieferte einen Beitrag zur Weihnachtsbeleuchtung. Es entstand „die mobilste Weihnachtsbeleuchtung Europas“. Diese wurde anlässlich einer Feier der Öffentlichkeit übergeben.

6. Geschäftsbereich Dienstleistung vor Ort

Gästebetreuung

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

- Gästebetreuung: Schalter, Telefon, E-Mail für Spiez und die Thunersee-Region
- Zentrale Reservationsstelle Hotel und Ferienwohnungen Thunersee
- Anbieten von Gäste-Apéros und Gästeehrungen
- Inkasso Kurtaxen und Erstellen der Logiernächte-Statistik
- Konzeption und Abgabe SpiezCard
- Eventkoordination
- Erstellen und Versand Monatsprogramm
- Vorverkaufsstelle Gemeindetageskarten SBB
- Vorverkaufsstelle Thunerseespiele, Kinderland, Seenachtsfest
- 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.

Gästekbefragung

150 Gäste haben den Gästefragebogen ausgefüllt zurück gebracht. Positiv bewertet wurden insbesondere die schöne Landschaft, die Freundlichkeit der Menschen sowie das reichhaltige Ausflugsangebot. Kritik gab es vermehrt für das Preis- / Leistungsverhältnis sowie für das Parkplatzangebot. Vermisst werden ausserdem Angebote im kulturellen Bereich. Der Service und die Atmosphäre in den beiden Tourismusbüros in Spiez und Faulensee wurden ganzheitlich positiv bewertet.

SpiezCard

Die Spiezer Gästekarten SpiezCard konnte erneut angeboten werden. Die Karte bietet den Spiezer Übernachtungsgästen zahlreiche kostenlose und reduzierte Angebote und wird jeweils sehr geschätzt. Kernangebot ist einerseits der kostenlose Transport mit dem Postauto innerhalb der Gemeindegrenzen wie auch mit dem Spiezer Zügli.

Koordinationsstelle Freiwilligenarbeit

Wir betreiben im Auftrag der Einwohnergemeinde Spiez seit April 2011 die neue Koordinationsstelle Freiwilligenarbeit Spiez. Im ersten Jahr wurden in erster Linie Aufbauarbeiten getätigt (10%). Die Erarbeitung des Webauftrittes, des Erscheinungsbildes, der Ausschreibungsplattformen sowie der verschiedenen Formulare und Checklisten stand im Vordergrund. Das Know-How haben wir uns am Lehrgang für Freiwilligen-Begleitung von Benevol Biel angeeignet. Als grosser Erfolg kann die Gewinnung des Hauptsponsors AEK Bank 1826 gewertet werden, welcher die Koordinationsstelle 2012 mit CHF 10'000.- unterstützt. Die Koordinationsstelle wurde an der WGA im Oktober offiziell lanciert und konnte an verschiedenen öffentlichen Anlässen der Bevölkerung vorgestellt werden. Nach dem Aufbaujahr wird die Stelle im 2012 mit einem Pensum von 25 % betrieben. Die ersten Erfolge im Bereich der Freiwilligenvermittlung konnten bereits erzielt werden.

Spiezer Zügli

Wir können auf eine sehr erfolgreiche Saison zurückblicken. Mit geschätzten 10'000 Passagieren verzeichneten wir in der 16jährigen Zügligeschichte das beste Ergebnis. Die sanften Produkteinpassungen und die verstärkten Kommunikationsmassnahmen zeigten also Wirkung. Leider mussten wir auch von 2 Kollisionen, glücklicherweise nur mit Blechschaden, Kenntnis nehmen.

Bucht Kiosk

Es ist uns nicht nur gelungen die neuen Pächter zu rekrutieren, sondern gleichzeitig diejenigen auszuwählen, welche unsere strategischen Absichten am besten umzusetzen versprochen. Die neuen Pächter legten bei den durch die Gemeinde koordinierten Erneuerungsarbeiten gleich selber Hand an. Der Kiosk wurde baulich auf Vordermann gebracht, um auch der Lebensmittelgesetzgebung zu entsprechen. Am 8. April wurde der neue Betrieb anlässlich einer Feier eröffnet. Die Pächter erzielten nach eigenen Angaben eine ansprechende erste Saison. Der Gastronomieumsatz war trotz des späten Saisonstarts und des verregneten Sommers höher als in den Vorjahren. Die Sportanlagen hingegen, wurden wegen ihres Zustandes weniger frequentiert.

Erfreulicherweise konnten wir viele positive Rückmeldungen aus der Bevölkerung registrieren. Die Spiezer Bucht wurde durch das neue Angebot bereichert. Einziger Wermutstropfen waren die Einigungsverhandlungen vor dem Regierungsstatthalteramt in Sachen Öffnungszeiten und Anzahl Sitzplätze. Schlussendlich gelang es uns einen guten Kompromiss auszuhandeln.

Gemeindetageskarten UGA

Aufgrund der Spiezer Einwohnerzahlen können wir ab 2011 maximal 10 unpersönliche Gemeindetageskarten anbieten. Wir halten deren Laufzeiten gestaffelt, um auf allfällig änderndes Nachfrageverhalten reagieren zu können. Unsere 10 UGA's erreichten eine Verkaufsauslastung von sensationellen 92.14 %. Aufgrund der SBB-Preiserhöhung wird der Verkaufspreis ab 01.07.2012 auf CHF 45.- erhöht.

Gästeinformationsmappe

Im Frühling konnten wir wiederum die umfassende (rund 70 Seiten) und sehr beliebte Gästeinformationsmappe in 205 Exemplaren (120 d, 50 e, 35 f) ausliefern. Die zusammengestellten Informationen dienen den Gästen der Ferienwohnungsbesitzer und Hoteliers als sehr nützliche Informationsquelle.

Veranstaltungskalender

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

Verteilung von Flyern und Plakaten

Wir haben ein neues Angebot für die Flyer und Plakatverteilung in Spiez auf die Beine gestellt. Wochenplatzleute verteilen auf Anmeldung des Veranstalters die Flyer und/oder Plakate in Spiezer Geschäften. Die Gewerbetreibenden wurden bei der ersten Verteilung mit einem Schreiben über das neue Angebot informiert und um ihre Mithilfe gebeten. Das Angebot mit Preisliste wurde den Vereinen via E-Mail verschickt und auch im SpiezInfo kommuniziert.

8. Jahresrechnung

Gemäss separater Aufstellung.

9. Ausblick

Wir freuen uns, mit unverändertem Personalbestand sowohl im Verwaltungsrat als auch im SMAG-Team die Projekte vorwärts treiben zu können.

Ende März hat der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung anlässlich einer Klausur eine kritische Reflexion des bisher Erreichten vorgenommen und einen Ausblick durchgeführt.

Wir werden den eingeschlagenen Weg im 2012 konsequent weiter gehen. Viele im 2011 lancierte Vorhaben werden weiter geführt. Der Massnahmenplan 2012, zu welchem die Aktionäre Stellung bezogen haben, basiert wiederum auf der verabschiedeten Strategie. Wir sind sehr erfreut, dass der Gemeinderat der Planung des Ortsmarketingkredites im Januar zugestimmt hat. Der Rahmenkredit sieht Ausgaben von CHF 126'000 vor. Mit diesem Entscheid unterstützt der Gemeinderat die SMAG massgeblich und würdigt damit das bisher Erreichte.

Der umzusetzende Massnahmenplan 2012 ist wiederum ambitiös. Wir sind guten Mutes unsere wichtigen Projekte realisieren zu können. Dazu gehören wiederum einige Neuheiten:

Spiez Guide

Im März erscheint die erste Ausgabe des Spiez Guide. Der Spiezer Freizeit- Gastro- und Shoppingführer wiedergibt das Spiezer Angebot ziemlich vollständig und wird in einer Auflage von 10'000 Stück gedruckt. Wir haben mit dem Verlagspartner (Weber AG) einen Dreijahresvertrag abgeschlossen. Im Gastorbereich konnten recht viele Partner akquiriert werden. Bei den Detaillisten war das Echo kleiner.

Beach Volleyball

Es ist uns gelungen, die erweiterte Nationale Elite nach Spiez zu holen. Am 4./5. August dürfen wir die Sinalco Beach Volleyballtour in der Bucht begrüßen. Wir erwarten je ein 12er Damen- und Herrentableau.

Kantonale Sportlerehrung

Wir haben den Zuschlag für die Sportlerehrung des Kantons Bern erhalten. Im Rahmen des Beach Soccer Wochenendes vom 17. – 19. August werden die MedaillengewinnerInnen an Europa-, Weltmeisterschaften oder Olympischen Spielen durch den Regierungsrat des Kantons Bern geehrt.

Kanuweg

Im Juni 2012 möchten wir den ersten Kanuweg am Thunersee eröffnen. Es ist das Ziel mit drei Vermietstationen Gütital, Faulensee und Bucht Spiez zu starten. Selbstverständlich werden nebst One-Way-Vermietungen auch Vor-Ort-Vermietungen möglich sein. Als Erweiterung des Wassersportangebotes evaluieren wir auch SUP (Stand Up Paddling). Im Endausbau soll die ganze Spiezer Seeküste erschlossen werden.

Stadtführung

Mit „Entdecke Spiez im Zügli“ bringen wir im Juni eine Stadtführung der etwas anderen Art auf den Markt. Die geführte Stadtführung bietet eine Entdeckungsfahrt durch Spiez mit live Kommentar, ein Glas Spiezer Weisswein und den Besuch des Heimat- und Rebbaumuseums.

Idee Kunsteisbahn

Die Realisierung des Masterplanes Bucht Spiez mit unseren Eingaben permanente Sandanlage, neue Minigolfanlage und Boules/Pétanque-Platz wird aufgrund der politischen Prozesse erst im 2013 möglich. Die Idee einer Kunsteisbahn ist schon ziemlich konkret. Wir haben eine umweltfreundliche Schlittschuhanlage basierend auf PVC getestet und eine Realisierung ist für Winter 2012/2013 angedacht. Wenn die meteorologischen Bedingungen günstig sind, lässt sich auf der PVC-Fläche Natureis herstellen.