

Jahresbericht 2016

Haslital Tourismus



Meiringen



Rosenlauri



Urbachtal



Grimselwelt



Gadmertal



Engstlenalp

Haslital – Berg & Tal bewegt





Inhalt

- 1 Editorial
- 2 Jahresbericht
- 8 Erfolgsrechnung
- 10 Bilanz, Anhang zur Jahresrechnung
- 11 Bericht der Revisionsstelle
- 12 Organigramm

Editorial Präsident 2016



Liebe Vereinsmitglieder,
sehr geehrte Damen und Herren

Vielfalt! Auf kleinstem Raum!

So lautete unisono die Antwort aller Befragten auf die Frage «Was zeichnet die Ferienregion Haslital aus?». Als ich vor zwei Jahren das Amt des Präsidenten von Haslital Tourismus übernehmen durfte, war es mir wichtig, die touristische Stimmung einzufangen. Dazu habe ich mit dutzenden Leistungsträgern, Gemeindeoberen und anderen Persönlichkeiten Gespräche geführt und dabei stets die gleichen Fragen gestellt.

Vielfalt! Auf kleinstem Raum! Welche Vielfalt war gemeint? Und wie bringt diese Vielfalt das Tal weiter? Die meisten der Befragten dachten selbstverständlich an die touristische Angebotsvielfalt (bei der erstaunlicherweise häufig auch der Brienzersee genannt wurde), die das Haslital auszeichnet. Aber müsste man nicht auch die Vielfalt der Wirtschaftsbranchen, die vielfältige Gemeindestruktur und die zunehmende Gästevielfalt erwähnen? Und, dass mit einer solchen vielfältigen Vielfalt natürlich auch Meinungsvielfalt einhergeht? Nur, was bringt sie

uns, diese Diversität? Wie gehen wir mit ihr um? Wohlverstanden, Vielfalt ist wichtig. Es ist schön, wenn man reichlich hat und aussuchen kann. Vielfalt ist eine komfortable Ausgangsposition, aber auch nicht mehr. Um erfolgreich zu sein, bedarf es vielmehr einer Fokussierung und Priorisierung. Auf welches der vielfältigen touristischen Geschäftsfelder setzen wir? Wie wollen wir wahrgenommen werden? Was soll uns von der alpinen Konkurrenz unterscheiden? Warum soll der Gast zu uns kommen? Die Antwort darauf heisst nicht Vielfalt, sondern Positionierung! Angebotsvielfalt für sich alleine ist keine touristische Positionierung, sondern schwammige Beliebigkeit. Meinungsvielfalt allein ist kein Garant für Entwicklung. Um touristische Power zu erzeugen, müssen Meinungen strategisch gebündelt werden. Reduce to the Max!

Was braucht es, um aus einer Vielzahl von Meinungen und einer Vielzahl von Angeboten eine Positionierung bzw. eine Richtung entwickeln zu können? Es braucht einen zielgerichteten Dialog. Die Koordination eines solchen Dialogs sehe ich als eine der Hauptaufgaben eines Tourismusvereins. Diese Aufgabe kann der Verein erfüllen, wenn das Vertrauen in seine Organe und Personen sowie Bereitschaft und Fähigkeit zum Dialog auf allen Seiten vorhanden ist.

In einer Lärmgesellschaft in der jeder als eigener Pressesprecher amtiert, könnte dies nicht funktionieren. Wenn Misstrauen in Strukturen, Personen

und kantonale Strategien zelebriert würde und nur noch kommunale, wirtschaftliche oder politische Partikularinteressen vertreten werden würden, wäre Konsens fern, Nebenschauplätze im Fokus und Stillstand wäre das Ergebnis. Die eigentlichen Aufgaben könnten nicht erledigt werden. Die Ressourcen würden nicht ausreichen. Deshalb setzen wir von Haslital Tourismus uns dafür ein, dass solch ein Szenario nicht Realität wird. Es ist uns ein Anliegen, die Kräfte im Dialog zu bündeln. Wir wissen, dass es nur gemeinsam funktionieren kann!

Fog on the water?

Haslital Tourismus erlebt stürmische Zeiten. Vor allem die personellen Abgänge von Nils Glatthard, Alexander Zwahlen, Andreas Michel, Pascal Spiess, Christine Winkelmann, Mäggy Stark und mir bei Haslital Tourismus sowie Philippe Sproll und Stefan Römer bei der Jungfrau Region werfen und haben Wellen geworfen.

Ich plädiere für einen abgeklärten Umgang mit diesen Personalien. Jede hat ihre eigene Geschichte und die Ursachen sind vielschichtig, auch wenn die Rahmenbedingungen im Haslital und in der Jungfrau Region natürlich eine Rolle spielen.

Ich persönlich kann diesen Wechseln auch Gutes abgewinnen. Meine positive Einstellung basiert auf der Erfahrung, dass das Vertrauen in Organisationen häufig eine personenbezogene Komponente hat. Gibt es einen Wechsel, ist dies auch



immer eine Chance für einen Neuanfang. Insofern möchte ich Sie dazu ermuntern den neuen Kapitänen, Simon Zobrist, Haslital und Marc Ungerer, Jungfrau Region sowie meinem Nachfolger von Anfang an das Vertrauen zu schenken. Trauen Sie sich, zu vertrauen!

Ich bin der festen Überzeugung, dass sich die Wogen glätten und die Nebel lichten werden, der Hasli-Dampfer in Zukunft in ruhigeren Gewässern kreuzen und mit der Jungfrau auf grosse Fahrt gehen wird. Sie sind alle eingeladen mit an Bord zu sein! Es ist dabei hilfreich sich vor Augen zu führen, dass es auch im Destinationskontext eines gelebten Miteinanders bedarf, um auf den touristischen Weltmeeren nicht unterzugehen. Dazu muss gegenseitige Akzeptanz und Respekt aller Partner eingefordert werden. Zudem muss die Einsicht reifen, dass für die Fortführung der langjährigen Zusammenarbeit mit der Jungfrau Region von beiden Seiten in Engagement, Herzblut und Geduld investiert werden muss.

Tiefe Brunnen muss man graben, wenn man klares Wasser will!

Ich bedanke mich bei allen, die im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht nur an der Oberfläche gekratzt, sondern beim Graben mitgeholfen haben, un bequem waren und konstruktiv Fragen gestellt haben. Nicht immer ist es einfach – Einsetzen ist immer auch ein Aussetzen. Insofern bedanke ich mich beim Team Haslital Tourismus für den leidenschaftlichen

Einsatz an allen drei Standorten. Ich weiss, dass es nicht immer nur lustig ist. Ich danke Mäggy Stark für ihr riesiges Engagement im Haslital und ich danke meinen Vorstandskollegen für ihre Arbeit. Vizepräsident, Alexander Rufibach danke ich für seine mehr als kollegiale Unterstützung. Mein Dank gilt auch den Leistungsträgern, den Behördenvertretern, dem Gewerbe und den Menschen im Tal. Nicht immer läuft es rund. Daher ist es schön auf Ihr besonnenes Verständnis zählen zu können. Merci!

Nach acht Jahren im Vorstand, davon drei im Präsidium, verabschiede ich mich von Haslital Tourismus. Ich hatte eine interessante Zeit und wünsche Ihnen alles Gute.

Haslital Tourismus wünsche ich visionäre Menschen, denen Gehör geschenkt wird, Menschen, die das grosse Ganze, den Horizont im Blick haben und dabei gleichwohl das Naheliegende nicht vernachlässigen, Menschen, die sich mit dem nötigen emotionalen Abstand mit ganzem Herzen für das Tal einsetzen und Menschen, die sich mit Respekt und doch mit der erforderlichen Vehemenz der Sache widmen.

Investieren Sie keine Zeit mehr in das Hinterfragen von Strukturen. Nutzen Sie stattdessen die Zeit, um vor Ablauf des touristischen Haltbarkeitsdatums ein frisches Produkt präsentieren zu können! Gehen Sie es zügig an und fordern Sie dazu von den neuen, jungfräulichen Strukturen partnerschaftliche

Unterstützung ein. Ich bin überzeugt, ein attraktives Produkt verkauft sich immer – egal in welchem Destinations-Regal es steht.

Machen Sie es gut!
Herzlich,

Dominic Freitag



Jahresbericht 2016

Die Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2016 waren die gemeinsame Umsetzung der strategischen Ausrichtung von Haslital Tourismus (HT) in die Dachmarkenorganisation Jungfrau Region Tourismus AG, vor allem die Integration der bestehenden Organisation und Abläufe von HT sowie die Harmonisierung der Tourismusfinanzierung von HT für eine nachhaltige, gesunde Tourismusentwicklung.

Dachmarkenorganisation

Jungfrau Region Tourismus AG

Per 01.01.2016 trat die Leistungsvereinbarung zwischen der Jungfrau Region Tourismus AG sowie den Verein Haslital Tourismus in Kraft. Mit der vertraglichen Leistungsvereinbarung wurden die Aufgaben, wie auch die Verantwortung der Tourismusdienstleistungen im Haslital an die Jungfrau Region Tourismus AG (JRT) übertragen. Das Basismarketing, der Verkauf, die zentralen Dienste sowie das Resortmanagement werden vollumfänglich von der JRT am Standort Interlaken erbracht. Das dezentral geführte Resort Haslital ist vor Ort und verantwortet das Brandmanagement, Produkte und die Gästebetreuung.

Das gemeinsame Ziel innerhalb der Destination Management Organisation (DMO) ist ein gemeinsamer sowie starker Auftritt «Jungfrau Region» im Tourismusmarkt. Der Fokus im Geschäftsjahr 2016 lag in der Erschliessung der betrieblichen Prozesse innerhalb der bestehenden Tourismusorganisationen Grindelwald, Wengen, Mürren, Lauterbrunnen

und dem Haslital. Es konnten weitere wertvolle Synergien geschaffen werden und die Leistungsfähigkeit des Resorts Haslital weiter gestärkt werden. Die Umsetzung des Marketingmodells der DMO innerhalb der JRT, das sich auf die Tourismusdienstleistungen konzentriert und sämtliche Aktivitäten in der Dienstleistungskette einer Destination aus einer Hand erbringt, schreitet erfolgreich voran. Haslital Tourismus ist seit dem 01.01.2016 Teil dieser DMO. Daher wird auf eine weitere Berichterstattung verzichtet und auf den Geschäftsbericht 2016 der JRT verwiesen.

Ausgeschlossen in der Leistungsvereinbarung mit der JRT ist die Geschäftsführung des Vereins Haslital Tourismus, das Management von Veranstaltungen sowie die operative Führung der lokalen Kurortseinrichtungen.

Haslital Tourismus

Haslital Tourismus (HT) bleibt, trotz der Inkraftsetzung der Leistungsvereinbarung mit der JRT, der Vertragspartner mit den Gemeinden Hasliberg, Guttannen, Innertkirchen, Meiringen und Schattenhalb. Die Erfüllung der fünf vertraglichen Leistungsvereinbarungen bleibt bei dem Verein. Dem Vorstand, als oberste Leitung, obliegt die Überwachung und Kontrolle der Geschäftsführung, die Entwicklung der Tourismusstrategie sowie die Investitionsplanung. Der Vorstand traf sich im Geschäftsjahr zu 10 ordentlichen Vorstandssitzungen sowie für 3 ausserordentliche Strategiesitzungen.

Geschäftsführung

Die Geschäftsführung wurde bis Ende März 2016 ad Interim durch Pascal Spiess wahrgenommen. Als erste Resort Managerin von Haslital übernahm Mäggy Stark am 01.04.2016 diese Aufgabe. Zu ihren Hauptaufgaben gehören die Führung des Resorts sowie im Auftrag der JRT die Führung der Vereinsgeschäfte, der lokalen Infrastrukturen sowie der lokalen Events.

Die Marke «Haslital»

In der DMO wird die Multimarkenstrategie verfolgt. Diese sieht vor, dass jeder Ort innerhalb der Marke «Jungfrau Region» seine eigene Positionierung hervorhebt, die auf die Eigenschaften und Werte des Orts aufbaut. Die gemeinsame Positionierung der JRT wurde im Jahre 2012 in einem Workshop erarbeitet und 2015 erneut in einem Workshop überprüft und diversifiziert.



Der Vorstand hat im Geschäftsjahr 2016 die aktuelle Positionierung von «Natur bewegt!» sowie die Gewichtung von Familien, lebendig, authentisch, echt überprüft und entschieden, dass diese Positionierung in Zukunft weiter ausgebaut und gestärkt werden soll.



Zudem sollen die strategischen Geschäftsfelder mit den Marketingpartnern weiterentwickelt und koordiniert werden:

- Familien (Sommer & Winter) – Family Willkommen im Land der Muggestutz-Zwerge
- Wasser (Erlebnis & Technik) – wilde & zahme Gewässer
- Alpinismus (Sommer & Winter) – die Wiege des Alpinismus
- Outdoor Sommer (Wandern & Biken) – Erlebnisvielfalt Wandern & Biken am Berg und im Tal
- Outdoor Winter (Schneesport) - Erlebnisvielfalt Winter im Haslital
- Alpenüberquerung – Wege in & aus dem Haslital
- Brauchtum & Tradition – Vergangenheit & Zukunft
- Sherlock Holmes – das Rätsel um das Haslital

Im Geschäftsjahr 2016 lagen die Herausforderung und der Fokus in der Konzeption. Es ging darum, die zukünftigen strategischen Geschäftsfelder zu einem Erlebnis zu bündeln. Die ersten Massnahmen werden auf die Sommersaison 2017 mit den Produkten «Haslital – eine Velowelt bewegt», «Haslital – eine Bergwelt bewegt», «Haslital – eine ZwergeWelt bewegt» sowie «Haslital – eine Campingwelt bewegt» umgesetzt.

Schwingerkönig 2016, Matthias Glarner

Am 28.08.2016 holte Matthias Glarner am Eidgenössischen Schwingfest in Estavayer mit grosser Freude und überraschend die Krone. Am Folgetag wurde der frisch gekrönte Schwingerkönig mit einem grossen

Fest feierlich empfangen. Nebst zahlreichen Gästen war auch eine starke nationale Medienpräsenz vor Ort. Über Nacht hatte das Haslital einen einzigartigen Botschafter erhalten, der mit seiner Art und Authentizität das Haslital nicht besser repräsentieren konnte. Haslital Tourismus entschied, Matthias für die nächsten drei Jahre als Botschafter unter Vertrag zu nehmen. Im November 2016 wurden die Verträge unterzeichnet. Bereits in der bevorstehenden Online Winterkampagne 2016/17, die gemeinsam mit den Bergbahnen Meiringen-Hasliberg erfolgte, wurde der Schwingerkönig 2016 als Botschafter eingesetzt: «Haslital – meine Heimat».



Leistungsträger und Partner

Haslital Tourismus (HT) pflegte einen regen Austausch mit den Leistungsträgern und den Gemeinden. HT nahm regelmässig an Gemeindepräsidententreffen der Haslitaler Gemeinden teil und informierte über den laufenden Integrationsprozess und die wichtigsten Projekte. Durch eine regelmässige Teilnahme an den Sitzungen des Hoteliervereins Haslital konnte ein wertvoller und wichtiger Austausch sichergestellt werden.

Lokale Events

Haslital Tourismus war es weiterhin wichtig, Veranstaltungen nicht nur finanziell zu unterstützen, sondern genauso in administrativen Tätigkeiten wie zum Beispiel bei der Vermittlung von Unterkünften, in Marketingthemen, in der Kommunikation und im Verkauf. Bei der Beurteilung wurde auf die Kriterien: Wertschöpfung für das Haslital, die Medienwirksamkeit und die Übereinstimmung der strategischen Geschäftsfelder gesetzt.

Im Geschäftsjahr 2016 konnte zum ersten Mal der IFSC Boulder Weltcup erfolgreich durchgeführt werden. Haslital Tourismus unterstützte diesen Event nicht nur finanziell, sondern war personell mit Vertretern vom Vorstand im Organisationskomitee vertreten. Der Event war sehr gut besucht und generierte in der Zwischensaison nebst 1500 bis 2000 Logiernächten auch eine starke internationale Medienpräsenz. Vor 125 Jahren stürzte der legendäre Detektiv Sherlock Holmes am Reichenbachfall in die Tiefe. Genau 125 Jahre später



Logiernächteentwicklung nach Gemeinden

	2015	2016	Abweichung
Total Meiringen	121 506	110 333	-9.20 %
Total Hasliberg	256 211	241 639	-5.69 %
Total Innertkirchen	59 198	68 935	16.45 %
Total Guttannen	23 538	22 889	-2.76 %
Total Schattenhalb	11 277	11 680	3.57 %
Total	471 730	455 476	-3.45 %

Logiernächteentwicklung nach Beherbergungsformen

	2015	2016	Abweichung
Hotel	232 045	220 115	-5.14 %
FEWO	147 092	132 122	-10.18 %
Gruppenunterkunft	59 683	66 245	10.99 %
Camping	17 499	20 189	15.37 %
SAC-Hütten	15 411	16 805	9.05 %
Total Haslital	471 730	455 476	-3.45 %

organisierten Haslital Tourismus, die Dorfgemeinde Meiringen und die Deutsche Sherlock-Holmes-Gesellschaft zu diesem vermeintlichen Todestag ein Jubiläumsfest. Gleichzeitig eröffnete das Sherlock Holmes Museum zum 25-Jahr-Jubiläum die Ausstellung «Sherlock Holmes» in der Englischen Kirche. Leider konnte mit dem Jubiläumsfest nicht der erwartete Erfolg erzielt werden.

Wie bereits in den vergangenen Jahren unterstützte Haslital Tourismus sehr erfolgreich die wichtigsten Grossanlässe wie die Musikfestwoche, das Alpenbrevet, den Famigros Ski Day, das Landschaftstheater sowie das Hundeschlittenrennen in Gadmen.

Lokale Kurortseinrichtungen

Pünktlich zum Saisonstart und bei herrlichem Wetter konnte die Minigolfanlage am Hasliberg die ersten Gäste empfangen. Unter der neuen Führung von Daniela Hubler und ihrem Team wurde das Angebot im Bistro erweitert und viel Leidenschaft in die Dekoration und Betreuung investiert.

Umzug der Büroräumlichkeiten

Die Integration und die damit verbundene Erschliessung von betrieblichen Prozessen innerhalb der DMO hatten zur Folge, dass einige Arbeitsplätze leer standen. Die zentralen Aufgaben, wie Medien/PR, DIRES sowie das Marketing zur JRT werden zukünftig

am Standort der JRT in Interlaken durchgeführt. Ein grosser Teil der Büroräumlichkeiten an der Bahnhofstrasse standen somit leer. Im November wurde ein neuer Mieter unter Vertrag genommen und der Umzug und die Umbauarbeiten in der Schalterhalle konnten wie geplant aufgenommen werden.

Stärkung und Harmonisierung der Tourismusfinanzierung

Im Berichtsjahr 2016 befasste sich der Vorstand erneut mit der Tourismusfinanzierung. Bereits in den vergangenen Jahren haben sich Vertreter von Gemeinden und Haslital Tourismus intensiv mit der Tourismusfinanzierung im Haslital auseinandergesetzt. Angestrebt wurde weiterhin eine einheitliche Leistungsvereinbarung in den Gemeinden mit gleichgeltenden und -lautenden Reglementen und Verordnungen für Kurtaxen, Tourismusförderungsabgaben sowie eine Erhöhung der Kurtaxen. Leider blieb es bei einem weiteren Versuch, das Projekt «Stärkung und Harmonisierung der Tourismusfinanzierung im Haslital» in einer abgeschwächten Version umzusetzen. Es konnte bei den fünf Gemeinden keine Einigung gefunden werden.

Übernachtungszahlen

Die Logiernächte waren im Vergleich zum Vorjahr mit einem Minus von 3.45 % weiter rückläufig. Es scheint, dass sich die Abwärtsspirale nicht stoppen lässt. Die andauernden wirtschaftlichen schwierigen Rahmenbedingungen in der Tourismusbranche wurden zusätzlich durch Angst vor Terroranschlägen verstärkt.



Dazu bleibt der Schweizer Franken weiterhin stark und hält europäische Gäste von der Schweiz fern. Vor allem in den Märkten Niederlande und Benelux ist über die letzten Jahre ein starker Rückgang zu verzeichnen. Erfreulich hingegen ist die Entwicklung im Schweizermarkt mit einem Wachstum von 4%. Ein starker Rückgang der Logiernächte von Minus 11.7 % fand in der Wintersaison 2015/2016 statt, was wahrscheinlich auf den fehlenden Schnee zurückzuführen ist. In den Weihnachts- und Neujahrferien fehlte die winterliche Landschaft komplett und das Skifahren wurde durch das Wandern und Biken bei sonnigem Traumwetter mit warmen Temperaturen ersetzt.

Finanzierung

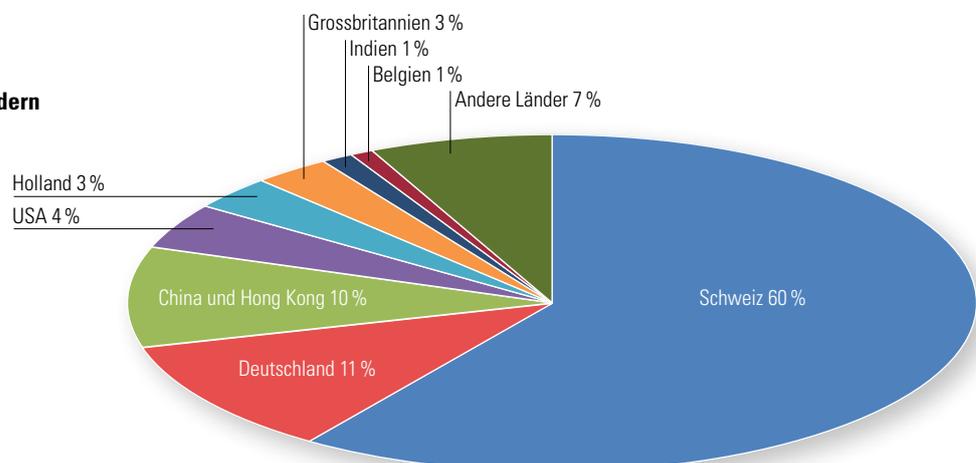
Mit der Übertragung der Aufgaben an die Jungfrau Region Tourismus AG (JRT) per 01.01.2016 wurde gemäss der Leistungsvereinbarung mit der JRT die Buchführung der Aufwände Resort Haslital in die Gesamtbuchführung der DMO überführt. Demzufolge sind weitere Informationen zur Rechnung und Verwendung der Mittel in der Sparte Resort Haslital aus der Jahresrechnung der JRT zu entnehmen.

Das Inkasso bleibt die Aufgabe und in der Verantwortung von Haslital Tourismus. Der Ertrag aus Kurtaxen im Geschäftsjahr 2016 bleibt im Vergleich zum Vorjahr mit einem Minus von 3.45 % weiterhin

rückläufig. Im Vergleich zum Fünfjahresdurchschnitt beträgt der Rückgang CHF 71 565, was ein Minus von 8.2 % bedeutet.

Mit der Umsetzung der Destinationsverdichtung im Kanton Bern und somit mit dem Zusammenschluss mit der JRT fliesst der Ertrag aus der Beherbergungsabgabe direkt an die JRT. Der vertraglich vereinbarte Anteil (Rückfluss) aus den Beherbergungsabgaben wird dem Resort Haslital im Ortsmarketing direkt verrechnet und ausgewiesen. Die Betreuung des DIRES wurde komplett an die JRT übertragen. Die weiteren Erträge bleiben gegenüber dem Vorjahr unverändert.

Hotellogiernächte nach Herkunftsländern





Die Erträge TFA wurden vollumfänglich an die JRT für die Umsetzung des Basismarketings «Jungfrau Region» überwiesen. Weitere Informationen über die Verwendung der Mittel sind im Jahresbericht 2016 der JRT zu entnehmen.

71 % der Erträge aus Kurtaxen, Beiträgen und übrigen Beiträgen werden mittels Destinationsbeitrag an die JRT überwiesen und der Sparte Haslital gutgeschrieben. Dieser Betrag wird für die angefallenen Aufwände im Resort Haslital und somit für die Gästebetreuung vor Ort verwendet. Per 01.01.2016 ist sämtliches Personal bei der JRT unter Vertrag und der Personalaufwand wird in der Sparte Haslital ausgewiesen, ausser dem Personalaufwand für die Betreuung der lokalen Kurortseinrichtungen.

Mit der Verrechnung der restlichen 29% aus den Erträgen resultiert ein Jahresergebnis von CHF 2723.79. Das Vereinsvermögen wächst somit auf CHF 57'092.35.

Berichterstattung
Mäggy Stark, Resort Managerin Haslital

Haslital Mountain Festival



Schlittenhunderennen Gadmen



Erfolgsrechnung 2016

Ertrag	Rechnung 16	Rechnung 15
Kurtaxen Hotels	320 331.10	350 999.85
Kurtaxen Parahotellerie	208 622.65	210 013.20
Kurtaxen Camping	29 161.20	23 717.20
Kurtaxen Pauschal	170 604.40	172 222.05
Kurtaxen Massenlager	62 948.30	69 405.40
Erträge Kurtaxen	791 667.65	826 357.70
Beiträge Mitglieder	8 490.00	8 790.00
Beiträge Gönner	4 420.00	5 000.00
Beiträge TV Brienzwiler	-	2 640.00
Beiträge Gemeinden	131 100.00	142 800.00
Beitrag Kanton (BA)	-	36 900.00
Beitrag Ortsmarketing	-	66 589.85
Total Erträge Beiträge	144 010.00	262 719.85
TFA Gewerbe/Hotel	282 883.05	297 908.21
TFA Parahotellerie	80 712.20	80 124.47
TFA Alphütten/Gruppen	15 550.00	17 180.40
Dest.-Fremde Beherberger	-	4 500.00
Erträge TFA	379 145.25	399 713.08
Ertrag Minigolf	37 210.35	29 153.41
Erträge Kurortseinrichtungen	37 210.35	29 153.41
Erträge Gästebetreuung	45 595.00	20 139.81
Erträge Verkauf	102 301.70	111 077.36
Total Erträge Gästemarketing	147 896.70	131 217.17
Marketingbeiträge Ausschuss-Mitglieder	-	-
Marketingbeiträge Übrige	21 060.85	17 100.00
Total Erträge Marketingbeiträge	21 060.85	17 100.00
Erträge Events	25 871.50	19 690.00
Erträge Imprime	-	34 100.00
Erträge DIRES	-	912 110.27
Erträge Verrechnungen Marketing	67 246.25	139 104.49
Erträge Marketing / Events	93 117.75	1 105 004.76
Ertrag Untermiete	7 200.00	8 950.00
Ertrag Provision BA	-	14 302.45
Erträge Dienstleistungen / Untermiete	7 200.00	23 252.45
Debitorenverluste	- 34 450.85	- 12 432.45
Total Ertrag	1 586 857.70	2 782 085.97

Aufwand	Rechnung 16	Rechnung 15
Destinationsbeitrag an JRT AG	- 732 000.00	
Beiträge TFA an JRT AG	- 379 145.25	
Aufwand gemäss LV mit Gemeinden	- 164 338.83	- 169 372.45
Aufwand Minigolf	- 18 903.95	- 36 128.63
Aufwand Kurortseinrichtungen diverse	3 734.35	- 4 257.50
Aufwand Kurortseinrichtungen	- 179 508.43	- 209 758.58
Aufwand Gästebetreuung	-	-88 962.69
Aufwand Verkauf	-92 628.51	- 107 694.72
Aufwand Gästemarketing	- 92 628.51	- 196 657.41
Aufwand Events	- 43 167.57	- 25 464.17
Aufwand Marketingaktivitäten	-	- 342 566.53
Aufwand DIRES	-	- 862 437.84
Aufwand Verrechnungen Marketing	- 37 453.75	- 139 104.49
Total Aufwand Marketing / Events	- 80 621.32	- 1 369 573.03
Aufwand Löhne / Gehälter	- 31 089.60	- 646 031.95
Aufwand Sozialabgaben	- 4 802.90	- 73 255.90
Uebrigere Personalaufwand	- 2 839.08	- 47 398.90
Total Personalaufwand	- 38 731.58	- 766 686.75
Aufwand Mieten	-	- 91 987.23
Aufwand Unterhalt, Rep., Ersatz Büroeinricht.	-	- 284.74
Aufwand Fahrzeug	- 5 442.40	- 6 028.63
Aufwand Sachversicherungen	- 1 961.90	- 1 762.10
Verwaltungs- und Informatikaufwand	- 26 711.35	- 111 548.62
Total Betriebsaufwand	- 34 115.65	- 211 611.32
Abschreibung EDV-Anlage / Mobiliar / Schalteranlagen	- 44 512.80	- 28 993.97
Finanzaufwand	- 7 889.72	- 15 225.52
Finanzertrag	19.35	41.90
Finanzerfolg	- 7 870.37	- 15 183.62
Ergebnis Betrieb	- 2 276.21	- 16 378.71
a.o. periodenfremder Ertrag	5 000.00	-
Total a.o. Ertrag	5 000.00	-
a.o. periodenfremder Aufwand	-	- 3'588.75
Total a.o. Aufwand	-	- 3'588.75
Gesamtergebnis	2 723.79	- 19 967.46

Bilanz per 31.12.2016

Aktiven	Berichtsjahr	Vorjahr
Kassen	6 686.10	6 544.35
Postcheck	4 639.60	604.35
Bank	92 852.55	79 665.79
Debitoren	222 303.45	384 982.19
Forderungen gegenüber Nahestehenden	58 860.94	–
Delkredere	– 38 500.00	– 40 000.00
Vorräte	11 800.00	12 400.00
Transitorische Aktiven	39 877.60	24 696.33
Umlaufvermögen	398 520.24	468 893.01
Finanzanlagen	1.00	1.00
Beteiligungen	156 000.00	156 000.00
Mobilien	9 001.00	31 001.00
IT Infrastruktur	12 000.00	24 700.00
Immobilien	126 490.00	126 490.00
Fahrzeug (im Leasing)	8 500.00	17 000.00
Anlagevermögen	311 992.00	355 192.00
Akt Aufwand und aktive Berichtigung	2 138.33	3 855.97
Total Aktiven	712 650.57	827 940.98
Passiven		
Kreditoren	285 312.74	474 684.16
Verbindlichkeiten gegenüber Nahestehenden	86 382.99	–
Leasingrestanz Fahrzeug kurzfristig	3 399.60	3 519.04
Transitorische Passiven	171 204.83	182 816.85
Kurzfristiges Fremdkapital	546 300.16	661 020.05
Darlehen	90 000.00	90 000.00
Leasingrestanz Fahrzeug	19 258.06	22 552.37
Langfristiges Fremdkapital	109 258.06	112 552.37
Vereinsvermögen 31.12./Eigenkapital	57 092.35	54 368.56
Total Passiven	712 650.57	827 940.98

Anhang zur Jahresrechnung per 31.12.2016

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	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: 01.11.2016 bis 31.10.2017		
Restschuld	CHF 0.00	CHF 2 981.00
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen:	CHF 0.00	CHF 7 620.50
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 31.12.2016 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 aktuellen 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.

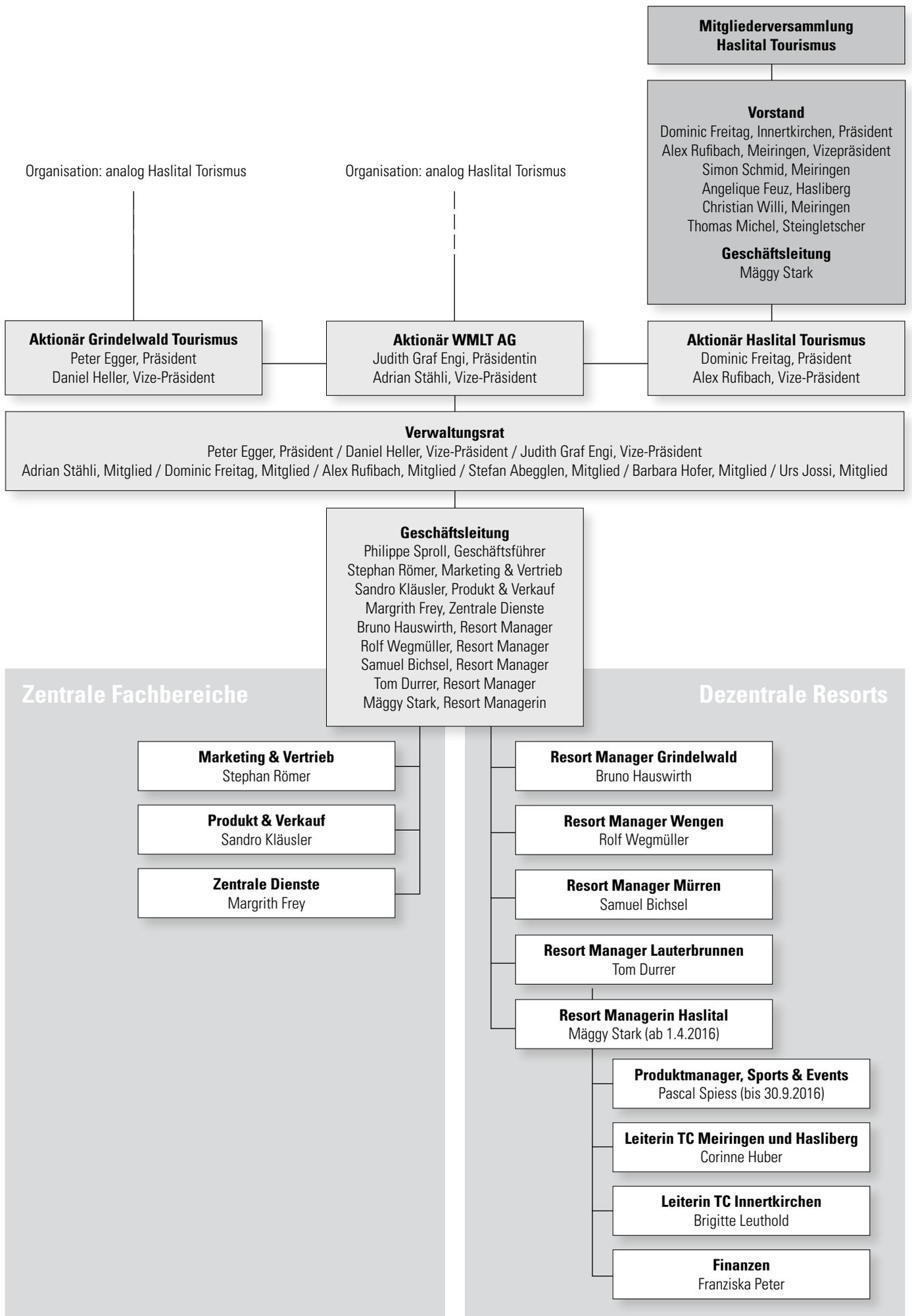
Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

ANDEREGG TREUHAND



Meiringen, den 30.05.2017

Peter Anderegg
dipl. Wirtschaftsprüfer
zugelassener Revisionsexperte



Herausgeber

Haslital Tourismus

Bahnhofplatz 12

3860 Meiringen

Tel. 033 972 50 50

info@haslital.swiss

www.haslital.ch

Gestaltung Atelier KE, Meiringen

Fotos David Birri, zvg



Haslital Tourismus

3860 Meiringen
6084 Hasliberg Wasserwendi
3862 Innertkirchen

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

