

Jahresbericht 2011

Haslital Tourismus





Jahresbericht Präsident



Herausragendes Ereignis im Tourismusjahr 2011 des Haslitals war, da gehen Sie sicher mit mir einig, das Gesuch der Bergbahnen Meiringen Hasliberg AG um Nachlassstundung. Trotz der vielen Indizien, die bereits in den Vorjahren auf ein solches Ereignis hindeuteten, sass der Schock bei der einheimischen Bevölkerung tief. Abgesehen vom nicht zu beneidenden Verwaltungsrat, dessen Kapitän das sinkende Schiff vorzeitig verlassen hatte und des in solchen Fällen wohl unvermeidlichen Besserwissergeschwätzes, stellten sich auch zahlreiche Talbewohner ernsthaft die Frage, was nun zu tun sei.

Wir wissen heute, dass die Bergbahnen ein neues, zukunftsweisendes Fundament bekommen haben – dies dank grossem Idealismus und noch viel grö-

serem Mut des einheimischen Investorenpaars, Christian Ghelma und Hanspeter Wenger, dem überwältigenden Vertrauen der bisherigen Aktionäre und Gläubiger, darunter zahlreiche Gewerbebetriebe sowie Behörden und Stimmbürger. Der Umstand, dass im gesamten Sanierungsprozess letztendlich «nur» ein ernsthafter Investor im Vordergrund stand, heisst nicht, dass sich nicht etliche Personen aus dem Tal, tatkräftig um Lösungen bemüht haben. Wenn Not am Mann, bzw. der Frau ist, sind wir offenbar doch bereit, sehr viel zu tun, um dem Tourismus im Tal zum Erfolg zu verhelfen.

Innerhalb einer Destination oder unter angrenzenden Destinationen können die Tourismusaktivitäten der einzelnen Anbieter sich nicht an einem Wettkampf zur Gewinnung der Gäste orientieren. Unbesehen von Leistungsträgerstrukturen oder Destinationsgrenzen will der Gast seine Aufenthaltsbedürfnisse optimal abgedeckt wissen. Diese Nachfragebefriedigung ist nur mit einem gemeinsamen Vorgehen zu bewerkstelligen, sei dies bei der Angebotsgestaltung oder bei den direkten Kundenkontakten. Das

heisst, von den touristischen Leistungsträgern ist Gemeinschaftssinn gefordert. Wie wir wissen, liegt dieser nicht einfach auf der Strasse herum, wo man ihn nur aufzuheben braucht. Um ihn zu finden und zu halten, sind gemeinsame Visionen notwendig und müssen wir uns zu einem nachhaltigem Teamwork zusammen raufen.

Gelingt uns dies, auch wenn wir nicht in einer (Bergbahn-)Krisensituation stecken? Davon bin ich überzeugt, danke allen, die sich für den Tourismus im Haslital einsetzen und wünsche eine erfolgreiche Zukunft.

Herzlichst

Andreas Michel
Präsident Haslital Tourismus



Jahresbericht Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung von Haslital Tourismus wurde auch im Berichtsjahr 2011 durch Nils Glatthard (Vorsitz der Geschäftsleitung, Marketing) und Alexander Zwahlen (Betrieb und Gästemarketing) wahrgenommen. Mitglieder der Geschäftsleitung sind zudem Margrith Frey, Betriebsleiterin, und Ueli Hug, Marketingleiter. Dieses Team ist in unveränderter Zusammensetzung seit 2007 für die operativen Tätigkeiten von Haslital Tourismus verantwortlich.

Haslital Tourismus stehen gut ausgebildete und zu einem grossen Teil langjährige Mitarbeitende zur Verfügung, die sich mit Talent, Motivation und aktuellstem Fachwissen für die Destination, für Besucher und Gäste und vor allem auch für die Leistungsträger engagieren. Wir danken unseren Mitarbeitenden und allen Lernenden ganz herzlich für den grossen Einsatz im vergangenen Jahr.

Im Jahresbericht 2010 hat Haslital Tourismus für das Tourismusjahr 2011 die folgenden Schwerpunkte definiert:

- Mit fokussierten Marketing-Aktivitäten die Logiernächte und Frequenzen in einem unverändert schwierigen wirtschaftlichen Umfeld zu behaupten und wenn immer möglich auszubauen.
- Die Zielmärkte im Hinblick auf eine ausgewogenere Risikoverteilung zu überprüfen.
- Die Zusammenarbeit mit unseren destinations-internen und -externen Kooperationspartnern zu intensivieren und verstärkt Marketing- und weitere Dienstleistungs-Aufträge zu akquirieren.

- Die Bergbahnen Meiringen Hasliberg im notwendigen Restrukturierungs-Prozess zu begleiten und zu unterstützen.
- 1–2 zusätzliche Grossanlässe ins Haslital zu holen.
- Die Standort-Projekte in Meiringen und am Hasliberg erfolgreich abzuschliessen.
- Die Revision des TEG, zusammen mit den Branchen-Partnern, zu fördern und anschliessend in der Destination zweckmässig umzusetzen.
- Für unsere Mitarbeitenden ein verlässlicher, attraktiver und partnerschaftlicher Arbeitgeber zu bleiben und die persönliche und berufliche Entwicklung der Mitarbeitenden zu fördern.

Wo stehen wir bei diesen Aktions-Schwerpunkten heute?

Übernachtungszahlen, Frequenzen

Nachdem die Gastgeber im Haslital 2008 ein sehr gutes Resultat, 2009 ein Spitzenresultat und 2010 einen minimalen Rückgang der Übernachtungszahlen erarbeitet haben, kam es 2011 leider zu einem deutlichen Einbruch bei allen Beherbergungsbetrieben, ganz besonders im Bereich der Ferienwohnungen. Gründe für dieses unbefriedigende Ergebnis sind schnell gefunden, plausibel und leider kaum beeinflussbar: die wirtschaftliche Entwicklung global und vor allem in unseren wichtigsten Quellmärkten Deutschland, Niederlande und Grossbritannien, die fast schon dramatische Wechselkurs-Entwicklung, die Ferien in der Schweiz für Gäste aus dem Euro- und Pfundraum massiv verteuert und

umgekehrt für Schweizer Aufenthalte im Euroland und in den USA ausserordentlich attraktiv macht.

Neben diesen wesentlichen, für die Entwicklung der Übernachtungszahlen hauptverantwortlichen Gründen gilt es aber auch, die Ausrichtung und die Aktivitäten der Tourismusorganisation und aller Leistungsträger kritisch zu hinterfragen. Haslital Tourismus muss zur Kenntnis nehmen, dass sich die einseitige Ausrichtung auf die klassischen europäischen Märkte in der aktuellen Phase ungünstig auswirkt. Verschiedene Leistungsträger haben reagiert und erzielen bereits erfreuliche Frequenzen mit Gästen aus dem asiatischen Raum. Haslital Tourismus ist bereit, in der Zukunft in Kooperation mit Schweiz Tourismus und den Nachbardestinationen Marktbearbeitungsmassnahmen auf aussereuropäischen Märkten anzugehen und als Türöffner für die Beherberger in der Destination auf diesen «neuen» Märkten zu wirken. Erste konkrete Erfolge sind auf dem Märkten Indien, China und Korea zu verzeichnen.

Die Ausflugsziele im Haslital verzeichneten 2011 durchschnittliche bis gute Frequenzen und Ergebnisse im Rahmen des Vorjahres, die Spitzenresultate aus dem Jahr 2009 wurden aber klar verfehlt.

Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG

Die wirtschaftlichen Probleme der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG eskalierten nach einem schneearmen Winter 2010/11 mit Mindereinnahmen von CHF 1 Mio. gegenüber dem Budget und



gipfelten in einem gerichtlichen Nachlassverfahren. Diese Geschehnisse fanden schweizweit eine grosse mediale Beachtung. Die Augen vieler waren zwar auf das Haslital gerichtet, die Botschaft war allerdings weitgehend negativ und führte zu einer grossen Verunsicherung bei Gästen, Reiseveranstaltern und insbesondere auch innerhalb der Destination. Nach Einschätzung von Haslital Tourismus war die Phase der Nachlassstundung bei den Bergbahnen für die allermeisten touristischen Leistungsträger im Haslital belastend und alles andere als geschäftsfördernd.

Haslital Tourismus war und ist von den Ereignissen rund um die BMH AG stark betroffen, sind doch die Bergbahnen nicht nur ein zentraler touristischer Leistungsträger, sondern auch grösster Auftraggeber der Tourismusorganisation. In den vergangenen Jahren konnte der Marktauftritt unter dem Brand «Haslital. Berner Oberland» mit den Bergbahnen komplett synchronisiert werden, was branchenweit grosse Anerkennung gefunden hat. Die BMH AG ist Mitglied im Marketingausschuss und beauftragte Haslital Tourismus mit der Planung und Umsetzung eines Grossteils der Marketingmassnahmen. Haslital Tourismus erbringt zudem seit mehreren Jahren Verkaufs- und Beratungsdienstleistungen für die BMH AG in der Tourist Info Meiringen. In den Tourist Infos auf dem Hasliberg und in Innertkirchen ist eine ähnliche Zusammenarbeit vorgesehen. Insgesamt wurden so bisher Leistungen im Wert von ca. CHF 500 000 pro Jahr zwischen Haslital Tourismus und der BMH AG ausgetauscht. Der Entscheid des Verwaltungsrats der BMH

AG zur Einreichung eines Gesuchs um Nachlassstundung erfolgte für Haslital Tourismus überraschend, ohne konkrete Vorwarnung. Zu diesem Zeitpunkt hatte Haslital Tourismus fakturierte, unbezahlte Vorleistungen zugunsten der Bergbahnen im Betrag von über CHF 100 000 erbracht und weitere Leistungen für das Jahr 2011 im Wert von CHF 300 000 geplant und zu einem grossen Teil fix disponiert, d.h. bereits in Auftrag gegeben. Es muss nicht speziell betont werden, dass damit für Haslital Tourismus eine existenzbedrohende Situation eingetreten war, die in der Folge Vorstand, Geschäftsleitung und Mitarbeitende von Haslital Tourismus ausserordentlich forderte. Eine tiefgreifende Überarbeitung der gesamten Planung und des Budgets für das laufende Jahr, betriebswirtschaftliche und rechtliche Abklärungen, Anpassungen im Mitarbeiterbestand, lokalisieren, aushandeln und durchsetzen von internen und externen Sparmassnahmen waren notwendig, um den wirtschaftlichen Fortbestand der Tourismusorganisation zu sichern. Im Sinne eines Fazits kann diese herausfordernde Phase mit folgenden Feststellungen abgeschlossen werden:

1. Grosse Abhängigkeit der Tourismusorganisation von wichtigen Leistungsträgern und Auftraggebern.
2. Ungenügende Integration der Tourismusorganisation bei der Erfassung und Lösung der wirtschaftlichen Probleme der BMH AG.
3. Ungebrochene Motivation und Leistungsbereitschaft aller Mitarbeitenden von Haslital Tourismus.

4. Starkes Zeichen der Unterstützung durch die Gemeinden zugunsten von Haslital Tourismus in Form eines Teilverzichts von Einlagen in die Kurortenerneuerungsfonds.
5. Spannender, interessanter Lernprozess.
6. Kontinuierliche, verlässliche Arbeit im Betrieb, im Marketing, im Gästemarketing und im Eventbereich war auch unter ausserordentlich schwierigen Bedingungen möglich.
7. Dank grossem Effort aller Beteiligten konnte ein vertretbares Jahresergebnis erreicht werden.

Die Weichen für eine erfolgversprechende Zukunft der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG sind nun gestellt, die Sanierung ist geschafft und ein überzeugender Neustart dieser touristischen Schlüsselunternehmung steht bevor. Haslital Tourismus ist zuversichtlich, dass damit die Leistungsfähigkeit und das Vertrauen in die Zukunft im Haslitaler Tourismus insgesamt wieder deutlich zunimmt.

Zusammenarbeit mit den Gemeinden

Die Zusammenarbeit mit den Gemeinden Brienzwiler, Schattenhalb, Innertkirchen, Guttannen, Gadmen, Hasliberg und Meiringen basiert auf Leistungsvereinbarungen, die grossenteils 2010 erneuert werden konnten. Diese Leistungsvereinbarungen definieren die durch Haslital Tourismus zu erbringenden Leistungen. Basis der Leistungsvereinbarungen sind die Kurtaxen- und TFA-Reglemente der Gemeinden, die zusammen mit den Gemeindebeiträgen auch die Finanzierung der Tourismusorganisation weitgehend sicherstellen. Die Kurtaxen- und



TFA-Ansätze und die Gemeindebeiträge sind seit vielen Jahren unverändert. Eine Anpassung müsste aus Sicht Haslital Tourismus nicht kurz-, aber doch mittelfristig geprüft werden.

Im Zusammenhang mit den Kurtaxenreglementen wurden 2011 verschiedene Vorgespräche mit den Gemeinden geführt. Vordringliches Ziel von Haslital Tourismus ist ein Systemwechsel im Bereich der Ferienwohnungen von der bisherigen Abrechnung pro Übernachtung hin zu einer Pauschalabrechnung pro Objekt, abhängig von der Objektgrösse. Mit diesem Wechsel soll für alle Beteiligten eine administrative Vereinfachung erfolgen und zudem ein zusätzlicher Anreiz zur Vermietung der Ferienwohnungen gesetzt werden. Der Systemwechsel soll insgesamt nicht Mehreinnahmen zugunsten von Haslital Tourismus generieren. Tendenziell dürfte die Belastung für nicht oder wenig vermietete Wohnungen eher steigen, für gut vermietete Objekte wird die Belastung pro Übernachtung sinken. Im Frühsommer 2012 wird zu diesem Thema eine Vernehmlassung durchgeführt. Anschliessend wird der Reglementsentwurf mit den Gemeinden bereinigt und zur Abstimmung gebracht. Bei positivem Verlauf ist die Einführung auf den 01.01.2013 vorgesehen.

Die Gemeinden leisten über die Kurortserneuerungsfonds und regelmässig auch aus den ordentlichen Budgets wertvolle Beiträge an die Entwicklung der touristischen Infrastruktur. So wurden 2011 zum Beispiel der Ausbau der Beschneiungsanlagen auf dem Skischulgelände am Hasliberg und der unmittelbar

vor der Realisierung stehende «Sherlock Holmes Weg» in Meiringen mit namhaften Beträgen aus den Kurortserneuerungsfonds unterstützt.

In Zusammenarbeit zwischen dem VBS/Militärflugplatz Meiringen und den meisten Haslitaler Gemeinden konnte 2011 eine neue Stelle im Bereich Standortmarketing geschaffen werden. In diesem Zusammenhang wurden die Schnittstellen zwischen Standortmarketing und Tourismusmarketing definiert. Haslital Tourismus freut sich auf die neuen Impulse und Möglichkeiten, die sich durch das Standortmarketing ergeben und auf eine nutzbringende Zusammenarbeit.

Haslital Tourismus ist regelmässig Gast an den Treffen der Oberhasler Gemeindepräsidentinnen und -präsidenten. Teilweise nehmen daran auch die Behördenvertreter aus dem Raum oberer Brienzersee teil. Dieser Austausch zwischen Politik und Tourismus wird von Haslital Tourismus sehr geschätzt.

Kanton Bern

Im vergangenen Jahr nahm der politische Prozess im Zusammenhang mit der Revision des Tourismusentwicklungsgesetzes breiten Raum ein. Dank gründlicher Vorbereitung der Destinationen und einer engagierten, speditiven Ausarbeitung der Vorlage durch die kantonalen Behörden durchlief die Gesetzesrevision die vorberatende Kommission und schliesslich die 1. und 2. Lesung im Grossen Rat problemlos und mit eindrücklichen Mehrheitsbeschlüssen. Die Weichen sind damit gestellt für die Gründung einer Marketing AG Kanton

Bern, die im Sommer 2012 vollzogen werden soll und an der sich Haslital Tourismus als Aktionär beteiligen wird. Die Beteiligung der Destinationen umfasst zusammen 51 % des Aktienkapitals, diejenige des Kantons 49 %. Erstmals beteiligt sich der Kanton Bern mit Staatsmitteln am touristischen Marketing, so wie dies seit längerer Zeit beispielsweise im Wallis oder in Graubünden der Fall ist. Allerdings wird sich die Branche über eine deutliche Erhöhung der Beherbergungsabgaben an der Finanzierung der gemeinsamen Marketing-Aktivitäten zu beteiligen haben. Diese neue Gesellschaft wird das destinationsübergreifende Basismarketing auf den klassischen europäischen Quellmärkten in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus übernehmen und zudem die Akquisition von Grossveranstaltungen im Kanton Bern betreuen. Dadurch werden bei den Destinationen – so auch bei Haslital Tourismus – ab 2013 Marketingmittel zur intensiveren Bearbeitung der eigenen Zielgruppen (Beispiel: Familien) und Zielmärkte (Beispiel: Schweiz) frei.

Destinationen Berner Oberland

Haslital Tourismus ist unverändert Mitglied im Verein Destinationen Berner Oberland und nutzt die entsprechenden Plattformen für destinationsübergreifendes Marketing und für tourismuspolitische Interessensvertretung aktiv. Schlüsselaufgaben dieser Organisation waren 2011 die Begleitung der TEG-Revision, der politischen Meinungsbildung, die Koordination der Hauptkampagnen von Schweiz Tourismus zwischen den Destinationen sowie die Vorbereitung der Präsenz an den Olympischen Sommerspielen 2012 in London.



Auch im vergangenen Jahr konnten die gemeinsamen Aktivitäten mit den Nachbardestinationen weiterentwickelt werden. Im Zentrum standen 2011 die gemeinsame Verkaufs- und Vertriebsplattform, gemeinsame Messe- und Verkaufsauftritte, die gemeinsam mit der Jungfrau Region Marketing AG durchgeführte Bearbeitung der Märkte Deutschland, Niederlande und Grossbritannien und der Firmenkunden. Für Haslital Tourismus hat die Kooperation mit den Nachbardestinationen und den übrigen Destinationen im Berner Oberland eine grosse, strategische Bedeutung. Wir bedanken uns an dieser Stelle für die wertvollen bisherigen und für die zukünftigen Entwicklungsschritte in der Zusammenarbeit.

Dorfkommissionen

Haslital Tourismus hat im Berichtsjahr die Zusammenarbeit mit den Dorfkommissionen innert dem Kirchet, Meiringen-Schattenhalb und Hasliberg neu geregelt und vereinheitlicht. Die Dorfkommissionen werden neu mit einem einheitlichen Beitrag aus den Kurtaxen-Einnahmen von Haslital Tourismus finanziert und nicht mehr wie bisher mit einem schwer budgetierbaren variablen Beitrag in Abhängigkeit zu den erzielten Logiernächten. Das Engagement der Dorfkommissionen verdient grösste Anerkennung und den herzlichen Dank der Tourismusorganisation. Zahlreiche grössere und kleinere Aktivitäten für unsere Gäste werden alljährlich durch die Dorfkommission geplant und durchgeführt. Dabei wird viel ehrenamtliche Arbeit geleistet. Beispiele aus der Tätigkeit der Dorfkommissionen sind die Dorfabende in verschiedenen Orten im Haslital, die Kunstseilbahn

auf dem Casinoplatz Meiringen, das Schlittenhunderennen in Gadmen, die 1. August-Feiern.

Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern

Haslital Tourismus orientiert sich soweit als möglich an den Bedürfnissen der Gäste und der Leistungsträger vor Ort. Diese teilweise stark divergierenden Bedürfnisse zu erkennen, die richtigen Schlussfolgerungen zu ziehen und in Massnahmen umzusetzen, die allen Vorstellungen gerecht werden, ist nicht immer ein ganz einfaches Unterfangen. Geschäftsleitung und alle Mitarbeitenden von Haslital Tourismus versuchen nach bestem Wissen und Können, den meisten Ansprüchen gerecht zu werden. Strikte durchgesetzt wird dabei die Chancengleichheit für alle Partner im Marketing und vor allem dort, wo das Buchungsverhalten des Gastes beeinflusst werden kann. Die schriftliche Weisungen an alle Mitarbeitenden mit Kundenkontakt werden vom Vorstand und von der Geschäftsleitung laufend kontrolliert.

Der Marktauftritt «Haslital.Berner Oberland» genießt bei unseren Partnern und im Markt weiter zunehmende Akzeptanz und wird vom führenden deutschen Markeninstitut «Brand Trust» als «Trendmarke mit Zukunftspotential» eingestuft.

Alle Leistungsträger erbrachten auch im vergangenen Jahr einen grossen, unschätzbaren Einsatz zugunsten unserer Gäste und Besucher. Die grossen und kleinen Massnahmen zur Angebotsentwicklung und zur Qualitätssicherung und -verbesserung verdienen unsere hohe Anerkennung und Wertschät-

zung. Stellvertretend für viele gute Beispiele werden hier die Investitionen der Skischule in die Schneesicherheit im Skihäsiland, die nachhaltige, sachkundige Pflege des Wanderwegnetzes innert dem Kirchet oder die im Herbst 2011 begonnene Pflege der historischen Fassaden des Hotels Rosenloui genannt.

Standorte, Infrastruktur

Standort- und Infrastruktur-Fragen gehörten bei Haslital Tourismus auch im vergangenen Jahr zu den prägenden Themen.

Bedingt durch die erwähnte Situation bei den Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG musste der Bau der geplanten gemeinsamen Verkaufs- und Informationsstelle in Hasliberg-Twing wenige Tage vor Baubeginn zurückgestellt werden. Dies führte zu einer äusserst unbefriedigenden Provisoriums-Lösung für die Tourist Info Hasliberg, die bis zum heutigen Tag andauert. Es besteht die Hoffnung, dass sich der geplante und erwünschte Zustand mit einer gästekundlichen Visitenkarte für den Hasliberger Gast nun mit einem Jahr Verzögerung umsetzen lässt. Haslital Tourismus hält am geplanten Projekt und an der gemeinsamen Lösung mit den Bergbahnen fest, die einen effizienten Betrieb – speziell in frequenzschwachen Zeiten – und ein optimales Dienstleistungsangebot für den Gast ermöglicht.

In Innertkirchen schreiten die Bauarbeiten am Projekt Dorfzentrum und Tourist Center Grimseltor planmässig voran. Haslital Tourismus wird als Mieter und enger Partner der KWO/Grimselwelt das neue Tou-



Tourist Info im Bahnhof Meiringen: Neu zusammen mit Zentralbahn, Poastauto und Bergbahnen Meiringen-Hasliberg.

rist Center betreiben. Die Eröffnung ist auf den 24. Mai 2012 geplant. Mit der Eröffnung des Grimseltors erhält Innertkirchen einen neuen, sehr attraktiven Dorfmittelpunkt und einen Anziehungspunkt für Besucher und Gäste, der touristische Highlights, Geschichte, Tradition und Handwerk in der Grimselwelt und in der ganzen Destination vorzüglich zur Geltung bringen wird. Haslital Tourismus gratuliert und dankt allen Projektpartnern schon heute für diese herausragende Initiative.

Im historischen Bahnhofgebäude Meiringen war das ganze Team von Haslital Tourismus – mit Ausnahme

der Infostellen Hasliberg und Innertkirchen – erstmals über ein volles Betriebsjahr an einem einzigen Standort tätig. Die Erwartung, dass damit die interne Kommunikation, Team- und Projektarbeit und die gesamten Abläufe deutlich effizienter und qualitativ wesentlich verbessert werden könnten, hat sich vollumfänglich erfüllt.

Die im Vorjahr komplett erneuerte IT-Infrastruktur und die den heutigen Bedürfnissen angepassten Büroeinrichtungen haben sich im Alltag bestens bewährt und tragen zu einem guten Arbeitsklima und einer hohen Mitarbeiter-Motivation bei.

Im Juni 2011 konnte der Umbau des Erdgeschosses im Bahnhofgebäude fertiggestellt und eröffnet werden. Die gemeinsame Verkaufs- und Informationsstelle von Zentralbahn, Postauto, Reisebüro zb, Haslital Tourismus, Bergbahnen Meiringen Hasliberg und allen mit Haslital Tourismus verbundenen Leistungsträgern bewährt sich in der Praxis und verzeichnet gegenüber dem alten Standort deutlich höhere Frequenzen. Das dichte Informations- und Dienstleistungsangebot für Besucher, Gäste und Bewohner an einem Ort entspricht den Bedürfnissen der Benutzer und Betreiber gleichermaßen. Haslital Tourismus schätzt die Zusammenarbeit mit allen Beteiligten am neuen Standort.



Strukturen und Prozesse

Auch im Berichtsjahr 2011 war die Optimierung der internen Strukturen und Prozesse ein wichtiges Thema bei Haslital Tourismus. Die bereits erwähnte Konzentration von Betrieb und Marketing im Bahnhofgebäude Meiringen ist diesbezüglich ein nicht mehr wegzudenkender Fortschritt. In der noch weiter entwicklungsfähigen Zusammenarbeit innerhalb und ausserhalb der Destination liegt weiteres Optimierungspotential, das in Bearbeitung ist.

Events

2011 war erneut ein reich befruchtetes Eventjahr. Haslital Tourismus spielt bei den meisten Events von der Event-Akquisition bis zur Planung und Durchführung eine tragende Rolle. Winter-Highlight war 2011 einmal mehr der FIS Skicross Weltcup am Hasliberg auf einer der attraktivsten und spektakulärsten Strecken zwischen Mägisalp und Bidmi, erstmals live produziert durch das Schweizer Fernsehen und mit einer weltweit sehr positiven Medienresonanz. Die spektakulären Bilder bei schönstem Wetter vor der imposanten Wetterhornkulisse waren beste Werbung für unsere Wintersport-Destination.

Der Sommer 2011 glänzte mit einem wahren Event-Feuerwerk, herausragend und erfolgreich die traditionsreiche Musikfestwoche Meiringen, das Landschaftstheater Ballenberg, die Kinderkonzerte, das Radsport-Alpenbrevet und das witzige Töffli-Alpenbrevet mit Start und Ziel in Meiringen, der innovative Ultra-Langstreckenlauf vom Titlis via Hasliberg auf den Pilatus.

Wir sind beeindruckt – von den Leistungen der Künstler, Theaterleute, Sportler und Teilnehmer ebenso sehr wie vom Engagement und Unternehmertegeist der Veranstalter und Organisatoren. Wir bedanken uns herzlich dafür.

Für Haslital Tourismus bleibt der Event-Bereich auch in Zukunft wichtig. Wir sind eingebunden in die Vorbereitungen und in die Durchführung bedeutender Veranstaltungen, die in Zukunft in unserer Destination stattfinden werden:

- Sherlock Holmes Pilgrimage 2012
- Oberländisches Schützenfest 2013
- Jet World Masters 2013
- Eidg. Scheller- und Trychlerreffen 2014
- Schweizer Gesangfest 2015

Ausblick

Für Haslital Tourismus stehen 2012 folgende Schwerpunkte im Zentrum:

- Mit gezielten, kontinuierlichen Marketing-Aktivitäten eine Trendumkehr ins Positive bei der Entwicklung der Logiernächte und Frequenzen unterstützen und verstärken.
- Die Bearbeitung von Zielmärkten ausserhalb des Euroraums zusammen mit Partnerdestinationen in Angriff nehmen.
- Die Zusammenarbeit mit unseren destinations-internen und -externen Kooperationspartnern weiter intensivieren.
- Die Kooperation mit den Bergbahnen Meiringen Hasliberg den neuen Rahmenbedingungen anpassen und wieder auf ein stabiles Fundament stellen.

- Die Grossanlässe bestmöglich betreuen, vorbereiten und durchführen.
- Das Tourist Center in Innertkirchen erfolgreich eröffnen und führen.
- Das Standort-Projekt am Hasliberg zusammen mit den Partnern umsetzen und eröffnen.
- Das Pilotprojekt «Info Point Ost» in Interlaken Ost zusammen mit Interlaken Tourismus und der Jungfrau Region Marketing AG durchführen.
- Für unsere Mitarbeitenden ein positives Arbeitsklima und ein motivierendes Umfeld erhalten und ein partnerschaftlicher Arbeitgeber bleiben, der die Entwicklung der Mitarbeitenden fördert.

Haslital Tourismus dankt allen Partnern herzlich, die sich 2011 und darüber hinaus aktiv an der touristischen Meinungsbildung und am Geschehen rund um unsere Besucher und Gäste beteiligen.

Jahresbericht Marketing

Jahresbericht Marketing 2011

Trotz – oder gerade wegen – des schwierigen finanziellen Jahres (Franken-Stärke, BMH-Nachlass, Finanzkrise in Europa) war das Marketingjahr 2011 spannend und interessant. In unseren Auslandsmärkten konnten wir die Key-Partnerschaften weiterführen, was sich mit Blick auf die hoffentlich bald wieder besseren Rahmenbedingungen in Zukunft auszahlen dürfte. Dank der grossartigen Unterstützung durch unsere Partner konnten wir auch im wichtigsten Markt – in der Schweiz – für tolle Akzente und eine breite Aufmerksamkeit sorgen. Wichtiges in Kürze:

- Neugestaltung Haslital Magazin
- Abschluss Neukonzeptionierung Gäste-Ordner
- Gastregionauftritt Züri Oberland Mäss
- beste Bedingungen und Teilnehmerrekord am Alpenbrevet
- Auftritt Olma (Umzug und Messe)
- Facebook-Kampagne «Adventskalender»
- Weiterführung der Key Partnerschaften in Deutschland, Holland, England
- anhaltend starkes Medieninteresse am Haslital

Marketingausschuss

Im Marketingausschuss der Destination sind die wichtigsten touristischen Leistungsträger und Institutionen vertreten. Der Ausschuss hat sich im vergangenen Jahr viermal getroffen und dabei die strategische Ausrichtung und die operative Herausforderungen besprochen und gemeinsame Projekte und Aktionen festgelegt. Dazu dient der Ausschuss auch als wichtige Informationsplattform für die Partner untereinander, wobei auch 2011 einige bilaterale Kooperationen entstanden sind und gemeinsame Ideen entwickelt wurden.

Marketingkooperationen

Unsere Kooperationsplattform «Marketing zum Mitmachen» wurde im vergangenen Jahr erfreulich genutzt. Durch dieses Engagement unserer Partner konnten wir die vorgeschlagenen Pläne und Massnahmen mehrheitlich umsetzen. Als eigentliche Renner können die Web-Banner auf haslital.ch und die Inserate in

unseren Drucksachen genannt werden: Hier dürfen wir auf grosse Unterstützung unserer Partner zählen was uns zeigt, dass wir mit diesen Kommunikationsmitteln auf eine breite Akzeptanz und eine hohe Zufriedenheit der Partner stossen.

Logiernächte 2011

Die anhaltend schwierige Wirtschafts- und Finanzlage in Europa, die Euro-Krise und der negative Trend der Konsumentenstimmung in der Schweiz haben die Logiernächte des Tourismusjahres 2011 (November 2010 – Oktober 2011) negativ beeinflusst. Insgesamt haben wir in der Destination einen Rückgang von 8 % zu verzeichnen. Die Zahl der Ankünfte (Kalenderjahr oder Tourismusjahr) ist dagegen leicht gestiegen, was den Trend zu kurzen Aufenthalten und knapperen Ferienbudgets weiter bestätigt.

Die Gruppenunterkünfte in Gadmen (+45.13 %) und Guttannen (+16.29 %) trotzten allen Einflüssen und erreichten eine markante Zunahme der Logiernächte. Nebst den Gruppenunterkünften erlitten die SAC-Hütten und die Hotellerie die niedrigsten Einbussen. Viele Hotelbetriebe reagierten rasch und adäquat auf die verschlechterten äusseren Einflüsse. Dies resultierte in einer Zunahme der Logiernächte Ende 2011, was der Vergleich mit dem Kalenderjahr 2011 (Hotellerie insgesamt -1.7 %) bestätigt. Die weniger professionell agierende Parahotellerie wusste hier nicht schnell genug zu reagieren, was mit zu einem relativ starken Einbruch der Logiernächte führte.

Logiernächteentwicklung nach Gemeinden

	2010	2011	Abweichung
Gadmen	25 563	28 231	+ 10.44 %
Guttannen	23 012	23 392	+ 1.65 %
Hasliberg	306 607	274 290	- 10.54 %
Innertkirchen	44 266	41 419	- 6.43 %
Meiringen	142 704	131 842	- 7.61 %
Schattenhalb	13 991	12 303	- 12.06 %
Haslital	556 143	511 477	- 8.03 %



Logiernächteentwicklung nach Beherbergungsform

	2010	2011	Abweichung
Hotellerie	261 534	249 989	- 4.41 %
Ferienwohnungen	200 203	171 315	- 14.43 %
Gruppenunterkünfte	50 317	49 882	- 0.86 %
Camping	27 207	23 953	- 11.96 %
SAC-Hütten	16 882	16 338	- 3.22 %

Direktreservation

Anfang des Jahres wurde in der Direktreservation das System von Deskline 2.0 auf Deskline 3.0 umgestellt. Diese Umstellung brachte Anfangsschwierigkeiten mit sich, die aber im Verlaufe der darauffolgenden Monate durch den Software-Lieferanten und durch Haslital Tourismus korrigiert werden konnten. Wie praktisch alle Destinationen musste auch Haslital Tourismus bei den Direktbuchungen einen deutlichen Rückgang in Kauf nehmen. Generell stehen die Direktreservationsabteilungen der Tourismusdestinationen unter einem massiven Konkurrenzdruck seitens der global tätigen Online Booking Engines (wie z.B. hrs.com, booking.com, hotels.com oder e-domizil.ch), welche in den letzten Jahren eine dominierende Marktmacht aufgebaut haben. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung folgten strategische Überlegungen mit Partnerdestinationen, die zum momentanen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen sind, die aber zwingend zu einer Konzentration der Kräfte durch den Zusammenschluss der Ressourcen führen muss.

Packages

Der rückläufige Trend im Verkauf von Packages bestätigte sich auch im Jahr 2011. Trotzdem wird Haslital Tourismus an der Produktion und am Verkauf von Pauschalen festhalten, weil sie als Kommunikationsplattform im Marketing wirkungsvoll eingesetzt werden können. Über die Bewerbung von Packages können wir den zukünftigen Gast ideal auf die vielfältigen Beherbergungs- und Ausflugs-Angebote im Haslital aufmerksam machen. Die Package-Gestaltung ist nur möglich dank der guten Zusammenarbeit mit vielen Leistungsträgern, denen wir an dieser Stelle herzlich für die gute und wichtige Zusammenarbeit danken.



Haslital im Cornercard-Kundenmagazin «For you only»

Im Bereich Produkte ist es unser Ziel, Gästen und Kunden massgeschneiderte Angebote zu liefern. Dies erfolgt einerseits über Pauschalangebote, andererseits wurden Kooperationen mit namhaften Firmen eingegangen, um so exklusive Spezialangebote für deren Mitarbeiter oder Kunden anzubieten. So erschienen beispielsweise im Kundenmagazin von Cornercard Angebote vom Haslital, welche 500 000 Cornercard-Kunden erreichten.

Auf dem Busreisemarkt Deutschland haben wir in Zusammenarbeit mit Partnern via Direct-Mailings 4 000 Busreiseveranstalter kontaktiert. Inhaltlich wurde der 4-seitige Prospekt mit Angeboten der Leistungsträger sowie einem Pauschalangebot von Haslital Tourismus gestaltet.

Promotion

Auf den Märkten Holland, Deutschland und England arbeiteten wir mit unserem langjährigen Partner Schweiz Tourismus zusammen. So konnten wirkungsvolle Kampagnen im Bereich Online (Bannerwerbung), Print (Self-Mailing und Postkartenversand), Radio (redaktionelle Kooperation) und Crossmarketing (Emmi-Leporello) erfolgreich durchgeführt werden. Eine besonders gut gelungene Aktion war die Leporello-Aktion in Holland, bei der 500 000 Leporellos mit Informationen und Gewinnspiel (Einsendung eines Gedichts mit den Worten Haslital und Emmi) auf Fondue- und Raclette-Packungen platziert wurden. Daraus resultierten über 500 kreative, originelle Einsendungen, die von einer hohen Identifikation mit dem Haslital zeugen.



Haslital Reportage im Fall Line Magazine, UK

Events

Bei rund 21 Veranstaltungen haben wir im 2011 als Sponsor, Organisator, Helfer oder Kommunikationsverantwortliche mitgewirkt. Eine stattliche Zahl, die uns als Tourismusorganisation je nach Saison sehr stark fordert.

Höhepunkt im Winter 2011 war der FIS Skicross Weltcup am Haslberg. Tolles Wetter, spannende Wettkämpfe und viele Zuschauer bescherten uns einen unvergesslichen Wintersportanlass der Superlative. Erstmals produzierte das Schweizer Fernsehen den Skicross Weltcup und lieferte fantastische Bilder in alle Welt.

Im Juni fand zum zweiten Mal das Red Bull Alpenbrevet statt. Mit rund 800 Teilnehmern, einer grossartigen Medienabdeckung und einem tollen Ambiente hat sich dieser Anlass erfolgreich weiterentwickelt.

Ebenfalls zum zweiten Mal wurde der Mountainman – Alpine Trail Running Challenge – auf der Strecke Titlis – Haslberg – Pilatus durchgeführt. Mit einer Distanz von 81 km und rund 5000 Höhenmetern fordert die Strecke die Teilnehmer der Kategorie «MM Ultra» bis auf das Äusserste.

Einen grossen Erfolg verzeichnete auch in diesem Jahr der Radanlass Alpenbrevet. Mit knapp 2000 Teilnehmern und bei besten Wetterverhältnissen schafften 308 ambitionierte Rennradfahrer die 276 km auf der Platin-Tour über 5 Pässe mit total 7031 m Höhendifferenz. Herzliche Gratulation an alle Teilnehmer und ein grosses Dankeschön den Organisatoren.



Haslital – 500000 Leporellos auf Emmi-Produkten in den Niederlanden



Haslital Reportage im Swiss Style Magazine, NL



Facebook-Advents-Kampagne

Medienarbeit

Im 2011 führte die Betreuung einer stabilen Anzahl Medienschaffenden für unsere Destination zu insgesamt rund 40 Mio. Kontakten.

Die Kooperation mit der Jungfrau Region Marketing AG auf unseren Zielmärkten wurde erfolgreich weitergeführt. Daraus resultierten zahlreiche zusätzliche Kontakte, Medienreisen und Reportagen. Positiv waren zwei Medienanlässe in Dortmund (DE) und London (GB), welche in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und unserem Kooperations-Partner Jungfrau Region Marketing AG stattfanden. Nach diesen Anlässen haben bereits wieder diverse Medienschaffende den Weg in unsere Destination gefunden und anschliessend über uns berichtet.

Social Media Marketing

Mit potenziellen neuen Gästen und mit Stammgästen zu kommunizieren sowie die Kommunikation dieser Gruppen untereinander zu fördern sind die Ziele im Bereich Social Media Marketing. Dies geschieht über die Online-Netzwerke wie YouTube, Twitter und Facebook. Zusätzlich zum regelmässigen Austausch und Information der «Fans» wurde in der Adventszeit über Facebook ein Gewinnspiel lanciert, wobei die Fans jeden Tag ein Türchen im Adventskalender von Haslital öffnen konnten. Zu gewinnen gab es jede Woche tolle Preise für Fans und deren Freunde. In dieser Zeit wurde die 1000er-Fan Marke erreicht und die Fanseite war mit bis zu 4000 Usern/Woche rege besucht.

Imprime

Das Haslital Magazin hat 2011 eine weitere Optimierung erfahren. Im ersten Teil des Magazins finden spannende Storys mit interessanten Hintergrundinformationen Platz. Der zweite Teil bietet eine übersichtlich gestaltete Zusammenfassung mit allen wichtigen Informationen zur gesamten touristischen Angebotspalette im Haslital. Besonders von Gästen vor Ort wird das Haslital Magazin als Informationsquelle sehr geschätzt. Unsere zwei auflagenstärksten Imprime – Sommer Guide und Winter Guide – werden ebenfalls laufend optimiert. Bei den Gästen und Leistungsträgern haben sich die handlichen und informativen Broschüren längst etabliert.

Die 2010 gemeinsam mit der Jungfrauregion und der Tourismusorganisation Interlaken lancierte Bike-Karte mit allen relevanten Informationen für Bike-, Fahrrad- und Elektrovelfahrer, stiess auch im zweiten Jahr auf reges Interesse und wird an den Tourist Infos weiterhin gratis abgegeben.

In einer weiteren Kooperation konnte mit der Tourismusorganisation Interlaken im Rahmen des Projekts «Alpmobil» eine Faltbroschüre mit Routenvorschlägen für Benutzer von Elektroautos realisiert werden.

Zusätzlich zu diesen Hauptdrucksachen entstanden eine ganze Reihe von Flyern für die Kommunikation an Messen, von Angeboten und Co-Marketing-Aktionen.



Haslital Reportage My Toyota Magazine, NL

Projekte

Mit den Elektroautos von Alpmobil und den FLYER Elektrovlos konnten 2011 zwei nachhaltige Mobilitätsangebote weiter gefestigt und ausgebaut werden. Mit der Hilfe von vielen Leistungsträgern in der Destination besteht mittlerweile ein dichtes Netz an Lade- und Vermietstationen. Die Gäste schätzen es sehr, sich im Haslital individuell und umweltfreundlich fortbewegen zu können. Die hohe Auslastung der Fahrzeuge während der Sommermonate bestätigt dies.

Die Förderung des öffentlichen Verkehrs ist mit ein Hauptzweck des «Haslital Pass». Obwohl dieser Mobilitätspass 2011 im selben Umfang und zu unveränderten Preisen wie im Vorjahr angeboten wurde, musste ein beträchtlicher Rückgang bei der Anzahl der verkauften Pässe hingenommen werden. Dies ist einerseits auf die allgemein schwierige wirtschaftliche Lage, andererseits auf eine Konzentration der Gäste mit dem Herkunftsland Schweiz zurückzuführen. Letztere sind häufig bereits im Besitz von anderen ÖV-Pässen wie beispielsweise von Generalabonnementen. 2012 soll der Pass noch flexibler gestaltet und damit für die

grosse Mehrheit der Gäste zum attraktivsten Mobilitäts-Pass für die Benützung des öffentlichen Verkehrs im Haslital werden.

Gemeinsam mit der Grimselwelt, Coop und Schweiz Tourismus konnte während der Sommersaison auf dem Kristallweg zwischen dem Grimsel Hospiz und der Handegg die «Coop Handy Safari» angeboten werden. Das spannende SMS Frage/Antwort Spiel animierte viele Familien zu einer Wanderung durch die prächtige Natur des Grimselgebiets. Dank einer mehrseitigen Reportage in der Coopzeitung im Frühling 2011 und weiteren Kommunikationsmassnahmen aller beteiligten Partner, war die «Coop Handy Safari» schweizweit sehr präsent.

Das Marketing-Team von Haslital Tourismus dankt allen Partnern für die positive, engagierte Zusammenarbeit im Jahr 2011 und freut sich darauf, auch 2012 mit einer kontinuierlichen, professionellen Marketing-Arbeit zum Erfolg der Destination beizutragen.



Red Bull Alpenbrevet 2011 mit Start und Ziel in Meiringen



Mountainman 2011: Titlis–Hasliberg–Pilatus



FIS Skicross World Cup 2011: Hasliberg und Grindelwald



Seit 2007 – ein klares Konzept:

Winter Guide, Sommer Guide, Imagebroschüre, Haslital Magazin und Unterkunftsliste. Jährlich aktualisiert.

Kommentar zur Jahresrechnung 2011

Haslital Tourismus hatte im Geschäftsjahr 2011 verschiedene unerwartete finanzielle Herausforderungen zu bewältigen. Einerseits hatte Haslital Tourismus allgemeine Ertragsrückgänge zu verzeichnen und andererseits hatte die Nachlassstundung der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg (BMH) grosse Auswirkungen auf das Geschäftsjahr 2011. Nach Absprache mit den Leistungsträgern und den Gemeinden wurde alles daran gesetzt, damit die Ertragsrückgänge nicht zu einem Leistungsabbau gegenüber den Gästen und Leistungsträgern führen. Die Ertragsrückgänge sowie der absehbare Verlust aufgrund des Nachlassverfahrens der BMH konnten teilweise durch Einsparungen und Forderungsverzichte der Gemeinden kompensiert werden.

Ertrag

Im Geschäftsjahr 2011 nahmen die Kurtaxeneinnahmen im Vergleich zur Rechnung 2010 um rund CHF 70 000 (ca. 7 %) ab. Ebenfalls sind die TFA-Einnahmen um etwa CHF 20 000 (ca. 4 %) zurückgegangen.

Die Erträge Events waren tiefer, weil im Unterschied zum Vorjahr (FIS Masters Ski WM) im Berichtsjahr kein Winter-Grossanlass stattfand.

Die im Zusammenhang mit dem Nachlassverfahren der BMH eingegebenen Forderungen von CHF 104 000 betreffen die Bereiche Marketing/Marketingausschuss, Dienstleistungen Schalter und Tourismusförderungsabgabe. Die offenen Forderungen im Nachlass wurden unter Berücksichtigung einer Nachlassdividende von 3 % und einer Verrechnung über den Debitorenverlust der Erfolgsrechnung 2011 belastet.

Der a.o. Ertrag resultiert aus dem Verzicht zur Äufnung des Kurortserneuerungsfonds für die Jahre 2010 und 2011 aller Gemeinden im Haslital. Der kulante Verzicht der Gemeinden wirkte sich positiv auf die Liquidität von Haslital Tourismus aus und führte zu einer wesentlichen Entlastung der Erfolgsrechnung 2011.

Aufwand

Mit der Nachlassstundung der BMH und der sich abzeichnenden Ertragsrückgängen in den Kurtaxen, hat Haslital Tourismus umgehend das Budget 2011 angepasst und gleichzeitig verschiedene Sparmassnahmen in die Wege geleitet. Haslital Tourismus konnte dadurch in den Bereichen Marketing, Gästebetreuung, Personal und Betriebsaufwand die Kosten im Vergleich zur Rechnung 2010 und dem Budget 2011 senken.

Der unumgängliche Ersatz der IT-Infrastruktur im Dezember 2010 führt dazu, dass der Abschreibungsaufwand gegenüber den Vorjahren entsprechend höher ausfällt.

Bilanz

Die offenen Forderungen gegenüber der BMH werden gesondert ausgewiesen. Das Delkredere wurde um die Forderungen im Nachlass erhöht.

Die Leasingrestanz der IT-Infrastruktur wurde bilanziert.

Der Verlust von CHF 33 669 wird dem Vereinsvermögen belastet. Das Vermögen beträgt per Stichtag CHF 53 365.

Budget

Die Kurtaxeneinnahmen wurden für das Geschäftsjahr 2012 vorsichtig budgetiert. Die Zusammenarbeit mit den Bergbahnen Meiringen-Hasliberg besteht bis Ende April 2012 in aktueller Form und wurde entsprechend budgetiert. In den beiden Konten Erträge- und Aufwand Gästebetreuung, wird ausschliesslich der Aufwand Dorfkommission gemäss Leistungsvereinbarungen budgetiert. Im Zusammenhang mit den neuen Tourist Infos in Innertkirchen und Interlaken Ost sind entsprechende Mehraufwände im Personal und Miete berücksichtigt. Das Budget weist für das Geschäftsjahr 2012 einen geplanten Ertragsüberschuss von CHF 9 970 aus.

Im Marketing ist die Beibehaltung der Aktivitäten geplant.

Erfolgsrechnung 2011

Ertrag	Budget 12	Rechnung 11	Budget 11	Rechnung 10
Kurtaxen Hotels	345'000.00	380'037.70	400'000.00	385'238.50
Kurtaxen Parahotellerie	278'000.00	277'015.20	325'000.00	316'428.80
Kurtaxen Camping	32'000.00	33'580.80	45'000.00	35'259.80
Kurtaxen Pauschal	180'000.00	177'882.45	180'000.00	194'060.30
Kurtaxen Massenlager	57'000.00	54'142.40	50'000.00	63'152.30
Erträge Kurtaxen	892'000.00	922'658.55	1'000'000.00	994'139.70
Beiträge Mitglieder	11'000.00	11'190.00	12'000.00	12'030.00
Beiträge Gönner	8'000.00	9'650.00	8'000.00	8'200.00
Beiträge TV Brienzwiler	2'600.00	2'640.00	2'600.00	2'640.01
Beiträge Gemeinden	142'800.00	142'800.00	145'800.00	153'464.89
Beitrag Kanton (BA)	200'000.00	204'977.00	195'000.00	225'332.30
Total Erträge Beiträge	364'400.00	371'257.00	363'400.00	401'666.90
TFA Gewerbe/Hotel	313'000.00	316'214.60	325'000.00	328'654.98
TFA Parahotellerie	95'000.00	93'923.35	98'000.00	98'373.10
TFA Alphütten/Gruppen	19'000.00	18'590.00	20'000.00	20'065.00
TFA Dest.-Fremde Beherberger	7'600.00	7'626.20	7'000.00	8'330.79
Erträge TFA	434'600.00	436'354.15	450'000.00	455'423.87
Ertrag Minigolf	30'000.00	30'434.73	35'000.00	28'530.58
Erträge Kurortseinrichtungen	30'000.00	30'434.73	35'000.00	28'530.58
Erträge Gästebetreuung	500.00	92'647.66	60'500.00	88'222.31
Erträge Verkauf	154'200.00	145'978.61	169'100.00	181'742.51
Total Erträge Gästemarketing	154'700.00	238'626.27	229'600.00	269'964.82
Marketingbeiträge Ausschuss-Mitglieder	56'250.00	66'929.75	78'000.00	52'819.05
Marketingbeiträge Übrige	10'300.00	10'200.00	25'000.00	23'800.00
Total Erträge Marketingbeiträge	66'550.00	77'129.75	103'000.00	76'619.05
Erträge Events	12'000.00	23'368.34	67'000.00	262'305.30
Erträge Imprime	49'000.00	33'705.00	60'000.00	52'050.00
Erträge DIRES-Kommissionen	106'600.00	113'492.95	110'000.00	100'979.17
Erträge Verrechnungen Marketing	111'350.00	287'891.56	364'000.00	353'736.49
Erträge Marketing / Events	278'950.00	458'457.85	601'000.00	769'070.96
Ertrag Untermiete	9'435.00	5'520.00	3'000.00	3'000.00
Ertrag Provision BA	10'000.00	9'790.09		10'548.00
Erträge Dienstleistungen / Untermiete	19'435.00	15'310.09	3'000.00	13'548.00
Debitorenverluste	-	-100'406.79	-	-47.75
Total Ertrag	2'240'635.00	2'449'821.60	2'785'000.00	3'008'916.13

Aufwand	Budget 12	Rechnung 11	Budget 11	Rechnung 10
Aufwand gemäss LV mit Gemeinden	-184'200.00	-189'834.92	-206'000.00	-207'976.48
Aufwand Minigolf	-33'000.00	-34'188.58	-33'000.00	-31'011.70
Aufwand Kurortseinrichtungen diverse	-20'400.00	-15'819.18	-18'500.00	-21'313.15
Aufwand Kurortseinrichtungen	-237'600.00	-239'842.68	-257'500.00	-260'301.33
Aufwand Gästebetreuung	-121'800.00	-215'158.54	-184'300.00	-226'586.86
Aufwand Verkauf	-138'400.00	-116'264.43	-146'700.00	-152'385.54
Aufwand Gästemarketing	-260'200.00	-331'422.97	-331'000.00	-378'972.40
Aufwand Events	-19'500.00	-28'718.42	-118'000.00	-315'187.93
Aufwand Marketingaktivitäten	-206'500.00	-291'879.49	-209'200.00	-233'420.46
Aufwand Werbeinserate / Promotion	-40'500.00	-95'003.85	-128'000.00	-147'875.24
Aufwand Imprime	-78'800.00	-77'723.04	-106'500.00	-107'016.25
Aufwand Verrechnungen Marketing	-111'250.00	-287'891.54	-364'000.00	-353'737.25
Total Aufwand Marketing / Events	-456'550.00	-781'216.34	-925'700.00	-1'157'237.13
Aufwand Löhne/Gehälter	-812'635.00	-757'418.36	-786'500.00	-783'264.07
Aufwand Sozialabgaben	-83'850.00	-81'945.05	-95'450.00	-87'659.85
Uebrigere Personalaufwand	-46'000.00	-47'784.03	-50'500.00	-47'666.12
Total Personalaufwand	-942'485.00	-887'147.44	-932'450.00	-918'590.04
Aufwand Mieten	-83'850.00	-57'629.44	-65'800.00	-63'492.18
Aufwand Unterhalt,Rep.,Ersatz Büroeinricht.	-1'500.00	-3'850.18	-6'000.00	-5'648.67
Aufwand Fahrzeug	-2'500.00	-5'525.06	-4'200.00	-2'673.51
Aufwand Sachversicherungen	-3'800.00	-3'400.10	-3'800.00	-3'763.80
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-175'300.00	-183'671.40	-184'421.00	-237'319.75
Total Betriebsaufwand	-266'950.00	-254'076.18	-264'221.00	-312'897.91
Finanzerfolg	-19'800.00	-24'061.44	-19'200.00	-20'945.60
Total Aufwand	-2'183'585.00	-2'517'767.05	-2'730'071.00	-3'048'944.41
Abschreibung EDV-Anlage/ Mobiliar/Schalteranlagen	-47'080.00	-53'941.89	-52'000.00	-15'318.69
Ergebnis Betrieb	9'970.00	-121'887.34	2'929.00	-55'346.97
a.o. periodenfremder Ertrag	-	88'217.65	-	2'691.10
Total a.o. Ertrag	-	88'217.65	-	2'691.10
a.o. periodenfremder Aufwand	-	-	-	-16'225.40
a.o. Abschreibung	-	-	-	-
Total a.o. Aufwand	-	-	-	-16'225.40
Gesamtergebnis	9'970.00	-33'669.69	2'929.00	-68'881.27

Bilanz per 31.12.2011

Aktiven	Berichtsjahr	Vorjahr
Kassen	4'284.79	6'301.50
Postcheck	13'881.18	1'256.47
Bank	248'335.01	154'512.17
Debitoren	237'197.69	383'551.62
Debitor Verrechnungssteuer	31.87	17.62
Debitoren BMH	87'632.21	-
Delkredere	-99'516.97	-15'000.00
Vorräte	44'827.80	28'501.00
Transitorische Aktiven	73'841.03	79'248.77
Umlaufvermögen	610'514.61	638'389.15
Wertschriften	1.00	1.00
Mobilien	138'715.00	134'815.00
IT-Infrastruktur (im Leasing)	74'300.00	99'086.84
Immobilien	33'776.07	33'776.07
Fahrzeuge	930.00	1'330.00
Anlagevermögen	247'722.07	269'008.91
Total Aktiven	858'236.68	907'398.06
Passiven		
Kreditoren	376'841.14	463'206.39
Leasingrestanz IT-Infrastruktur kurzfristig	37'592.64	
Transitorische Passiven	274'327.30	166'696.48
Kurzfristiges Fremdkapital	688'761.08	629'902.87
Darlehen	90'000.00	90'000.00
Leasingrestanz IT-Infrastruktur	26'109.72	100'459.62
Langfristiges Fremdkapital	116'109.72	190'459.62
Vereinsvermögen 31.12. / Eigenkapital	53'365.88	87'035.57
Total Passiven	858'236.68	907'398.06

Anhang zur Jahresrechnung per 31.12.2011

	Berichtsjahr	Vorjahr
Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten und abgetretenen Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	108'076.07	171'957.18
Brandversicherungswerte Sachlagen		
Mobiliar und Einrichtungen Meiringen	250'000.00	250'000.00
Mobiliar und Einrichtungen Hasliberg	250'000.00	250'000.00
Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten		
Leasing-Vertrag Kopierer (neuer Vertrag) Laufzeit: 01.11.2009 bis 31.10.2014		
Restschuld	8'880.00	12'444.00
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	3'367.40	3'681.65

Die Geschäftsleitung hat eine Risiko-Analyse durchgeführt. Sie gibt zu keinen Bemerkungen Anlass.
Gemäss OR Art. 663b sind keine weiteren Angaben notwendig.

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision an die Generalversammlung des Haslital Tourismus, 6084 Hasliberg

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang) des Haslital Tourismus, 6084 Hasliberg, für das am 31.12.2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Verwaltungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

ANDEREGG TREUHAND



Peter Anderegg

dipl. Wirtschaftsprüfer

zugelassener Revisionsexperte

Meiringen, den 16.04.2012

3860 Meiringen, Turenmattenstrasse 6

8645 Rapperswil-Jona, Seehofstrasse 6 Entwicklung und Verkauf der Prüfsoftware ✓ **auditcontrol**®

Tel. +41 33 972 44 44 Fax. +41 33 972 44 45 <http://www.anderegg.ch> E-mail: info@anderegg.ch

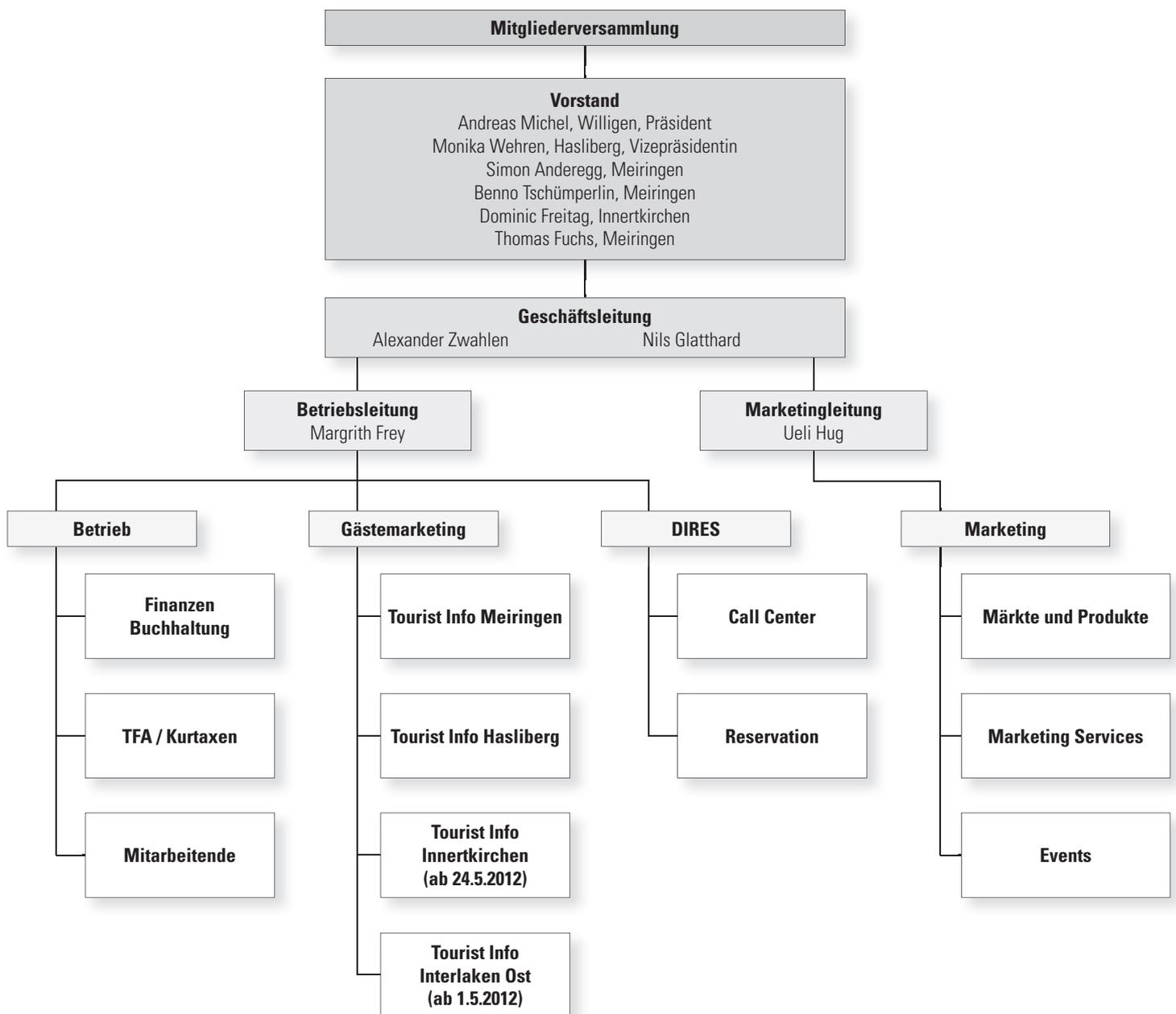
RAB-Nr.: 500'343 UID-Nr.: CHE-105.798.311 MWST-Nr.: CHE-105.798.311 MWST

Mitglied Schweizerisches Institut für die Eingeschränkte Revision von TREUHANDISUISSE Mitglied **TREUHAND-KAMMER**
Mitglied TREUHANDISUISSE Sektion Bern

Spartenrechnung 2011

	Betrieb	Gästemarketing TI Meiringen	TI Innert dem Kirchet	TI Hasliberg	Dires Dires
Ertrag Kurortseinrichtungen				30'434.73	
Ertrag Events					
Ertrag Gästebetreuung		88'040.62		4'607.04	
Ertrag Verkauf		71'278.46		10'436.27	
Ertrag Imprime					
Ertrag DIRES Kommissionen					113'492.95
Ertrag Verrechnungen Marketing					
Ertrag Dienstleistungen / Untermiete	15'310.09				
Debitorenverluste		-3522.87		-8714.75	-542.82
Total Direkter Ertrag	15'310.09	155'796.21	0.00	36'763.29	112'950.13
Aufwand Kurortseinrichtungen		-43'653.89	-10'807.48	-185'381.31	
Aufwand Events					
Aufwand Gästebetreuung		-127'762.96	-46'825.85	-34'544.00	
Aufwand Verkauf		-41'209.65		-7'884.51	
Aufwand Marketingaktivitäten					
Aufwand Werbeinserate/Promotionen					
Aufwand Imprime					
Aufwand Verrechnungen Marketing					
Direkter Aufwand	0.00	-212'626.50	-57'633.33	-227'809.82	0.00
Deckungsbeitrag I	15'310.09	-56'830.29	-57'633.33	-191'046.53	112'950.13
Bruttolöhne	-210'967.02	-75'742.23		-51'484.93	-105'136.06
Sozialversicherungen	-25'620.05	-7'804.10		-5'876.20	-8'781.55
Sonstiger Personalaufwand	-6'908.44	-5'461.72		-4'994.82	-4'988.23
Personalaufwand	-243'495.51	-89'008.05	0.00	-62'355.95	-118'905.84
Deckungsbeitrag II	-228'185.42	-145'838.34	-57'633.33	-253'402.48	-5'955.71
Aufwand Raum- und Nebenkosten	-10'961.18	-22'373.74		-1'459.82	-8'445.90
Aufwand Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-797.98	-777.67		-1'018.93	-399.11
Aufwand Fahrzeug	-5'525.06				
Aufwand Sachversicherungen	-3'400.10				
Aufwand Verwaltungs- und Informatik	-86'975.36	-13'540.84	-213.69	-9'950.72	-48'187.38
Finanzerfolg	-13'513.76	-735.29		-383.87	-9'079.43
Abschreibungen	-14'271.23	-3'507.95		-3'593.69	-10'523.95
Total Betriebsaufwand	-135'444.67	-40'935.49	-213.69	-16'407.03	-76'635.77
Ausserordentlicher Erfolg					
Deckungsbeitrag III	-363'630.09	-186'773.83	-57'847.02	-269'809.51	-82'591.48
Kurtaxen					
Mitgliederbeiträge/Gönner					
TFA					
Gemeindebeiträge					
Kantonsbeiträge					
Marketingbeiträge					
Kurtaxen/Beiträge/TFA etc.					
Erfolg					

Total Betrieb/ Gäste- marketing /Dires	Marketing Marketing	Events	Total Marketing Events	Total	Vorjahr		Budget	
					2010	2011	2011	2012
30'434.73			.00	30'434.73	28'530.58	35'000.00	30'000.00	
0.00		23'368.34	23'368.34	23'368.34	262'305.30	67'000.00	12'000.00	
92'647.66			.00	92'647.66	88'222.31	60'500.00	500.00	
81'714.73	64'263.88		64'263.88	145'978.61	181'742.51	169'100.00	154'200.00	
0.00	33'705.00		33'705.00	33'705.00	52'050.00	60'000.00	49'000.00	
113'492.95			.00	113'492.95	100'979.17	110'000.00	106'600.00	
0.00	287'891.56		287'891.56	287'891.56	353'736.49	364'000.00	111'350.00	
15'310.09			.00	15'310.09	13'548.00	3'000.00	19'435.00	
-12'780.44	-87626.35		-87'626.35	-100'406.79	-47.75	0.00		
320'819.72	298'234.09	23'368.34	321'602.43	642'422.15	1'081'066.61	868'600.00	483'085.00	
-239'842.68			.00	-239'842.68	-260'301.33	-257'500.00	-237'600.00	
.00		-28'718.42	-28'718.42	-28'718.42	-315'187.93	-118'000.00	-19'500.00	
-209'132.81	-6'025.73		-6'025.73	-215'158.54	-226'586.86	-184'300.00	-121'800.00	
-49'094.16	-67'170.27		-67'170.27	-116'264.43	-152'385.54	-146'700.00	-138'400.00	
.00	-291'879.49		-291'879.49	-291'879.49	-233'420.46	-209'200.00	-206'500.00	
.00	-95'003.85		-95'003.85	-95'003.85	-147'875.24	-128'000.00	-40'500.00	
.00	-77'723.04		-77'723.04	-77'723.04	-107'016.25	-106'500.00	-78'800.00	
.00	-287'891.54		-287'891.54	-287'891.54	-353'737.25	-364'000.00	-111'250.00	
-498'069.65	-825'693.92	-28'718.42	-854'412.34	-1'352'481.99	-1'796'510.86	-1'514'200.00	-954'350.00	
-177'249.93	-527'459.83	-5'350.08	-532'809.91	-710'059.84	-715'444.25	-645'600.00	-471'265.00	
-443'330.24	-233'934.59	-80'153.53	-314'088.12	-757'418.36	-783'264.07	-786'500.00	-812'635.00	
-48'081.90	-27'259.70	-6'603.45	-33'863.15	-81'945.05	-87'659.85	-95'450.00	-83'850.00	
-22'353.21	-19'851.72	-5'579.10	-25'430.82	-47'784.03	-47'666.12	-50'500.00	-46'000.00	
-513'765.35	-281'046.01	-92'336.08	-373'382.09	-887'147.44	-918'590.04	-932'450.00	-942'485.00	
-691'015.28	-808'505.84	-97'686.16	-906'192.00	-1'597'207.28	-1'634'034.29	-1'578'050.00	-1'413'750.00	
-43'240.64	-10'973.51	-3'415.29	-14'388.80	-57'629.44	-63'492.18	-65'800.00	-83'850.00	
-2'993.69	-657.00	-199.49	-856.49	-3'850.18	-5'648.67	-6'000.00	-1'500.00	
-5'525.06			.00	-5'525.06	-2'673.51	-4'200.00	-2'500.00	
-3'400.10			.00	-3'400.10	-3'763.80	-3'800.00	-3'800.00	
-158'867.99	-15'432.57	-9'370.84	-24'803.41	-183'671.40	-237'319.75	-184'421.00	-175'300.00	
-23'712.35	-349.09		-349.09	-24'061.44	-20'945.60	-19'200.00	-19'800.00	
-31'896.82	-18'451.42	-3'593.65	-22'045.07	-53'941.89	-15'318.69	-52'000.00	-47'080.00	
-269'636.65	-45'863.59	-16'579.27	-62'442.86	-332'079.51	-349'162.20	-335'421.00	-333'830.00	
	88'217.65		88'217.65	88'217.65	-13'534.30	0.00	0.00	
-960'651.93	-766'151.78	-114'265.43	-880'417.21	-1'841'069.14	-1'996'730.79	-1'913'471.00	-1'747'580.00	
922'658.55				922'658.55	994'139.70	1'000'000.00	892'000.00	
23'480.00				23'480.00	46'670.01	47'600.00	21'600.00	
			436'354.15	436'354.15	455'423.87	450'000.00	434'600.00	
142'800.00				142'800.00	153'464.89	145'800.00	142'800.00	
			204'977.00	204'977.00	225'332.00	195'000.00	200'000.00	
			77'129.75	77'129.75	52'819.05	78'000.00	66'550.00	
1'088'938.55			718'460.90	1'807'399.45	1'927'849.52	1'916'400.00	1'757'550.00	
128'286.62			-161'956.31	-33'669.69	-68'881.27	2'929.00	9'970.00	



Herausgeber

Haslital Tourismus
Bahnhofplatz 12
3860 Meiringen
Tel. 033 972 50 50
info@haslital.ch
www.haslital.ch

Gestaltung Atelier KE, Meiringen

Fotos David Birri



Haslital Tourismus

3860 Meiringen
6084 Hasliberg Wasserwendi
3862 Innertkirchen

Phone +41 (0)33 972 50 50
www.haslital.ch

