

Jahresbericht 2015

Haslital Tourismus





Inhalt

- 1 Editorial
- 2 Geschäftsleitung, Jungfrau Region Tourismus AG
- 3 Mitarbeitende, Leistungsträger und Partner, Übernachtungszahlen
- 4 Tourist Center und Gästemarketing
- 5 Brand, Positionierung & Marketing
- 6 Events
- 7 Produkte
- 10 Imprimatè
- 10 Projekte
- 11 Finanzen
- 11 Ausblick
- 12 Erfolgsrechnung
- 14 Bilanz, Anhang zur Jahresrechnung
- 15 Bericht der Revisionsstelle
- 16 Organigramm

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, zvg



Editorial Präsident 2015



Liebe Vereinsmitglieder,
sehr geehrte Damen und Herren

Wie zahlreiche Ferienorte im Alpenraum sehen wir uns mit einem schwindenden Interesse an Ferien in den Bergen konfrontiert. Wintersport fasziniert die urbane Schweiz immer weniger. Schon längst fährt nicht mehr alles Ski – und wenn, dann nur bei schönem Wetter. Mit zunehmender Mobilität und mehr Informationskanälen wird jeder Gast kurzfristiger, spontaner und auslandsorientierter. Und viele ausländische Gäste sind auf Städte und Sehenswürdigkeiten und nicht auf Erholung in den Bergen fokussiert.

Diese seit geraumer Zeit am touristischen Horizont sichtbaren Herausforderungen des Alpentourismus treten immer deutlicher zu Tage und beginnen nun sich auch direkt auf das Tagesgeschäft und die Logiernächte-Statistiken auszuwirken. Der anfangs Jahr korrigierte Eurokurs tut sein übriges. So langsam geht es ans Eingemachte.

Die Hände dabei fatalistisch in den Schoss zu legen ist nicht die Lösung. Rahmenbedingungen ändern sich – nicht nur im Tourismus. Nur wenn wir offen,

neugierig und aufgeschlossen gegenüber Veränderungen sind, leisten wir einen positiven Beitrag zur touristischen Situation in der Schweiz. Negative Schlagwörter müssen aus den Köpfen verschwinden und durch innovative, zukunftsorientierte Ideen und optimistische Aussichten ersetzt werden.

Dabei dürfen wir davon ausgehen, dass die Schweiz einen guten Ruf als (sicheres) Reiseziel genießt und das weltweite Interesse an der Schweiz ungebrochen ist. Diesen Ruf sollten wir aufrechterhalten. Viele Menschen möchten unser Land besuchen und unsere Gäste sein. Freuen wir uns darüber! Lassen Sie uns begeisterte Gastgeber sein! Mit einer guten touristischen Infrastruktur, einer attraktiven Gästekarte und einer lebendigen Gastronomie gestalten wir den Aufenthalt des Gastes so angenehm wie möglich.

Dazu braucht es eine schlagkräftige Allianz im Haslital: Gemeinden, die den Tourismus als wichtigen Pfeiler der Wirtschaft im Hasli erkennen und unterstützen, Leistungsträger mit tollen Angeboten, eine freundliche Bevölkerung und einen engagierten Tourismusverein.

Ein solchermassens gastfreundliches Haslital ist ein starkes Haslital. Ein starkes Haslital wird erfolgreich sein. Und zwar unabhängig von kantonalen, tourismuspolitischen Strukturen. Leisten wir uns dieses starke Haslital! Investieren wir Zeit, Herzblut und Franken in die Zukunft. Dokumentieren wir unsere Lust auf Zukunft mit mutigen Projekten wie dem Feriendorf Meiringen oder der Grimselbahn!

Die in diesem Jahr begonnene, institutionalisierte Zusammenarbeit mit der Jungfrau Region Tourismus AG ist dabei eine aussichtsreiche Chance.

Neben Eurokurs, Jungfrau Region und Feriendorf war das Vereinsjahr 2015 auch von personellen Änderungen geprägt. Präsident Andreas Michel, Geschäftsführer Nils Glatthard und Vorstandsmitglied Simon Anderegg haben ihre Tätigkeit für Haslital Tourismus im Juni 2015 beendet. Herzlichen Dank für das langjährige Engagement zu Gunsten von Verein und Region!

Ein herzlicher Dank gilt auch dem Mitarbeiterteam sowie dem Vorstand. Vielen Dank für die gute Zusammenarbeit! Ein besonderer Dank geht dabei an Pascal Spiess für seine interimistische Team-Leitung.

In der Funktion als Resort Managerin wird Mäggy Stark ab April 2016 Haslital Tourismus repräsentieren. Ich bin überzeugt, mit ihr, den Mitarbeitenden und dem Vorstand von Haslital Tourismus einem Team vorstehen zu dürfen, das die anstehenden Herausforderungen meistern wird.

Packen wir es an! Gemeinsam!

Herzlichst

Dominic Freitag



Jahresbericht 2015

Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung wurde im Berichtsjahr 2015 bis Ende September von Nils Glatthard und Margrith Frey wahrgenommen. Ab Oktober wurden die Aufgaben des Geschäftsführers in den Aufgabenbereich des Resort Managers der Jungfrau Region Tourismus AG (JRT AG) integriert und von Pascal Spiess, Produktmanager interimistisch geführt.

Für das Geschäftsjahr 2015 hat sich Haslital Tourismus (HT) folgende Schwerpunkte gesetzt:

- Weiterentwicklung und Anpassung der bestehenden Organisation, Prozesse und Abläufe sowie die Integration des operativen Geschäfts in die neue JRT AG zu einem einheitlichen touristischen Geschäftsbereich zusammen mit Grindelwald, Wengen, Mürren und Lauterbrunnen
- Stärkung und Positionierung der Marke «Haslital Berner Oberland» innerhalb der JRT AG für den gemeinsamen einheitlichen Auftritt, so dass das Haslital mit seinen Naturschönheiten und der Vielfalt weiterhin von den Gästen als einzigartig wahrgenommen wird
- Intensivieren der Zusammenarbeit mit der JRT AG, den Leistungsträgern, Gemeinden und Partnern im Haslital für einen gemeinsamen starken Tourismus
- Integration sämtlicher Mitarbeitenden von Haslital Tourismus in die neue Organisation und dabei weiterhin einer der verlässlichen Arbeitgeber in der Region zu bleiben
- Stärkung und Harmonisierung der Tourismusfinanzierung.

Jungfrau Region Tourismus AG

Nach der Zustimmung der Mitgliederversammlung im November 2014 zur gemeinsamen Organisation JRT AG konnten die Vertragsvereinbarungen an der ersten Generalversammlung im Sommer unterzeichnet werden. Haslital Tourismus bleibt weiterhin eine rechtliche, juristische Person und ist für die Unternehmensverfassung zuständig. Die Ertragsquellen bleiben bestehen und werden der eigenen Rechnung zugeschrieben. Der Vorstand von Haslital Tourismus bestimmt weiterhin die Unternehmenspolitik und legt die langfristigen Ziele, das Investitionsbudget und die Finanzplanung fest. Er definiert innerhalb der JRT AG die strategische Marketingausrichtung und Positionierung von HT und legt die Geschäftsfelder, Produkte, Märkte und Zielgruppen fest. Die jährliche Mitgliederversammlung bleibt weiterhin die Hauptplattform für die Auftragserteilung und die Überwachung des Geschäfts. Die JRT AG als Ausführer des Leistungsauftrags rapportiert der Mitgliederversammlung über die ihr übertragenen Tätigkeiten.

Zusammen mit Grindelwald, Wengen, Mürren und Lauterbrunnen Tourismus sind wir Eigner der JRT AG. HT besitzt 22 % der Aktien und ist mit zwei Sitzen im Verwaltungsrat durch Dominic Freitag, Präsident HT und Alex Rufibach, Vizepräsident HT vertreten.

Der Hauptsitz der JRT AG ist in Interlaken. Die Organisation und das Management der JRT AG

erfolgt in der zentralen Geschäftsstelle in Interlaken. Von dieser werden die Abteilungen Produkt, Marketingpromotionen, Vertrieb, Verkauf, zentrale Dienste sowie die dezentralen Resortmanagementstellen geführt. Die Geschäftsleitung (GL) setzt sich aus dem Geschäftsführer Philippe Sproll, den Bereichsleitern sowie den jeweiligen Resort Managern der einzelnen Orte zusammen. Die GL trifft sich einmal pro Monat und leitet das operative Geschäft der JRT AG. Die Bereiche Produkt, Marketing und Vertrieb sind für die externe Marktbearbeitung zuständig und die Aufgaben werden von den Mitarbeitenden in Interlaken wahrgenommen. Der Resort Manager des jeweiligen Resorts ist für die Führung der ortsgebundenen Aktivitäten, jährliche Marketing- und Produktplanung für die Ortsmarke, Gästebetreuung, strategische Partnerschaften der Ortsmarke und die politische Repräsentation zuständig.

Die JRT AG finanziert sich durch fünf Einnahmequellen, die alle unterschiedliche Verwendungszwecke und Auftraggeber aufweisen. Die Einnahmen aus den Resorts, wie z.B. Haslital Tourismus, werden wie folgt verwendet:

- Tourismusförderungsbeiträge (TFA) für das Basismarketing und den Verkauf
- Beherbergungsabgaben, diese fließen 50 bis 100 % ins Resort Haslital.
- Kurtaxen und die Mitgliederbeiträge aus HT fließen vollumfänglich zurück ins Resort Haslital



Mitarbeitende

Haslital Tourismus kann weiterhin auf ein motiviertes, gut ausgebildetes und flexibles Mitarbeiter-Team zählen. Das Team setzt sich mit viel Engagement und Können für den Tourismus im Haslital ein. Verschiedene Mitarbeitende nutzten Chancen zur Weiterbildung. So konnte Pascal Spiess in diesem Jahr die Weiterbildung zum Marketingfachmann mit eidg. Fachausweis erfolgreich abschliessen. Auch im Berichtsjahr führte Haslital Tourismus das Engagement in der Lehrlingsausbildung weiter. Insgesamt sind fünf Lehrstellen besetzt.

Ende 2015 konnte der Prozess der Überführung der Mitarbeitenden von Haslital Tourismus in die neue Organisation der JRT AG erfolgreich abgeschlossen werden. Wie vertraglich vereinbart, wurde von der JRT AG erfreulicherweise allen Mitarbeitenden von

Haslital Tourismus ein neuer Arbeitsvertrag unterbreitet. Durch die Zusammenführung der operativen Geschäftsbereiche aus den Resorts in die zentrale Stelle in Interlaken, konnten nicht nur Synergien genutzt werden, sondern hatte auch zur Folge, dass Arbeitsplätze und deren Aufgaben vom Haslital nach Interlaken verlegt werden mussten. Vor allem betroffen waren die Bereiche Administration, Reservationen, Medien/PR. Dank der guten Vorbereitung, dem Verständnis sowie der grossen Flexibilität der Mitarbeitenden kam es zu keinen Entlassungen.

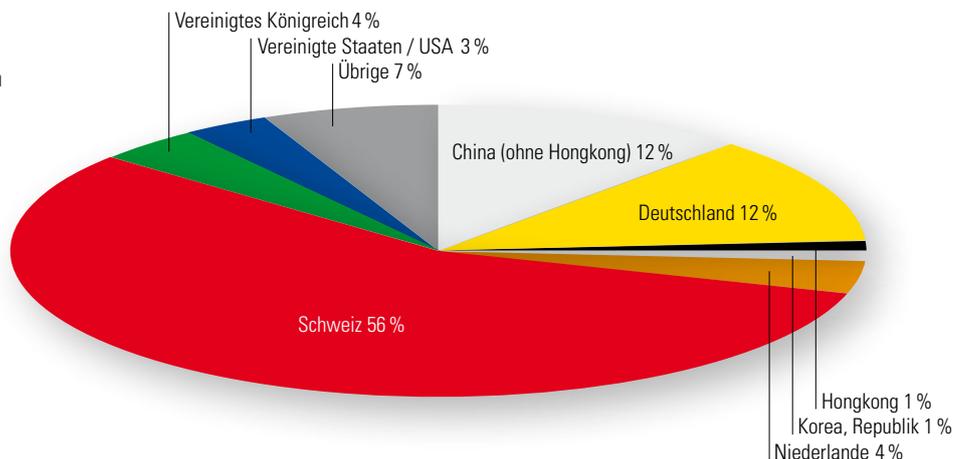
Leistungsträger und Partner

Haslital Tourismus ist in zahlreichen Organisationen, Vereinen und Interessensgruppen vertreten. Dadurch gewährleistet Haslital Tourismus den Kontakt und den Austausch mit den verschiedenen Anspruchsgruppen.

Auch im 2015 pflegte HT eine gute Zusammenarbeit und einen regen Austausch mit den Leistungsträgern und den Gemeinden. Zudem ist HT regelmässig bei den Gemeindepräsidententreffen der Haslitaler Gemeinden anwesend und konnte so stets über die Integration in die Jungfrau Region Tourismus AG sowie über die laufenden Projekte informieren. Auch bei den Sitzungen des Hoteliersvereins Haslital war HT regelmässig anwesend und konnte so einen guten Austausch gewährleisten. Des Weiteren pflegte HT einen regen Austausch mit dem Standortmarketing und Regionalentwicklung Region Haslital Brienz.

Leider hat sich die Gemeinde Brienzwiler entschieden, sich der Destination Interlaken anzuschliessen. Die Leistungsvereinbarung zwischen Haslital Tourismus und Brienzwiler wurde per 31.12.2015 aufgehoben, was von HT sehr bedauert wurde.

Hotelloiernächte nach Herkunftsländern





Logiernächteentwicklung nach Gemeinden

	2014	2015	Abweichung
Total Meiringen	119 907	121 506	1,3 %
Total Hasliberg	275 267	256 211	-6,9 %
Total Innertkirchen	52 257	59 198	13,3 %
Total Guttannen	23 314	23 538	1,0 %
Total Schattenhalb	11 983	11 277	-5,9 %
Total	482 728	471 730	-2,3 %

Logiernächteentwicklung nach Beherbergungsformen

	2014	2015	Abweichung
Hotel	238 894	232 045	-2,9 %
FEWO	159 054	147 092	-7,5 %
Gruppenunterkunft	51 019	59 683	17,0 %
Camping	20 022	17 499	-12,6 %
SAC-Hütten	13 739	15 411	12,2 %
Total Haslital	482 728	471 730	-2,3 %

Übernachtungszahlen

Haslital Tourismus muss im Vergleich zum Vorjahr leider einen weiteren Logiernächte-Rückgang von 2.3% hinnehmen. Dieser Rückgang ist unter anderem auf den starken Franken zurückzuführen. So bleibt das Ferienland Schweiz für unsere Gäste aus dem Euroraum sehr teuer. Dazu kommt, dass das benachbarte Ausland oder der Euroraum für Schweizer zum Reisen preislich attraktiv bleibt. Zum Start in die Wintersaison und vor allem in der Hauptsaison Weihnachten/Neujahr fehlte der Schnee gänzlich. Dieser Schneemangel hat die Bergbahnen Meiringen-Hasliberg sogar dazu veranlasst, das Sommerangebot Trottibike am Hasliberg sowie HT den Betrieb der Minigolfanlage am Hasliberg aufzunehmen. Diese Flexibilität wurde von den Wintergästen sehr geschätzt. Der aussergewöhnliche goldene Spätherbst vermochte die Einbussen von Sommer und Winterstart nicht zu kompensieren.

gen-Hasliberg sogar dazu veranlasst, das Sommerangebot Trottibike am Hasliberg sowie HT den Betrieb der Minigolfanlage am Hasliberg aufzunehmen. Diese Flexibilität wurde von den Wintergästen sehr geschätzt. Der aussergewöhnliche goldene Spätherbst vermochte die Einbussen von Sommer und Winterstart nicht zu kompensieren.

Tourist Center und Gästemarketing

Für Haslital Tourismus bleiben die Tourist Center in Meiringen, Hasliberg und Innertkirchen unverzichtbare Standorte für die Betreuung und den persönli-

chen Kontakt zu unseren Gästen und Leistungsträgern. Durch den gemeinsamen Betrieb der Standorte und die gute Zusammenarbeit mit den Partnern Zentralbahn, PostAuto, Bergbahnen Meiringen Hasliberg und der Grimselwelt können die Standorte gesichert sowie zukünftige weitere Synergien genutzt werden, um so die Kundenähe, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung weiter auszubauen und zu stärken.

Neben der Haupttätigkeit der Gästebetreuung sowie Informationsvermittlung werden an den drei Standorten weitere Aufgaben im Gästemarketing wahrgenommen:

- Unterstützung der Dorfkommisionen
- Direktbuchung von Unterkünften
- Verkauf von ausgewählten Produkten sowie die Vermietung des Grimseltor-Saals

In allen drei Tourist Center wird aktiv der Verkauf von Tickets für die Bergbahnen Meiringen-Hasliberg, für PostAuto und Zentralbahn betrieben, wie auch die typischen Haslital SpezialTickets:

- Schlitteltickets Schwarzwaldalp-Grosse Scheidegg
- Rundreisecard Horizontweg, Bergbahnen Meiringen-Alpen tower sowie PostAuto Engstlen-Meiringen
- Rundfahrtticket Grosse Scheidegg inklusive Bus und Schiff
- Kombi-Ticket «Auf Goethes Spuren» inklusive PostAuto bis Schwarzwaldalp oder Grosse Scheidegg, Eintritt in die Gletscherschlucht Rosenlaur und die Sägerei Schwarzwaldalp sowie ein Goethe-Lunch.



Zusätzlich werden über die Tourist Center für folgende Veranstaltungen Tickets verkauft:

- Musikfestwoche Meiringen
- Rundflug JU-Air
- Schlittenhunderennen Gadmen
- Langlaufpässe
- Fischerpatente
- Freilichtmuseum Ballenberg
- Tellspele Interlaken
- Konzerte regional und über Ticketino

Dazu sind im Tourist Center Meiringen sämtliche Bahntickets innerhalb der Schweiz sowie die General- und Halbtaxabos, Beo-Abo, Gleis 7 erhältlich. Im Tourist Center Grimseltor können nicht nur Tickets für die Bahnen der Grimselwelt bezogen werden, sondern auch wertvolle Informationen über die Kraftwerksführungen. In der Wintersaison, jeweils am Wochenende, ist die Schweizer Skischule Meiringen-Hasliberg in den Tourist Center Hasliberg und Meiringen persönlich für die Skischulgäste am Schalter für Auskünfte und Beratung vertreten.

Zum Aufgabengebiet des Gästemarketing-Teams gehört die Herausgabe des bewährten «Haslital Aktuell», das über die Öffnungszeiten von Bahnen, Sehenswürdigkeiten, Ausflugszielen, Hinweise z.B. bei Sperrungen sowie über die Vorteile und Spezialangebote der Gästekarte informiert. Die Informationen werden wöchentlich für die Gäste aufbereitet und den Leistungsträgern in Form eines Newsletters zur Verfügung gestellt. Das in der Saison 2014 eingeführte Gästeprogramm «Die perfekte Woche» mit

Tipps für einen abwechslungsreichen, spannenden Aufenthalt hat sich auch im 2015 bewährt und wurde zusammen mit den Leistungsträgern weitergeführt. Die Nachfrage nach den beiden Informationsinstrumenten sowie die Wichtigkeit und dem Bedarf nach einfacher, unkomplizierter Kommunikation sind gross, was die laufende Registration neuer Kontakte im Verteiler bestätigt.

Dienstleistungserweiterung – Info-Tablets

In den beiden Tourist Center Meiringen und Hasliberg steht unseren Gästen seit Sommer 2015 zusätzlich zu den unentbehrlichen und persönlichen Gästeberatungen auch eine Theke mit Tablets zu Internetinformationen zur Verfügung. Über diese können sich die Gäste individuell und selbständig Informationen über unsere Region und Aktivitäten verschaffen. Mit dieser zusätzlichen Dienstleistung kann noch besser auf die Bedürfnisse der Gäste nach Informationen eingegangen werden.

Reservationszentrale DIRES

Die Reservationszentrale wurde im Berichtsjahr abschliessend in Interlaken zentralisiert und wird für das kommende Geschäftsjahr von der JRT AG und Interlaken Tourismus zu einer Einheit weiterentwickelt. So können weitere wertvolle Synergien genutzt werden und uns bietet es die Möglichkeit, unser Angebote im Haslital auch überregional zu vermitteln.

Brand, Positionierung & Marketing

Die Marke «Haslital Berner Oberland» wurde, wie vereinbart, in die Mehrmarkenstrategie der JRT AG

aufgenommen und wird unbestritten weitergeführt. Bei sämtlichen Auftritten der JRT AG ist das Haslital integriert und wird aktiv als Produkt verkauft. So wurde Haslital Tourismus im Geschäftsjahr 2015 in 17 Märkten weltweit vertreten und konnte von den teilweise weltbekannten Ortsmarken der Jungfrau Region profitieren. Durch die Koordination von zahlreichen Projekten durch die JRT AG konnte sich das Marketingteam von Haslital Tourismus auf die Pflege und Weiterentwicklung der Ortsmarke und auf die Produkte konzentrieren.

Nebst einer starken Präsenz der JRT AG in den internationalen Märkten war sie natürlich auch auf unseren Hauptmärkten Schweiz und Deutschland sehr gut präsent. Wie z.B. an der Giardina 2015, an der grössten Schweizer Indoor-Veranstaltung für Leben im Garten. 61 000 Besucher kamen an die Messe in Zürich und liessen sich inspirieren. Die JRT AG präsentierte sich mit zwei kunstvoll restaurierten und gestalteten Wellness-Wagen. Gleich zum Auftakt der Gartenveranstaltung zeichnete die hochqualifizierte Jury das Projekt «Auszeit» der JRT AG mit einem SpecialAWARD aus. Weiter waren wir am Musical «Das Wunder von Bern» in Hamburg stark vertreten.

Natur bewegt!

Wie der Brand «Haslital. Berner Oberland» konnte auch der Claim «Natur bewegt!» in die Marketingstrategie von JRT AG integriert werden. Der Claim unterstreicht nicht nur die Botschaft mit der einzigartigen Natur und deren Lebensgrundlage im Haslital für Gäste, Besucher und Bewohner, sondern



auch gleichzeitig die Eigenschaften und Werte der JRT AG von Berge, Emotionen, Sport- & Freizeitaktivitäten.

Marketingausschuss Haslital

Die Marketing-Koordination mit den wichtigsten Leistungsträgern im Haslital findet im Marketingausschuss statt. Mitglieder sind die Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG, die KWO AG/Grimselwelt, die Aareschlucht AG, die Zentralbahn AG, PostAuto Schweiz AG, der Hotelierverein Haslital sowie Haslital Tourismus. Durch die gute Zusammenarbeit konnten wir auch im 2015 eine weitere starke Präsenz im Heimmarkt Schweiz erzielen. Erfolgreich wurden die folgenden Projekte umgesetzt:

- NZZ Tipp der Woche; Inserat und Publireportage zum Thema Gelmerbahn; Partner: Grimselwelt
- BLS Streifzug: Inserat und Publireportage zum Thema Naturwunder und Nervenkitzel; Partner: Grimselwelt, Aareschlucht
- Omnibus Revue: Publireportage (2/1 Seiten A4) zum Thema familienfreundliches Haslital; Partner: Bergbahnen Meiringen-Hasliberg (BMH), Grimselwelt, Aareschlucht
- Wander Magazin: Inserat zum Thema Wandern; Partner: Grimselwelt, Aareschlucht
- Fahrplan Regionalpass: Inserat (6/1 Seiten A6) zum Thema Winterzauber und Sommerglück; Partner: BMH, Grimselwelt

Marketing zum Mitmachen

Ein weiteres Instrument zur Marktbearbeitung war

auch in diesem Jahr wieder das «Marketing zum Mitmachen» von Haslital Tourismus. Zahlreich Leistungsträger und Partner machten von dem gemeinsamen Angebot Gebrauch. Durch die Integration mit der JRT AG konnte der Versand über die Partner Resort erweitert werden. Mit dem «Marketing zum Mitmachen» kann gemeinsam auf die speziellen Bedürfnisse der einzelnen Leistungsträger eingegangen werden und ist somit eine gute Ergänzung zum Basismarketing der JRT AG.

MICE-Pool

Eine weitere Plattform für Leistungsträger innerhalb der JRT AG ist der MICE-Pool, bei dem sich bereits drei Leistungsträger aus dem Haslital angeschlossen haben. Dieser Pool hat zum Ziel, gemeinsame Marketingaktivitäten im Bereich Meeting, Events und Incentives umzusetzen. Ein erstes Resultat ist die gemeinsame Angebotsbroschüre mit Grindelwald, Mürren und dem Haslital.

Events

Wieder fanden im Haslital eine Vielzahl von Events in unterschiedlichster Grösse statt. HT war an Veranstaltungen als Haupt-, Mitorganisator oder als Sponsor tätig. Zudem unterstützten wir die Veranstaltungen nicht nur mit finanziellen Mitteln, sondern auch in administrativen Tätigkeiten wie bei der Vermittlung von Unterkünften oder beim Zusammenstellen von Packages sowie im Marketing, Kommunikation und Verkauf. Bei der Event-Evaluation stehen für Haslital Tourismus bekanntlich die Kriterien Wertschöpfung,

zusätzliche Übernachtungen, Medienwirksamkeit und die Übereinstimmung mit den strategischen Geschäftsfeldern im Vordergrund. Im Sommer 2015 wurde definitiv entschieden, in Meiringen der IFSC Boulder Weltcups 2016 durchzuführen. Mit diesem Anlass gelang es HT einen weiteren grossen wiederkehrenden Anlass mit internationaler Ausstrahlung für drei Jahre ins Haslital zu holen.

Die wichtigsten Grossanlässe, zum Teil jährlich wiederkehrend sind:

Schweizer Gesangfest Meiringen 2015 war das Haslital die Bühne für das Schweizer Gesangfest. Insgesamt nahmen 413 Chöre mit total 12 000 Sängerinnen und Sänger teil. Haslital Tourismus gehörte zu den Mitinitianten dieses bedeutenden Anlasses, war Mitglied im Trägerverein und übernahm im OK die Verantwortung für die Ressorts Unterkunft und Marketing. Die Unterbringung der Teilnehmer aus den Chören war eine grosse Herausforderung, die das Team der Reservationszentrale erfolgreich meisterte. Durch den Anlass konnten im Haslital und Umgebung 10 000 Logiernächte generiert werden.

Alpenbrevet Das Alpenbrevet gehört weiterhin zum bedeutendsten Breitensportanlass im Radsport und erfreut sich grosser Beliebtheit. 2015 nahmen 2 500 Rennradfahrer teil. Wie in den vergangenen Jahren hiess es von Meiringen nach Meiringen über die beliebten Gold-, Silber- oder Platin-Tour



resp. über 3 bis 5 grosse Alpenpässe. Das jährlich wiederkehrende Radspektakel Alpenbrevet gehört zu den Top-Events und ist mit der ausgezeichneten Ausgangslagen der Pässe nicht mehr wegzudenken.

Famigros Ski Day In der Wintersaison 14/15 konnte der Famigros Ski Day erfolgreich durchgeführt werden. Mit mehr als 250 teilnehmenden Familien (ca. 1000 Personen) gehört der Anlass in der Zwischenzeit zu den wichtigsten Winteranlässen im strategischen Geschäftsfeld Familien.

Weitere bedeutende Anlässe sind; die **Musikfestwoche** Meiringen, das **Landschaftstheater Ballenberg** und das **Int. Schlittenhunderennen** Gadenen.

Produkte

Im Zentrum der Kommunikation von Schweiz Tourismus stand das Jahresthema «Touring» oder «Grand Tour of Switzerland». Das Thema «Touring» passte bestens zu unseren Produkten rund um das Thema Alpenpässe mit seinen kurvigen Passstrassen. Weiter wurde die Gelegenheit genutzt, im beliebten Haslital Magazin eine Story über die «Grand Tour durchs Haslital» zu publizieren.

«**Familien Willkommen**» so heisst es weiterhin im Haslital. Das Gütesiegel von Schweiz Tourismus konnte bis zum Jahr 2018 verlängert werden. Dieses bietet eine gute Grundlage für die Marktbearbeitung des Segments Familien im Haslital.

Firmen Events im Skirennzentrum Hasliberg Das Skirennzentrum Hasliberg wurde am 10. Januar 2015 offiziell eröffnet. Im Skirennzentrum Hasliberg können in den Disziplinen Super G, Riesenslalom und Slalom durchgeführt werden. Durch die ganzflächige Beschneigung ist die Schneesicherheit gewährleistet. Durch die fix installierte Zeitmessung ist die Vorbereitungszeit gering und die Rennstrecke steht schnell und kurzfristig unterschiedlichen Zielgruppen für Training- und Wettkämpfe zur Verfügung. Bereits in der ersten Wintersaison war das Rennzentrum von internationalen Rennstars und zahlreichen Firmen sehr gut gebucht. Das Skirennzentrum bietet uns ein grosses Potenzial für die Marktbearbeitung von Firmenevents und Grossanlässen im Winter.

Tourist Card

Die Tourist Card wurde im Berichtsjahr gestärkt. Die Spezialangebote der Leistungsträger und Partner konnten verbessert werden. HT ist bestrebt weitere bedeutende touristische Basisangebote in die Gästekarte aufzunehmen und so einen unverzichtbaren Mehrwert für die Gäste zu schaffen. Ein erstes dieser Angebote «freier Eintritt ins Hallenbad Meiringen» wurde in der Wintersaison 14/15 getestet und konnte anschliessend im Dezember 2015 definitiv in die Gästekarte aufgenommen werden. Ziel ist es, in Zukunft die Gästekarte attraktiv zu gestalten, so dass der Gast im Haslital und in der Jungfrau Region von wertvollen kostenfreien Zusatzleistungen profitieren kann, welche den Aufenthalt im Haslital zu einem unvergesslichen Erlebnis werden lassen.

haslital.ch

Genau richtig zum Sommerstart konnte die in die Jahre gekommene Website durch einen neuen modernen kundenfreundlichen Auftritt abgelöst werden. Die neue Website ist in drei Hauptteile gegliedert: Image, Storytelling und Information. In der grosszügig gestalteten Startseite, mit dem Bereich «Stories», «Aktivitäten & Erlebnisse» findet der Gast alles über einen spannenden und abwechslungsreichen Aufenthalt im Haslital. Im letzten Teil kann der Benutzer über einen Filter individuelle Angebote noch persönlicher zusammenstellen. Zudem ist die neue Website voll responsive, d.h. egal ob Desktop, Tablet oder Handy die Seite passt sich dem Gerät an. Ein kundenfreundlicher und zeitgemässer Auftritt mit neuester Technologie, der mit viel Knowhow und Leidenschaft von lokalen Partnern, Grafik Atelier KE, Meiringen und Artasio, Meiringen aufgebaut wurde.

Newsletter

Mit der Integration von HT in die JRT AG wurde das bestehende Newsletter-Tool eingestellt und die Kontaktadressen in jenes der JRT AG importiert. HT versendet weiterhin monatlich an 18000 Adressen einen Newsletter mit Tipps und Angeboten. Über mehrere Jahre konnte so eine starke Kundenbindung aufgebaut und gefestigt werden.

Social Media

Haslital Tourismus ist auf zahlreichen Sozialen Medien aktiv: Facebook, Twitter, Google+, Instagram,



Pinterest usw. Diese Kommunikationsplattformen sind in der heutigen Zeit in der Marktbearbeitung kaum mehr wegzudenken. Durch eine aktive Bearbeitung konnte in diesen Bereichen die Fangemeinde von «Haslital» insbesondere auf Facebook erweitert werden. Spannende Beiträge, Bilder, Tipps, etc. werden jeweils am Freitag im «Tipp zum Wochenende» gepostet. Weitere interessante News und Facts erscheinen aktuell täglich unter der Woche. Mittlerweile hat «Haslital» auf Facebook über 4200 Fans, welche rein organisch generiert wurden. Durch unterschiedliche Posts können zum Teil bis über 8000 Personen erreicht werden. Natürlich durfte der jährliche Adventskalender als Vorweihnachtsgewinnspiel nicht fehlen. Wie jedes Jahr erzeugte die Aktion viel positive Resonanz.

PR & Medien

Medienreisen als PR- und Marketing-Instrument garantieren authentische und nachhaltige Werbung. Indem Journalisten von ihren persönlichen Eindrücken und Erlebnissen berichten, entsteht in den Medien langfristig ein positives Bild der Region. Das PR- & Medien-Team zeichnet für die Organisation und Durchführung von Medienreisen Verantwortung. Dank vielfältiger Programme, qualitativ hochwertigen Guidings, der notwendigen Flexibilität beim Ablauf und guter Kooperation mit den Leistungsträgern und Partnern sollen die Medienschaffenden einen angenehmen und spannenden Aufenthalt verbringen und zum «Storytelling» animiert werden, zum Geschichten erzählen über

Grindelwald, Wengen, Mürren, Lauterbrunnen und das Haslital.

Im Jahr 2015 organisierte und betreute die Abteilung PR & Medien 144 Medienreisen für insgesamt 441 Medienschaffenden aus 23 Nationen. Davon besuchten 81 Medienschaffende in 57 Medienreisen das Haslital.

In Zusammenarbeit mit den PR-Agenturen Ferretti Tourism Marketing (UK, Skandinavien) und Federica de Luca (Italien) sowie den Landesvertretungen von Schweiz Tourismus und Partner BE! Tourismus führt die Jungfrau Region regelmässig Einzel- und Gruppen-Medienreisen mit rund vier bis acht Teilnehmern durch. Die Gruppen-Medienreisen garantieren eine besonders hohe Medienpräsenz und Reichweite.

Trotz der hohen Zahl von Journalisten wird jede Anfrage genau auf ihre Qualität und Seriosität überprüft, bevor die Medienreise zugesagt wird. Das Augenmerk liegt hier insbesondere bei der Auflage und Reichweite des entsprechenden Mediums. Dank dieser Selektion erscheinen immer wieder Reportagen und Artikel über die Jungfrau Region in national und international bekannten Publikationen, Sendungen und Online-Portalen. 2015 besuchten beispielsweise Redakteure von renommierten Medien wie dem National Geographic, The Times, Daily Mirror, Frankfurter Allgemeine die Region. Auch in bekannten Magazinen wie etwa Alpes Magazine (FR), ski+board (UK), Powder Magazine (USA), Moottori Magazin (FI) wur-

de die Jungfrau Region in mehrseitigen Berichten in print und online präsentiert. Zudem waren mehrere TV-Teams aus Brasilien, USA, BeNeLux, Deutschland, Italien und Tschechien für Filmaufnahmen in der Region.

	2015	2014	2013
Medienreisen	144	117	99
Medienschaffende	441	429	240
Anzahl Staaten	23	29	23

Medien-Events

Darüber hinaus präsentieren und repräsentieren die MitarbeiterInnen der Abteilung PR & Medien die Jungfrau Region an diversen Medienevents im Ausland. Diese sind wichtig, um im direkten Gespräch mit Journalisten wertvolle Medienkontakte zu knüpfen und so ein Netzwerk aufzubauen. Die Plattformen dafür bieten die Marketing-Partner Schweiz Tourismus und BE! Tourismus oder aber die PR-Agenturen. Im Jahr 2015 fanden beispielsweise ein Medienevent in Turin und die von Schweiz Tourismus organisierte «Best of Switzerland Spring Tour» mit Media Luncheons in Chicago, Toronto, New York und Tampa statt. Ebenfalls war die Jungfrau Region jeweils an der Sommer- und Winterlancierung in Amsterdam und Warschau vertreten, welche die Schweiz Tourismus Vertretungen durchführten.



Medien-Highlights 2015

Powder Magazine, USA

Recherche: März 2015

Auflage: 100 000 / Online UVM: 775 456 / Facebook: 186 000 / Twitter: 36 200 / Instagram: 28 000

Publikation: Oktober 2015

Thema: Skigebiet Meiringen-Hasliberg, Background und Geschichte Hääggenstubeli und Familie von Bergen, Hasliberg

Fall Line Magazine UK

Recherche: Juli 2014

Kontakte: 90 000

Publikation: Frühling 2015

Thema: Jubiläum Melchior Anderegg, Bergtour Grimselgebiet

Snowmagazine, RTL4, NL Grösster Privatsender

Recherche: Januar 2015

Reichweite der Staffel: 3,8 Millionen Niederländer

Bekanntheitsgrad: 54 % der Bevölkerung (6+)

Ø Zuschauerdichte pro Sendung: 150.000–350.000 (inkl Wiederholung), Ø Marktanteil: 10 %

Sendezeitraum: vom Oktober, November, Dezember 2015, Januar 2016, Sendung total 24 Min.

Thema: Video: Skigebiet Meiringen-Hasliberg, Schneeschuhtour Rosenlauri, Dorf Meiringen, Tea Room Frutal

Magazin Podroze, PL

Editorial gemäss Vertrag mit Schweiz Tourismus

Auflage: 30 000

Publikation: November 2015

Thema: Schneeschuhlaufen und Schlitteln Rosenlauri

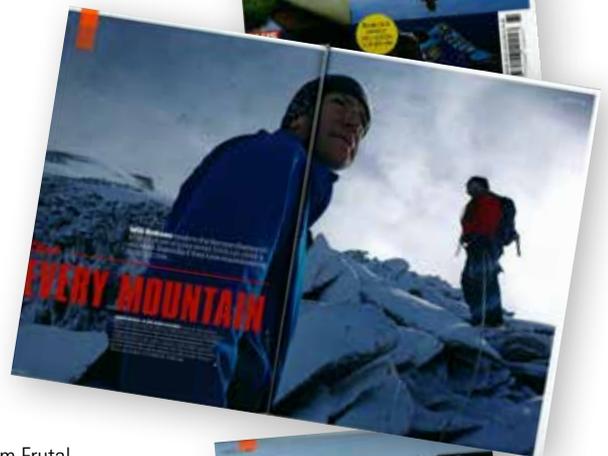
National Geographic, NL

Editorial via BE!

Auflage: 100 000

Publikation: Herbst 2015, 6 Seiten Haslital (total 20 Seiten gesamte JRT)

Thema: Skifahren, Schneeschuhlaufen Rosenlauri, Sherlock Holmes und Reichenbachfall-Bahn





Imprimate

Am bewährten Imprimate-Konzept von Haslital Tourismus wurde festgehalten und es sind folgende Imprimate erschienen:

- Haslital Magazin
- Sommer Guide
- Winter Guide
- Produkte-Flyer

In der Umsetzung der Imprimate ist HT der persönliche Kontakt der lokalen Partner sehr wichtig. So stehen für Gestaltung und Fotografie mit Ursula Hirsbrunner, Beat Kehrli und David Birri kreative Köpfe mit Herzblut zur Verfügung.

Haslital Magazin

Im 2015 ist eine weitere Ausgabe vom beliebten Haslital Magazin erschienen, welches über die Jahre zur Tradition geworden ist. Auf 72 Seiten werden spannende Geschichten aus und um das Haslital erzählt. Die Titelstory «König des Haslitals» charakterisiert nicht nur den Adler, sondern auch die Bewohner des Haslitals als stolz, frei und unabhängig. Das Haslital Magazin erscheint in einem Zweijahresrhythmus. Die nächste Ausgabe erfolgt im Jahr 2017.

Unterkunftsliste

Nach ausgiebigen Abklärungen wurde entschieden, für die ganze Jungfrau Region eine neue Unterkunftsliste für Hotels, Ferienwohnungen und weitere Beherbergungsformen zu erstellen. Durch die Zusammenlegung der Angebote der Region in einer

Broschüre und den einheitlichen Auftritt dient die Unterkunftsliste an Messen und bei der Vermittlung von Unterkünften in den Tourist Center als wertvolles Tool. Für die Zukunft wird aufgrund der Verfüg- und Buchbarkeit der Unterkünfte im Internet geprüft, ob weiterhin eine gedruckte Version erscheinen soll. Koordiniert und realisiert wurden die Unterkunftslisten durch die JRT AG.

Imagebroschüre JRT

Aufgrund der Integration von Haslital innerhalb der JRT AG wurde die Imagebroschüre überarbeitet und erscheint im neuen Layout «Jungfrau Region». Die Imagebroschüre zeigt mit grosszügigen Bildern die Schönheit der Jungfrau Region und natürlich die Einzigartigkeit des Haslitals innerhalb der Jungfrau Region. Besonders auf Messen und im Salesbereich ist die Imagebroschüre ein nützliches Instrument. Sie bringt potentiellen Gästen und Partnern die Region näher und animiert für einen Aufenthalt. Koordiniert und realisiert wurde die Imagebroschüre durch die JRT AG.

Imagefilm JRT

Zur neuen Imagebroschüre ist zusätzlich ein neuer Imagefilm der Jungfrau Region erschienen. Aus den unterschiedlichen Filmmaterialien der Resorts von Sommer und Winter entstand ein gemeinsamer Imagefilm über unsere faszinierende Bergwelt und deren Vielfalt an Ausflugszielen und Aktivitäten. Realisiert wurde das Projekt durch die JRT AG mit der Unterstützung der Mitarbeiter aus den Resorts.

Der Imagefilm wird an zahlreichen Orten, wo immer möglich abgespielt, insbesondere aber an Messen, um Besuchern die zauberhafte Region vor Augen zu führen.

Winterkampagne 15/16

Für den Winter 15/16 konnte Haslital Tourismus seit langem wieder eine eigene Winterkampagne lancieren, dies aufgrund der Leistungsvereinbarung mit der JRT AG. Dazu kam es, dass Haslital mit der Skiregion Meiringen-Hasliberg nicht in der Kampagne der Jungfrau Ski Region aufgenommen werden konnte. Dies hinderte HT nicht daran, mit den Bergbahnen Meiringen-Hasliberg und dem Hotelierverein Haslital eine eigene erfolgreiche Kampagne zu lancieren. Finanziert wurde diese mit Mitteln der JRT AG, der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG und dem Hotelierverein Haslital. Die Aktion beinhaltete analog der Jungfrau Skiregion ein Package «2 für 1»; Hotel und Skipass für 2 Personen zum Preis von einer. Die Vermarktung erfolgte über verschiedene Kanäle, vorwiegend auf dem Heimatmarkt Schweiz.

Projekte

HT war auch im Berichtsjahr in zahlreiche Projekte involviert. Von grosser Bedeutung waren:

Feriedorf Meiringen Im Juni 2015 stimmten die Landeigentümer, Einwohnergemeinde und Dorfgemeinde Meiringen sowie HT dem Landverkauf Sauvagematte zum Bau eines Feriedorfs zu. Darauf erarbeitete das Projektentwicklerteam von Marcel



Friberg, MF Consulting sowie Georg Barandun, Architekt und Leiter der Projektentwicklung, Baulink AG, Davos und Dr. Beat Benz, Artis Alliance, zuständig für Investorensuche, gemeinsam mit einer Begleitgruppe, in welcher Haslital Tourismus vertreten war, das Vorprojekt aus. Das Projekt Feriendorf wird Anfangs Jahr 2016 der grossen Öffentlichkeit vorgestellt.

Tourismusfinanzierung Haslital

Das im Jahre 2014 begonnene Projekt Tourismusfinanzierung wurde weiterverfolgt. Unter Einbezug aller Anspruchsgruppen wurden verschiedene Möglichkeiten ausgearbeitet und diskutiert. Bedauerlicherweise konnte innerhalb des Geschäftsjahres keine einheitliche Lösung gefunden werden. Es wurde vorgesehen, das Projekt erst im Jahre 2016 weiter zu bearbeiten.

Finanzen

Im Berichtsjahr 2015 oder im Integrationsjahr in die JRT AG erfolgte die Rechnungs- und Finanzführung noch vollumfänglich im Verein Haslital Tourismus. Das Jahr der Integration bestand einerseits aus der bestehenden Zusammenarbeitsvereinbarung mit der Jungfrau Region Marketing AG sowie den neuen zusätzlichen Integrationsabmachungen und den zukünftigen Vertragsvereinbarung der JRT AG. Wie bis anhin wurden Marketingleistungen von der JRT AG übernommen und im Berichtsjahr 2015 vor allem im Basismarketing erweitert und vertieft. Bestehendes Promotionsmaterial und Werbematerial wie Broschüren, etc. wurden mit dem Brand «Haslital. Berner Oberland» ergänzt.

Dadurch erhielten wir noch eine bessere Marktpräsenz. Weiter konnten erste Synergien genutzt werden, vor allem im Verwaltungsaufwand und Lizenzen/Wartungen. Trotz diesen beiden Effekten, fällt das Jahresresultat mit einem Minus von CHF 19967 einiges schlechter aus als im Vergleich zum Vorjahr, welches mit einem Gewinn von CHF 10074 resultierte. Dieses schlechte Resultat ist auf das schwierige touristische Umfeld zurückzuführen, das sich bei den Erträgen der Kurtaxeneinnahmen mit einem Minus von CHF 44500 widerspiegelt. Gegenüber dem Vorjahr wurden von der JRT AG weitere Aufwände für Marketingaktivitäten, Werbeinserate/Promotionen und Imprime übernommen. Im Gegenzug wurde der jährliche Beitrag an die JRT AG von CHF 112220 auf CHF 207393.47 erhöht. Die Beherbergungsabgaben sind bereits an die JRT AG geflossen, dies aufgrund der Auflagen der Destinationsverdichtung des Kantons Bern. Davon sind 40% nach Abzug des Beitrags an BE! Tourismus an HT zurückgeflossen und werden in der Rechnung ausgewiesen. Zu erwähnen ist, dass der Kanton sich für das Projekt der Integration und Zusammenführung zur JRT AG mit einem einmaligen Beitrag von CHF 390000 beteiligte. Dadurch konnte die JRT AG die Integrationskosten gänzlich decken und HT sind keine zusätzlichen Kosten für die Integration angefallen. Das schlechte Jahresresultat zeigt erneut, dass für einen nachhaltigen starken und gesunden Tourismus innerhalb der JRT AG zwingend Massnahmen in der Tourismusfinanzierung erforderlich sind.

Ausblick Resort Management Haslital.

Ende November 2015 wurde Mäggy Stark vom Vorstand HT und der Geschäftsleitung der JRT AG als erste Resort Managerin Haslital angestellt. Sie wird die Aufgabe per 1. April 2016 übernehmen. Zuletzt war sie als Geschäftsführerin von Lenk Sport und Events, Schweizer Skischule an der Lenk tätig. Davor amtierte sie vier Jahre lang als Geschäftsführerin von Bönigen-Iseltwald Tourismus. Die 44-Jährige, gebürtige Appenzelerin ist Betriebswirtschafterin und Masterabsolventin der Hochschule Luzern in Brand und Marketing Management.

Im kommenden Jahr wird im Rahmen eines Strategieworkshops die Positionierung des Haslitals neu ausgearbeitet. Dabei wird auf der Grundlage der Ergebnisse aus dem Innotour Projekt «DMO der dritten Generation» weiter aufgebaut.

2016 soll das Geschäftsfeld «Outdoor Sommer» bearbeitet werden. Es ist vorgesehen mit einer neuen Bikekarte das Biken und den Rennradsport zu fördern. Weiter soll das Thema «Sherlock Holmes» stärker positioniert werden. Dazu ist im 2016 die 125 Jahre Jubiläumsfeier mit einem Sherlock Holmes Video Contest geplant.

Erfolgsrechnung 2015

Ertrag	Rechnung 15	Rechnung 14
Kurtaxen Hotels	350 999.85	361 078.55
Kurtaxen Parahotellerie	210 013.20	239 606.15
Kurtaxen Camping	23 717.20	28 224.20
Kurtaxen Pauschal	172 222.05	172 980.60
Kurtaxen Massenlager	69 405.40	69 002.00
Erträge Kurtaxen	826 357.70	870 891.50
Beiträge Mitglieder	8 790.00	9 360.00
Beiträge Gönner	5 000.00	6 050.00
Beiträge TV Brienzwiler	2 640.00	2 640.00
Beiträge Gemeinden	142 800.00	142 800.00
Beitrag Kanton (BA)	36 900.00	304 141.00
Beitrag Ortsmarketing	66 589.85	
Total Erträge Beiträge	262 719.85	464 991.00
TFA Gewerbe/Hotel	297 908.21	295 734.40
TFA Parahotellerie	80 124.47	88 570.00
TFA Alphütten/Gruppen	17 180.40	17 253.50
TFA Dest.-Fremde Beherberger	4 500.00	4 735.00
Erträge TFA	399 713.08	406 292.90
Ertrag Minigolf	29 153.41	31 388.33
Erträge Kurortseinrichtungen	29 153.41	31 388.33
Erträge Gästebetreuung	20 139.81	31 136.18
Erträge Verkauf	111 077.36	96 228.95
Total Erträge Gästemarketing	131 217.17	127 365.13
Marketingbeiträge Übrige	17 100.00	17 100.00
Total Erträge Marketingbeiträge	17 100.00	17 100.00
Erträge Events	19 690.00	18 935.00
Erträge Imprimat	34 100.00	11 643.60
Erträge DIRES	912 110.27	382 536.34
Erträge Verrechnungen Marketing	139 104.49	67 085.02
Erträge Marketing / Events	1 105 004.76	480 199.96
Ertrag Untermiete	8 950.00	11 400.00
Ertrag Provision BA	14 302.45	15 156.57
Erträge Dienstleistungen / Untermiete	23 252.45	26 556.57
Debitorenverluste	-12 432.45	-19 553.80
Total Ertrag	2 782 085.97	2 405 231.59

Aufwand	Rechnung 15	Rechnung 14
Aufwand gemäss LV mit Gemeinden	-169 372.45	-181 565.10
Aufwand Minigolf	-36 128.63	-37 640.10
Aufwand Kurortseinrichtungen diverse	-4 257.50	-23 255.50
Aufwand Kurortseinrichtungen	-209 758.58	-242 460.70
Aufwand Gästebetreuung	-88 962.69	-99 491.54
Aufwand Verkauf	-107 694.72	-87 456.80
Aufwand Gästemarketing	-196 657.41	-186 948.34
Aufwand Events	-25 464.17	-23 412.62
Aufwand Marketingaktivitäten	-342 566.53	-318 556.77
Aufwand Werbeinserate / Promotion	-	-39 121.62
Aufwand Imprime	-	-38 771.54
Aufwand DIRES	-862 437.84	-311 860.19
Aufwand Verrechnungen Marketing	-139 104.49	-67 085.02
Total Aufwand Marketing / Events	-1 369 573.03	-798 807.76
Aufwand Löhne/Gehälter	-646 031.95	-643 203.01
Aufwand Sozialabgaben	-73 255.90	-76 643.40
übriger Personalaufwand	-47 398.90	-45 405.25
Total Personalaufwand	-766 686.75	-765 251.66
Aufwand Mieten	-91 987.23	-91 960.17
Aufwand Unterhalt, Reparaturen, Ersatz Büroeinrichtungen	-284.74	-117.73
Aufwand Fahrzeug	-6 028.63	-2 597.30
Aufwand Sachversicherungen	-1 762.10	-1 955.40
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-111 548.62	-177 107.10
Total Betriebsaufwand	-211 611.32	-273 737.70
Abschreibung EDV-Anlage/ Mobiliar/Schalteranlagen	-28 993.97	-119 142.00
Finanzaufwand	-15 225.52	-9 110.49
Finanzertrag	41.90	101.08
Finanzerfolg	-15 183.62	-9 009.41
Ergebnis Betrieb	-16 378.71	9 874.02
a.o. periodenfremder Ertrag	-	200.00
Total a.o. Ertrag	-	200.00
a.o. periodenfremder Aufwand	-3 588.75	-
Total a.o. Aufwand	-3 588.75	-
Gesamtergebnis	-19 967.46	10 074.02

Bilanz per 31.12.2015

Aktiven	Berichtsjahr	Vorjahr
Kassen	6 544.35	7 114.55
Postcheck	604.35	6 773.23
Bank	79 665.79	150 035.37
Debitoren	384 982.19	609 317.48
Debitor Verrechnungssteuer	-	169.98
Delkredere	-40 000.00	-40 000.00
Vorräte	12 400.00	17 500.00
Transitorische Aktiven	24 696.33	68 151.45
Umlaufvermögen	468 893.01	819 062.06
Finanzanlagen	1.00	1.00
Beteiligungen	156 000.00	24 000.00
Mobilien	31 001.00	50 401.00
IT-Infrastruktur	24 700.00	18 000.00
Immobilien	126 490.00	126 490.00
Fahrzeug (im Leasing)	17 000.00	22 601.00
Anlagevermögen	355 192.00	241 493.00
Akt Aufwand und aktive Berichtigung	3 855.97	6 076.33
Total Aktiven	827 940.98	1 066 631.39
Passiven		
Kreditoren	474 684.16	687 603.35
Leasingrestanz IT-Infrastruktur kurzfristig	3 519.04	3 519.04
Transitorische Passiven	182 816.85	185 101.25
Kurzfristiges Fremdkapital	661 020.05	876 223.64
Darlehen	90 000.00	90 000.00
Leasingrestanz Fahrzeug	22 552.37	26 071.73
Langfristiges Fremdkapital	112 552.37	116 071.73
Vereinsvermögen 31.12./Eigenkapital	54 368.56	74 336.02
Total Passiven	827 940.98	1 066 631.39

Anhang zur Jahresrechnung per 31.12.2015

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere der Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962) erstellt.

Die Anzahl der Vollzeitstellen liegt im Jahresdurchschnitt nicht über 50

	Berichtsjahr	Vorjahr
Beteiligungen:		
Jungfrau Region Tourismus AG, Kapital- und Stimmrechtsanteil 22 %	CHF 132 000	–
BE! Tourismus AG, Kapital- und Stimmrechtsanteil 8 %	CHF 24 000	CHF 24 000
Nicht bilanzierte Leasingverbindlichkeiten:		
Leasing-Vertrag Kopierer (Vertrag um ein Jahr verlängert)		
Laufzeit: 01.11.2015 bis 31.10.2016		
Restschul	CHF 2 981.00	CHF 2 981.00
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen:	CHF 7 620.50	CHF 3 931.05
Gesamtbetrag der zur Sicherung eigener Verpflichtungen verpfändeten und abgetretenen Aktiven sowie Aktiven unter Eigentumsvorbehalt:	CHF 126 490.00	CHF 126 490.00

ANDEREGG

TREUHAND Eidg. dipl. Wirtschaftsprüfer / zugelassener Revisionsexperte

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision an die Hauptversammlung des Vereins Haslital Tourismus, 3860 Meiringen

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung, Anhang) des Vereins Haslital Tourismus, 3860 Meiringen, für das am 31.12.2015 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur eingeschränkten Revision 2015 der Berufsverbände EXPERTsuisse und TREUHAND|SUISSE. 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



Meiringen, den 25.04.2016

Peter Andereg

dipl. Wirtschaftsprüfer
zugelassener Revisionsexperte

3860 Meiringen, Turenmattenstrasse 6 Entwicklung und Verkauf der Prüfsoftware  [®]
Tel. +41 33 972 44 44 Fax. +41 33 972 44 45

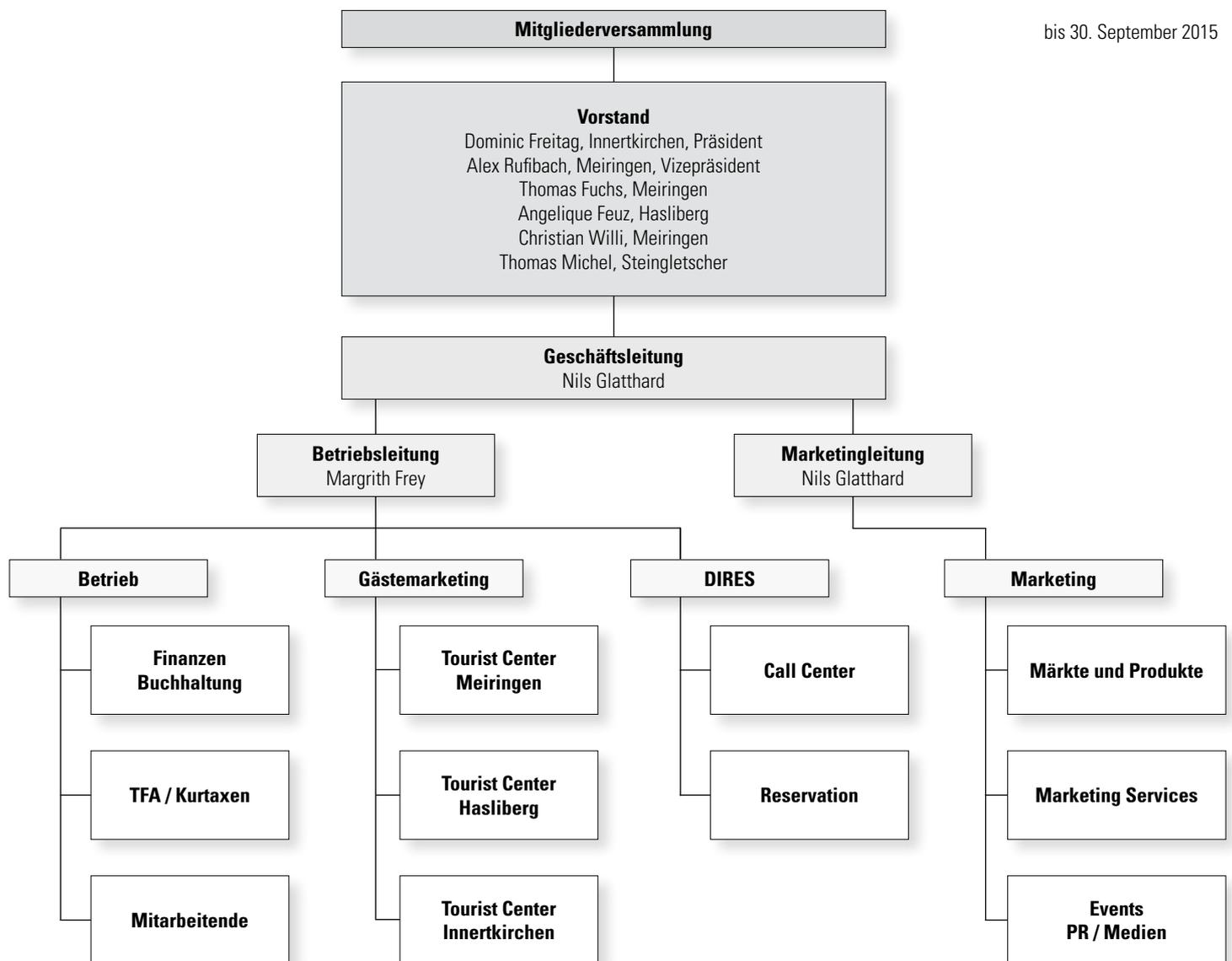
<http://www.anderegg.ch>
E-mail: info@anderegg.ch

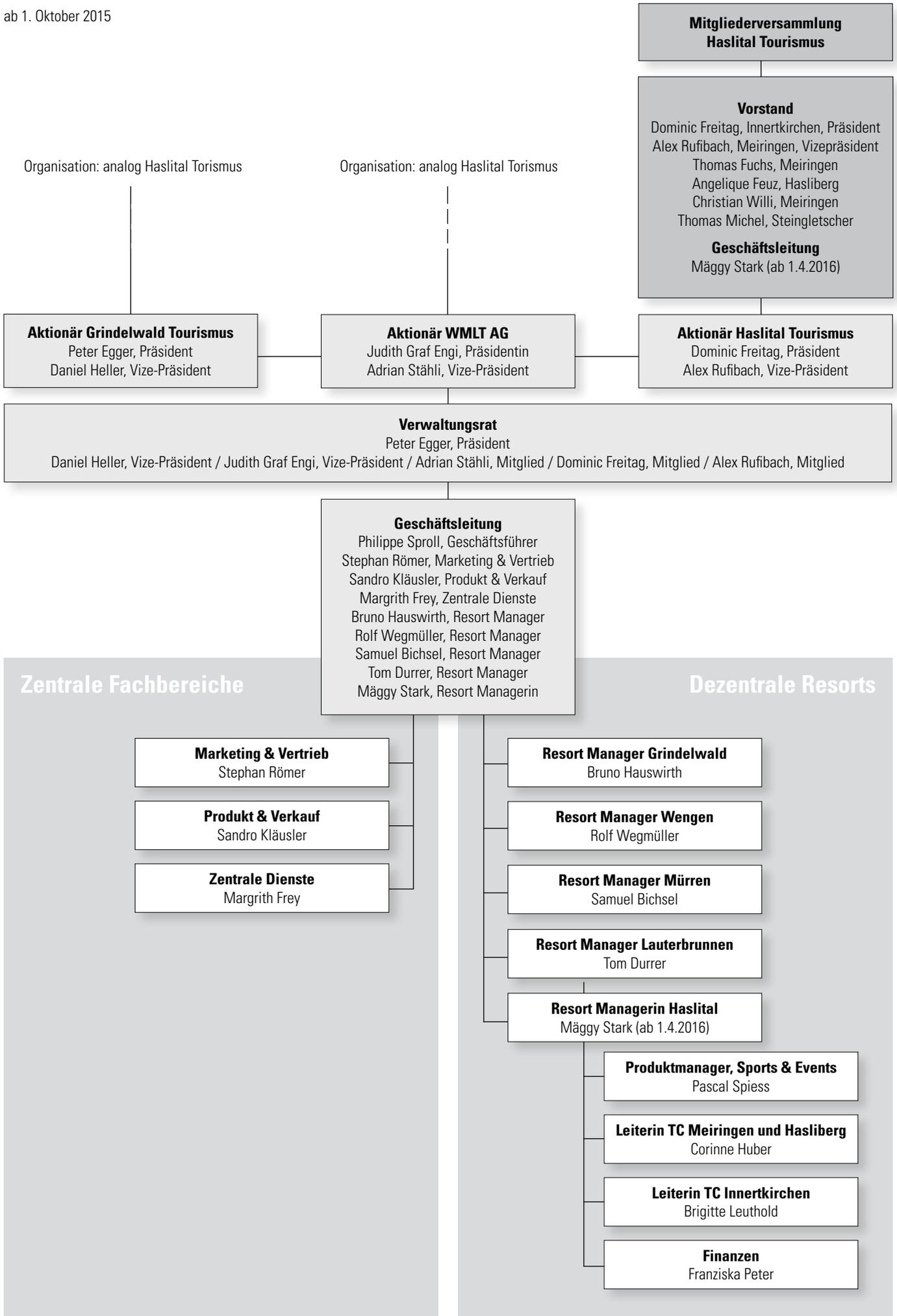
Mitglied Schweizerisches Institut für die Eingeschränkte Revision von TREUHAND|SUISSE

Mitglied von EXPERTsuisse



bis 30. September 2015







Haslital Tourismus

3860 Meiringen
6084 Hasliberg Wasserwendi
3862 Innertkirchen

Phone +41 33 972 50 50
www.haslital.ch

