

Jahresbericht 2018

Haslital Tourismus





Inhalt

- 1 Vorwort
- 2 Jahresbericht
- 6 Erfolgsrechnung
- 8 Bilanz, Anhang zur Jahresrechnung
- 9 Bericht der Revisionsstelle
- 10 Organigramm



Vorwort Präsident 2018



Geschätzte Haslitalerinnen und Haslitaler,
liebe «Sherlocker»

«Sherlock Holmes ist zurück und will bleiben» und «Der Glücksfall fürs Haslital» – so titelte die Jungfrau Zeitung kürzlich im Zusammenhang mit dem am 4. Mai gefeierten (vermeintlichen) Todestag der berühmten und im Haslital allgegenwärtigen Romanfigur von Sir Arthur Conan Doyle. Vielleicht können Sie sich an unsere Mitgliederversammlung 2018 erinnern: Bereits dort haben wir das Thema und die Figur «Sherlock Holmes» in den Mittelpunkt gestellt und angekündigt, dass einige Änderungen und Neuerungen bevorstehen.

Es freut mich, dass in diesem Zusammenhang tatsächlich auch Einiges zustande gekommen ist und dass Haslital Tourismus hier nun kreativ schaffen und sich mit der Positionierung und Vermarktung von Angeboten und Marken beschäftigen darf. Dies ist nämlich eine unserer eigentlichen Hauptaufgaben, und hier können wir zeigen, was wir können. Gleichzeitig bedeutet dies, dass wir lang andauernde Struktur- und weitere Diskussionen weitgehend

hinter uns gelassen haben und dass wir nun unseren eigentlichen Aufgaben mit voller Kraft nachgehen.

Zugleich ist es eminent wichtig, zu begreifen, dass derartige Marken, Angebote und Positionierungen nur als «Ganzes» funktionieren und weder von einem einzigen Leistungsträger noch von der Tourismusorganisation für sich alleine lanciert und aufgebaut werden können. Es braucht Beiträge von allen beteiligten Partnern und den bedingungslosen Willen zur übergreifenden Zusammenarbeit, um überhaupt eine Chance auf gemeinsamen Erfolg zu haben. Dabei muss es möglich sein, den Gedanken an den eigenen Profit zumindest vorübergehend zurückstellen zu lassen. In diesem Sinne wird auch die «Wiederbelebung» von Sherlock Holmes nur dank einer engen Partnerschaft mit der Alpen Energie, der Grimselwelt, der Einwohnergemeinde Meiringen, den Partnern aus dem Gewerbe und weiteren kreativen Köpfen überhaupt ermöglicht.

Zusammen haben wir Holmes zurückgeholt, um das Haslital unter seiner charakteristischen Deerstalker-Mütze zu vereinen. Damit dies gelingen kann, brauchen wir aber die Zusammenarbeit mit möglichst vielen Partnern. Dann – und nur dann – wird Sherlock Holmes bleiben und zu einem echten Glücksfall für das Haslital werden! Der Kreis der Sherlocker steht allen offen und ich lade Sie alle ein, mit uns zu «Sherlocken». Je mehr Partner mitmachen und dazu beitragen, um so stärker und schlagkräftiger wird eine Marke, bis sie schliesslich im Idealfall

zu einem echten Alleinstellungsmerkmal reift. Dies gilt übrigens nicht nur für Sherlock Holmes, sondern auch für alle anderen Marken und Positionierungen im Haslital.

Ein weiteres Mal darf ich mich herzlich bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Jungfrau Region Tourismus AG, im Besonderen bei jenen, die im Haslital tätig sind, sowie meinen Kolleginnen und Kollegen im Vorstand für ihre Arbeit bedanken. Im Sinne der obigen Gedanken geht aber auch ein grosses «Thank you» an alle unsere Partner, mit denen wir «Sherlocken» und das Haslital anderweitig vermarkten dürfen. Für das Geschäftsjahr 2018, das ich selbst fast zur Hälfte im Ausland verbracht habe, schulde ich schliesslich einen ganz besonderen Dank an unsere Vizepräsidentin Marianne Schüpbach und an unseren Resort Manager Simon Zobrist: Sie beide haben im Haslital die Stellung gehalten und mich mehr als nur würdig vertreten. All dies schätze ich sehr und freue mich allerseits auf die weitere Zusammenarbeit.

Alex Rufibach
Präsident Haslital Tourismus



Jahresbericht 2018



Der schneereiche Winter und der Rekordsommer 2018 bescherten den Freizeit- und Ausflugszielen sehr gute Gästeströme und Frequenzen. Die Tourismusangebote im Haslital insbesondere während den konstanten Schönwetterlagen waren sehr gefragt und mehrere Akteure berichteten von Rekord Sommer-Ergebnissen. Der breit diversifizierte Tourismus profitiert sowohl vom Tagestourismus wie auch vom Aufenthaltstourismus im gesamten östlichen Berner Oberland. Die Übernachtungszahlen im Resort Haslital stiegen im kantonalen Quervergleich mit einer flacheren Wachstumskurve. Eine unerwartete Hotelschliessung eines systemrelevanten Betriebes inmitten der Hochsaison und der schmerzliche Verlust einer langjährig im Haslital beheimateten Rad-sport-Grossveranstaltung muss zuerst kompensiert werden. Dies geht nicht auf Knopfdruck.

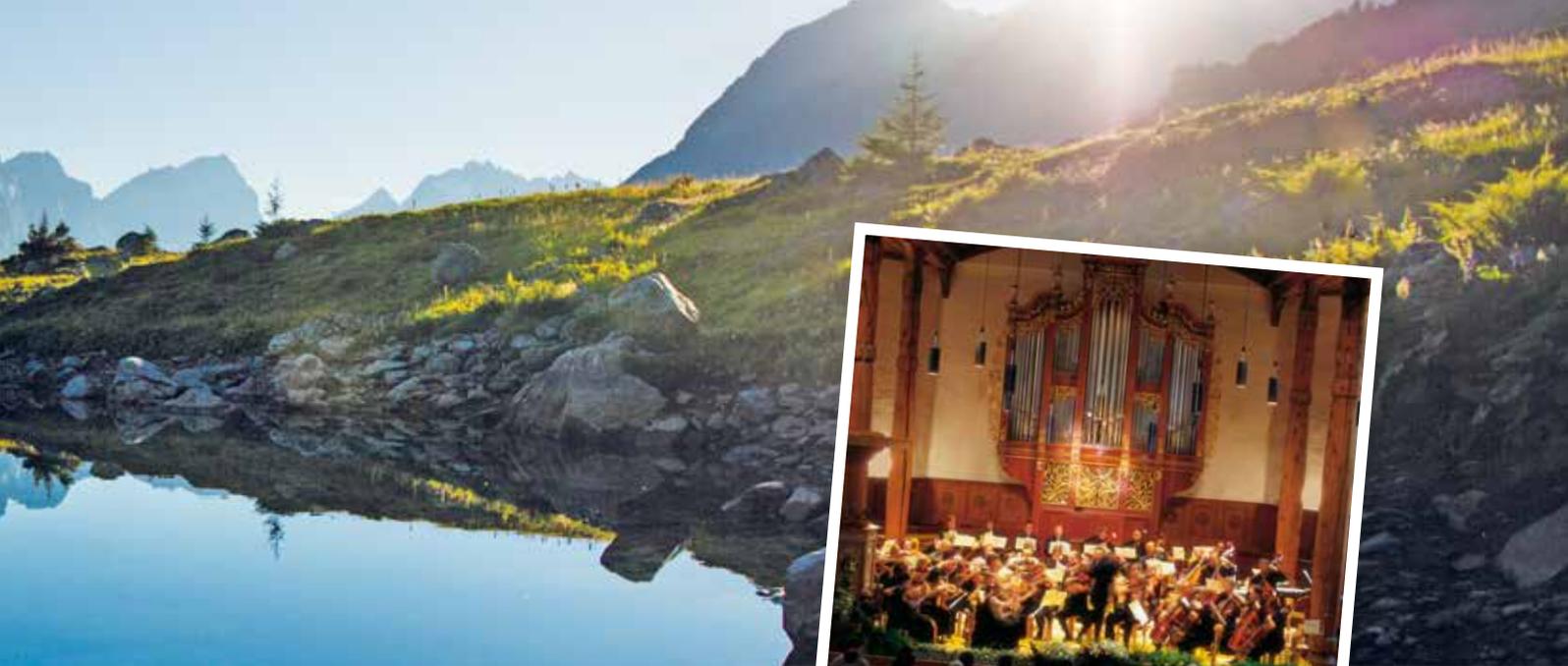
Alleinstellungsmerkmale erzeugten Aufmerksamkeit

«Touristiker müssen sich immer wieder was Neues einfallen lassen, um die Gäste anzulocken!» Ist dem wirklich so? Oder liegt die Antwort nicht vielmehr darin, die Alleinstellungsmerkmale der Ferienregion

Haslital immer wieder in den Vordergrund zu stellen und sich dabei nicht an geografischen oder kommunalen Grenzen zu orientieren, sondern sich konsequent mit Kundenbedürfnissen zu beschäftigen. Der Aufgabenbereich «Gäste holen», welcher Haslital Tourismus in enger Kooperation mit dem Marketing & Sales der Jungfrau Region Tourismus AG gestaltet, waren auch 2018 von genau dieser Grundphilosophie geprägt. Markenbotschafter wie der Schwingerkönig 2016 Matthias Glarner spielen dabei genauso eine matchentscheidende Rolle wie Sherlock Holmes. Wer kann schon von sich behaupten, Hauptort einer weltbekannten Figur zu sein!

Ortsmarketing

Die Mittel, welche dem Resort Haslital als Ortsmarketingbudget 2018 zur Verfügung standen, wurde vollumfänglich in die Bearbeitung des Hauptabsatzmarktes Schweiz investiert. Höhepunkt war der Gastregionen-Auftritt an der Gewerbeausstellung Dielsdorf ZH (26.–30.9). Ein weiteres Mal hat sich bestätigt, wenn «Haslitaler» gemeinsam ein Projekt an die Hand nehmen, dann entsteht etwas mit Vorzeigecharakter, das beim Zielpublikum punktet. Alle beteiligten Tourismus- und Gewerbepartner zauberten zusammen eine tolle Atmosphäre in das 1000m² grosse Festzelt samt Umgebung inmitten der Pferderennbahn Dielsdorf. Marketingaktivitäten verlagern sich zunehmend vom Offlinegeschäft in digitale Kommunikationsplattformen, Werbe- und PR-Massnahmen. Wir gingen 2018 neue Wege im Bereich der Social Medias. Eine Gruppe von «Has-



Musikfestwoche Meiringen

lital Spezialisten», welche genügend Outdoor-Zeit aus beruflichen Gründen generieren können, beliefert unser internes Haslital Tourismus Social Media Team mit aktuellem «Content». Die Entwicklung der «Follower» auf unseren Kanälen zeigt, dass diese Kooperation zielführend ist. Der Relaunch der Webseite seitens JRT AG per Juni 2018 und die damit verbundenen massiven Verbesserungen hat die Chance ermöglicht, die Inhalte und den Informationsgehalt von www.haslital.swiss auf Vordermann zu bringen. Etliche Arbeitsstunden haben wir bereits in das Aufarbeiten, Ergänzen und Ausbauen der Webinhalte investiert und dieser Prozess hält an. Es bleibt ein Spagat zwischen interner Tourismuspolitik, Gästebedürfnissen und Suchmaschinen-Algorithmus-Notwendigkeiten. Wir präsentieren uns als Ferien-Erlebnisraum. Auf der anderen Seite sind die buchbaren Übernachtungsmöglichkeiten im Verhältnis zum Gesamtangebot Haslital noch immer bescheiden. Dieser Ball liegt jedoch bei den Anbietern selber. Die direkte Vernetzung mit der DMO Jungfrau Region Tourismus AG in diesem Kontext ist schlicht Basisvoraussetzung. Warum es nicht tun, wenn ich mit bescheidenem Aufwand zu einem weiteren Distributionskanal komme!



Gewerbeausstellung Dielsdorf ZH

Events / Eventmarketing

Publikumswirksame Veranstaltungen, so das Haslital Mountain Festival (12.–15.4.), die Alpenen Schweizer Meisterschaften (7.–9.4.), Coop Ride the Alps Sustenpass (24.–25.5.), die Musikfestwoche Meiringen (6.–14.7.) oder die Modellflug-Weltmeisterschaften



Sherlock Holmes – 4. Mai 2018



Haslital Mountain Festival 2018



Scale-WM – Modell-Flug-Weltmeisterschaften 2018



Ride the Alps Susten

«Scale WM» (5.–14.7.) auf dem Militärflugplatz Meiringen stabilisierten in der Summe die Übernachtungszahlen 2018 im Resort Haslital. Diese Events hatten die nötige Ausstrahlungskraft und weckten das mediale Interesse. Sie dienten dabei auch als ideale Botschaftsplattformen, um Teile der strategischen Geschäftsfelder von Haslital Tourismus zu kommunizieren so u.a. Alpinismus, Sommer-Outdoor-Aktivitäten, Tradition & Kultur und sehr wichtig Ski- und Schneesport. Sie stärken das gute Image des Haslitals.

**«Sherlocker» und Neuerungen
Innert dem Kirchet**

Eine «motivierter Gruppe», welche in der Weltmarke Sherlock Holmes einen Nutzen für ihre eigene Strategie, wie die der Tourismusdestination sehen, hat sich entschlossen, gemeinsam als «Sherlocker» den

«Markenpush Sherlock Holmes» zu realisieren. Der 4. Mai, sowohl Todestag (seit 1891) wie Glücksfall fürs Haslital, wird jeweils als Start in die Sherlock Holmes Saison einen fixen Platz im Kalender einnehmen – www.sherlockholmes.ch

Das Tourismusjahr 2018 war zudem geprägt durch die Verhandlungen mit den Gemeinden Innertkirchen und Guttannen über die künftige Organisation des Tourist Centers Grimselfor. Eine Arbeitsgruppe bestehend aus allen relevanten Akteuren erarbeitete ein für diesen Fall spezifisches Zukunftsmodell. Die Aufgabenteilung von «Gäste halten» und «Gäste holen» ermöglicht, die vielschichtigen Interessenlagen der Gemeinden und gleichzeitig der Tourismusorganisation zu verbinden, ohne dabei die Marke Haslital zu verwässern. Das neue Regime ist ab dem 1.1.2019 in Kraft.

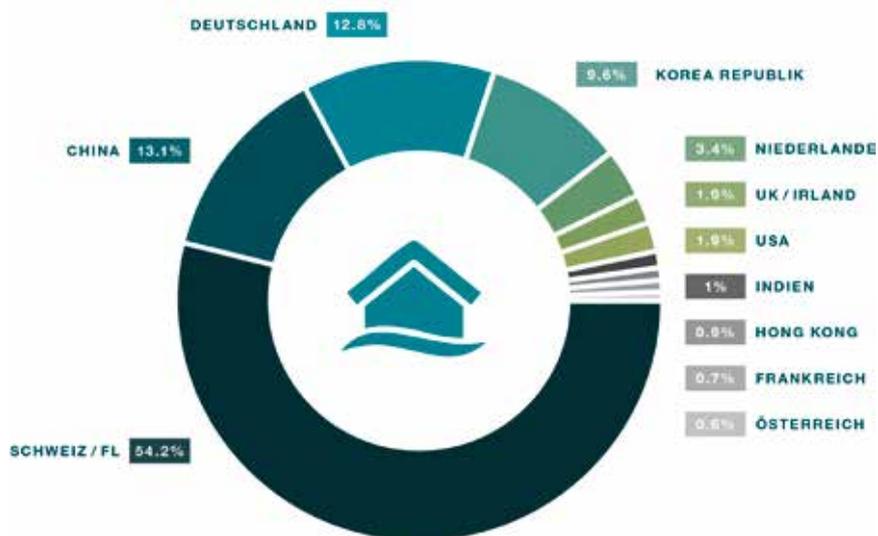
An dieser Stelle möchte ich mich bei allen Mitarbeiterinnen von Haslital Tourismus für den grossen Einsatz im Tourismusjahr 2018 herzlich bedanken. Auch allen Kollegen/–innen in den Dorfkommis-sionen Hasliberg, Meiringen-Schattenhalb und Innert dem Kirchet für die geleisteten Arbeiten und das Engagement mit viel Herzblut ein grosses «Merci». Ebenfalls danke ich dem Vorstand für die wertvolle und gewinnende Zusammenarbeit.

Wie beurteilt man nun zum Schluss den Erfolg eines Tourismusjahres? Winston Churchill meinte einst dazu, «Erfolg ist einmal mehr aufstehen als umfallen!»

Simon Zobrist
Resort Manager Haslital



Länderverteilung nach Indikator Logiernächte Hotellerie 2018



Alpine Schweizer Meisterschaften 2018

Logiernächteentwicklung nach Beherbergungsform

	2016	2017	2018	Abweichung 2017/2018
Hotel	221 443	231 886	240 406	3.7 %
FEWO	139 518	131 926	127 159	-3.6 %
Gruppenunterkunft	46 176	43 462	42 210	-2.9 %
Camping	20 190	21 481	25 049	16.6 %
SAC Hütten	15 451	16 460	20 462	24.3 %
Total Haslital	442 778	445 215	455 286	2.3 %

Logiernächteentwicklung nach Gemeinden

	2016	2017	2018	Abweichung 2017/2018
Hasliberg	248 785	240 927	234 689	-2.6 %
Meiringen	108 930	115 053	118 383	2.9 %
Innertkirchen	52 798	57 917	64 561	11.5 %
Guttannen	22 102	20 801	24 052	15.6 %
Schattenhalb	10 163	10 517	13 601	29.3 %
Total Haslital	442 778	445 215	455 286	2.3 %

Erfolgsrechnung 2018

Ertrag	Rechnung 18	Rechnung 17
Kurtaxen Hotels	370 844.90	364 720.15
Kurtaxen Parahotellerie	193 349.85	153 880.40
Kurtaxen Camping	36 741.80	30 279.80
Kurtaxen Pauschal	170 186.65	170 570.80
Kurtaxen Massenlager	67 161.20	61 144.70
Erträge Kurtaxen	838 284.40	780 595.85
Beiträge Mitglieder	7 530.00	8 170.00
Beiträge Gemeinden	131 100.00	131 100.00
Total Erträge Beiträge	138 630.00	139 270.00
TFA Gewerbe/Hotel	330 074.65	295 277.00
TFA Parahotellerie / Alphütten	101 796.90	79 594.50
Erträge TFA	431 871.55	374 871.50
Ertrag Minigolf	39 514.10	34 869.40
Erträge Kurortseinrichtungen	39 514.10	34 869.40
Ertrag Gästebetreuung	–	15 028.45
Erträge Verkauf	109 479.20	120 945.96
Total Erträge Gästemarketing	109 479.20	135 974.41
Marketingbeiträge Übrige	18 717.65	15 990.00
Total Erträge Marketingbeiträge	18 717.65	15 990.00
Erträge Events	22 797.50	1 115.75
Erträge Verrechnungen Marketing	–	1 000.00
Erträge Marketing / Events	22 797.50	2 115.75
Ertrag Untermiete	7 200.00	7 200.00
Erträge Dienstleistungen / Untermiete	7 200.00	7 200.00
Debitorenverluste	–	–50 063.20
Veränderung Wertberichtigung	–76 302.95	–
Total Ertrag	1 530 191.45	1 440 823.71

Aufwand	Rechnung 18	Rechnung 17
Destinationsbeitrag an JRT AG	-701 000.00	-680 000.00
Beiträge TFA an JRT AG	-431 871.55	-374 101.50
Aufwand gemäss LV mit Gemeinden	-169 934.30	-153 800.15
Aufwand Minigolf	-14 995.00	-7 730.95
Aufwand Kurortseinrichtungen diverse	-11 215.65	-5 648.81
Aufwand Kurortseinrichtungen	-196 144.95	-167 179.91
Aufwand Verkauf	-87 805.49	-97 821.05
Aufwand Gästemarketing	-87 805.49	-97 821.05
Aufwand Events	-31 711.85	-14 284.70
Total Aufwand Marketing / Events	-31 711.85	-14 284.70
Aufwand Vorstandshonorar	-13 000.00	-12 000.00
Aufwand Sozialabgaben	-1 109.90	-1 014.30
Uebriger Personalaufwand	-1 700.00	-600.00
Total Personalaufwand	-15 809.90	-13 614.30
Aufwand Fahrzeug	-7 275.05	-5 326.60
Aufwand Sachversicherungen	-1 155.50	-1 767.35
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-38 826.75	-33 554.50
Total Betriebsaufwand	-47 257.30	-40 648.45
Abschreibung EDV- Anlage/ Mobiliar / Schalteranlage	-4 250.00	-25 251.00
Wertberichtigung Turenmatte Meiringen	-	-21 000.00
Total Abschreibung / Wertberichtigung	-4 250.00	-46 251.00
Finanzaufwand	-5 098.13	-6 939.49
Finanzertrag	4.30	78.76
Finanzerfolg	-5 093.83	-6 860.73
Ergebnis Betrieb	9 246.58	62.07
a.o. periodenfremder Ertrag	-	1 115.34
Total a.o. Ertrag	-	1 115.34
a.o. periodenfremder Aufwand	-8 000.00	-
Total a.o. Aufwand	-8 000.00	-
Gesamtergebnis	1 246.58	1 177.41

Bilanz per 31.12.2018

Aktiven	2018	2017
Kassen	5 083.40	3 667.95
Postcheck	32 819.26	17 204.35
Bank	50 974.95	41 273.25
Debitoren	267 226.85	343 236.85
Forderungen gegenüber Nahestehenden	5 883.05	–
Delkredere	–	–38 500.00
Einzelwertberichtigung Debitoren	–132 299.95	
Vorräte	16 418.71	10 827.40
Transitorische Aktiven	4 798.45	34 861.25
Umlaufvermögen	250 904.72	412 571.05
Beteiligungen	156 000.00	156 000.00
Fahrzeug (im Leasing)	–	4 250.00
Anlagevermögen	156 000.00	160 250.00
Akt Aufwand und aktive Berichtigung	230.43	1 927.12
Total Aktiven	407 135.15	574 748.17
Passiven		
Kreditoren	197 097.00	86 705.80
Verbindlichkeiten gegenüber Nahestehenden	–	255 000.00
Leasingrestanz Fahrzeug kurzfristig	3 397.20	3 397.20
Transitorische Passiven	134 661.70	155 514.55
Kurzfristiges Fremdkapital	335 155.90	500 617.55
Leasingrestanz Fahrzeug	12 462.91	15 860.86
Langfristiges Fremdkapital	12 462.91	15 860.86
Vereinsvermögen 31.12./Eigenkapital	59 516.34	58 269.76
Total Passiven	407 135.15	574 748.17

Anhang zur Jahresrechnung per 31.12.2018

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

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 31.12.2018 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.

Meiringen, 02.05.2019 ANDEREGG TREUHAND



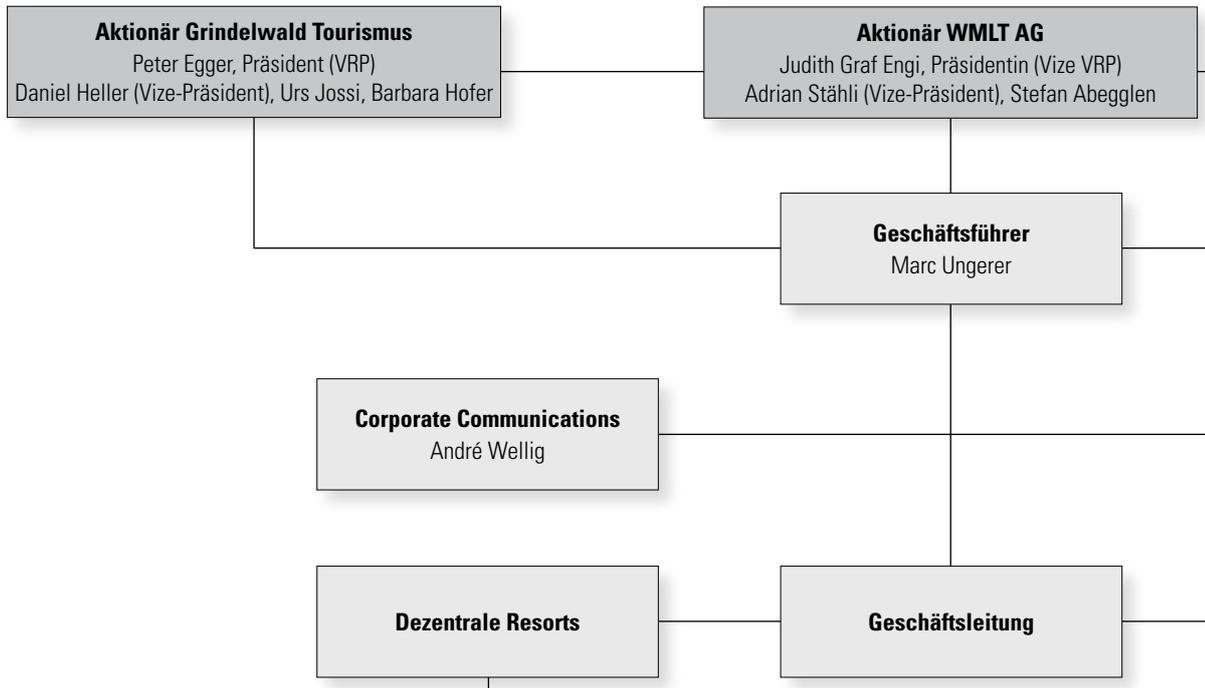
Peter Anderegg
zugelassener Revisionsexperte
dipl. Wirtschaftsprüfer



Patrizia Balmer-Brunner
zugelassene Revisorin
Fachfrau Finanz- und Rechnungswesen mit eidg. Fachausweis

Organigramm per 31.12.2018

Verwaltungsrat Jungfrau Region Tourismus AG



Geschäfts- leitung

Resort Manager Grindelwald Bruno Hauswirth	Resort Manager Wengen Rolf Wegmüller	Resort Manager Mürren Samuel Bichsel	Resort Manager Lauterbrunnen Tom Durrer
Infocenter	Infocenter	Infocenter	Infocenter
Sport & Events	Produkt Management	Kurtaxen	Kurtaxen
Produkt Management	Kurtaxen	Kurortseinrichtungen	Kurortseinrichtungen
Kurtaxen	Kurortseinrichtungen		
Kurortseinrichtungen			

Aktionär Haslital Tourismus
 Alex Rufibach, Präsident
 Marianne Schüpbach, Vize-Präsidentin

Externer VR-Sitz
 Urs Schüpbach

Sekretariat
 Désirée Hueber

Zentrale Fachbereiche

Resort Manager Haslital
 Simon Zobrist

Infocenter
 Tamara Durrer
 Sara Gergely
 Maria Boss
 Celina Simen
 Livia Göllner, Lernende
 Virginia Theiler, Lernende

Marketing
 Saskia Schilter

Kurtaxen / TFA
 Andrea Nydegger

Kurortseinrichtungen
 Daniela Hubler
 Nelly Burgener
 Kathrin Schmid
 Elisabeth von Bergen

Marketing & Kommunikation
 André Wellig

Zentrale Dienste
 Désirée Hueber

E-Services **Sales** **E-Commerce** **Guest Services**

Zentrale Finanzen

IT-Support

Personal

PM Outdoor + Snow Sports

PM Nature + Snow Lover

PM Attraction Tourer

PM Family

PM Culture Traveller

PM MICE

Vorstand Haslital Tourismus
 Alex Rufibach (Präsident)
 Marianne Schüpbach (Vize-Präsidentin)
 Thomas Michel
 Angelique Feuz
 René Kohler
 Christian von Bergen





Herausgeber

Haslital Tourismus
Bahnhofplatz 12
3860 Meiringen
+41 33 972 50 50
info@haslital.swiss
www.haslital.swiss

Gestaltung Atelier KE, Meiringen

Fotos David Birri, Partrick Luchs, zvg



Haslital Tourismus

3860 Meiringen
 6084 Hasliberg Wasserwendi
 3862 Innertkirchen

+41 33 972 50 50
www.haslital.swiss



UNESCO World Heritage
 Swiss Alps Jungfrau-Aletsch

