
23. Ordentliche Hauptversammlung Haslital Tourismus

Montag, 17. Juni 2024, 19:30 Uhr, Parkhotel du Sauvage

Anwesend:	47 Personen
Stimmberechtigt:	32 Stimmberechtigte
	absolutes Mehr: 17 Stimmen
Entschuldigungen:	26 Personen
Ende der Versammlung:	offizieller Teil 21:10 Uhr

Traktanden

1. Begrüssung und Eröffnung
2. Protokoll der HV vom 22.06.2023
3. Jahresbericht Tourismusjahr 2023 und Ausblick auf aktuelle Aktivitäten
4. Jahresrechnung Verein Haslital Tourismus 2023 und Bericht der Revisionsstelle
5. Budget 2024
6. Entlastung des Vorstands
7. Wahlen
8. Aktuelles zu Strategie und Marketing der Jungfrau Region Tourismus AG
9. Verschiedenes

1. Begrüssung und Eröffnung

Daniel Studer, Gemeindepräsident von Meiringen, heisst alle Anwesenden im Namen des Gemeinderats im Parkhotel du Sauvage willkommen und wünscht ein gutes Gelingen. Er betont das Image nach aussen, welches die Tourismus-Destination prägt: Seien es Gäste, Arbeitnehmer oder Bewohner. Er spricht über Trends und Gegentrends, die Digitalisierung und die damit verbundenen Herausforderungen und stellt die Frage, was guten Tourismus ausmacht. Daniel Studer äussert den Wunsch, dass Haslital Tourismus (HT) mehr Zeit und Ressourcen für wirtschaftliche Projekte in der Umgebung aufwenden soll.

Alex Rufibach, Präsident von Haslital Tourismus, begrüsst ebenfalls alle anwesenden Mitglieder und Gäste. Im Namen des Vorstands berichtet er, dass der Tourismus in der Region gut läuft und dass das vergangene Jahr ein Spitzenjahr war. Er geht dabei auf die Gedanken von Daniel Studer ein, der die Frage aufwirft, ob es vielleicht zu viele Touristen gibt. Alex Rufibach erinnert an den Rückschlag im Jahr 2020 aufgrund der Corona-Pandemie, gefolgt von einem starken Aufschwung in den folgenden drei Jahren. Er zitiert: "Wie sich die Reisebranche momentan entwickelt, ist einem Aufholeffekt geschuldet. Nichts daran ist normal. Und es wird sich wieder einpendeln." Er erläutert, dass der Tourismus einen explosionsartigen Anstieg erlebt hat und äussert die Hoffnung, dass das Niveau stabil bleibt und sich die Branche langfristig normalisiert. Alex Rufibach weist auf die saisonalen Reisezeiten der Gäste aus den verschiedenen Märkten in der Jungfrau Region hin und betont das Potenzial von nicht genutzten Zeiten. Er erwähnt die Bedeutung der aktuellen Strategie von Schweiz Tourismus, „die richtigen Gäste zur richtigen Zeit an den richtigen Ort zu bringen“.

Der Präsident eröffnet die ordentliche Hauptversammlung von Haslital Tourismus und stellt fest, dass die Einladung am 24. Mai 2024 im Anzeiger Oberhasli publiziert und auf dem Postweg versandt wurde. Die Einladung ist somit statutengemäss erfolgt und gilt entsprechend als rechtsgültig. Die Jahresrechnung, der Voranschlag und der Revisionsbericht wurden während 20 Tagen vor der Vereinsversammlung im Tourist Center Meiringen zur Einsicht aufgelegt. Es wurden keine Anträge zur Traktandenliste eingereicht.

Beschluss: Die Traktandenliste wird einstimmig genehmigt.

2. Protokoll der HV vom 22.6.2023

Der Vorstand beantragt der Versammlung, das Protokoll vom Vorjahr zu genehmigen.

Beschluss: Die Versammlung genehmigt das Protokoll der HV vom 22. Juni 2023 einstimmig.

3. Jahresbericht Tourismusjahr 2023

Fabienne Frutiger, Resort Director Haslital, begrüsst die Anwesenden herzlich und drückt ihre Freude aus, das erste Mal an der Hauptversammlung teilnehmen zu dürfen. Sie betont die Bedeutung des Haslitals als Region mit vielfältigen Freizeitmöglichkeiten, Geschichte, Kultur und Gastfreundschaft und die Notwendigkeit, diese Werte zu bewahren und zukunftsweisende Projekte zu fördern.

Fabienne Frutiger spricht über das erfolgreiche **Tourismusjahr 2023 in der Schweiz**, das mit 42 Millionen Logiernächten einen neuen Rekord erreichte. Gegenüber dem Vorjahr nahmen die Logiernächte um 9,2 % zu. Die Branche habe sich weiter von der COVID-19-Pandemie erholt und zeigte ein starkes Wachstum, besonders bei internationalen Gästen. Die Nachfrage ausländischer Gäste stieg um 21,8 % auf 20,9 Millionen Logiernächte (+3,7 Millionen) und erreichte fast das Rekordniveau von 2019. Besonders aus den USA und Südostasien (Indonesien, Malaysia, Singapur, Thailand) kamen vermehrt Besucher, wobei die Gäste aus Südostasien auffallend häufig im Herbst und Frühling die Schweiz bereisten. Die Schweizer Gäste blieben mehrheitlich treu mit 20,8 Millionen Logiernächten, trotz eines leichten Rückgangs um 1,1 % (-224.000). Auch die Gästezahlen aus Europa blieben stabil: Der Markt in UK und Frankreich wuchs, während Deutschland zusammen mit BeNeLux eine langsamere Erholung zeigte. Die Direktorin verweist auf aktuelle Trends und auf die Herausforderungen, wie den Fachkräftemangel in der Gastronomie und Hotellerie, geopolitische Unsicherheiten und die wirtschaftliche Lage in Europa. Sie betont die Bedeutung, die Gästeströme gezielt räumlich und saisonal zu lenken.

Fabienne Frutiger berichtete von den **erfolgreichen Zahlen im Ferienkanton Bern**. Mit einer Zunahme der Logiernächte um 13,7 % im Vergleich zu 2022 blickt der Kanton auf ein Rekordjahr zurück. Die erzielten 6,2 Millionen Übernachtungen sind das beste Ergebnis seit der Gründung von Made in Bern. Besonders die Stadt Bern war beliebt und erzielte zusammen mit Genf die höchsten Logiernächte-Zahlen. Die Hauptgäste stammten zu 47 % aus der Schweiz, gefolgt von Nordamerika (USA und Kanada) mit 9,1 % Anteil am Gesamttotal der Logiernächte, Deutschland mit 7,8 % und UK mit Irland mit 4,6 %. Der Sommer ist nach wie vor die stärkste Saison, wobei die Monate Juni, Juli und August die meisten Gästegruppen in den Regionen anziehen.

Die Direktorin erläutert, dass der Geschäftsbericht des Vorjahres auf der Website verfügbar ist. Zudem wird ein QR-Code zu direktem Zugang bereitgestellt, um das Geschäftsjahr im Haslital gemeinsam betrachten zu können. Haslital Tourismus verzeichnete im Geschäftsjahr 2023 insgesamt 578'639 Logiernächte, was einen neuen Rekord darstellt. Die Logiernächte stiegen im Vergleich zu 2022 um 7 % und im Vergleich zu 2019 um 27 %.

Die Verteilung nach Unterkunftsart zeigt, dass Ferienwohnungen mit 238'295 Logiernächten (41 %) am beliebtesten sind, gefolgt von der Hotellerie mit 205'739 Logiernächten (36 %). Die SAC-Hütten verzeichneten im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg um 28 %, während die Logiernächte im Camping- und Gruppenunterkunftsbereich weitgehend stabil blieben. Bei den nichtpflichtigen Logiernächten, zu denen Angehörige des Militärs sowie Patienten der Kliniken in der Region zählen, gab es einen Rückgang. Eine Auswertung der Länderstatistik zeigt, dass Schweizer Gäste mit 70 % weiterhin den größten Anteil

der Übernachtungen in der Hotellerie ausmachen. Aus Deutschland kamen 10,7 % der Gäste, trotz Teuerungen in Europa blieben die Logiernächte stabil. Gäste aus anderen europäischen Ländern machten 6,5 % der Übernachtungen aus, während die Benelux-Länder etwa 4,8 % beitrugen. Die Besucherzahlen aus Amerika und Asien, einschließlich China und Hongkong, steigen stetig an. Der chinesische Markt erholt sich jedoch langsam und hat das Vorkrisenniveau noch nicht erreicht.

Während der Pandemie reisten viele Schweizerinnen und Schweizer innerhalb des Landes und wählten das Haslital als Ziel. Schweizer Gäste machen in der Parahotellerie etwa 47 % aller Übernachtungen aus. Nach ihnen übernachteten am meisten Gäste aus Fern- und europäischen Nahmärkten, wobei Deutschland ein wichtiger Nahmarkt bleibt, gefolgt von BeNeLux, Frankreich und UK. Die positiven Zahlen sind ein Resultat des Nachholeffekts nach der Pandemie. Fabienne Frutiger erklärt: Die Angebote werden kontinuierlich ausgebaut, überprüft und angepasst, was die Region für in- und ausländische Gäste attraktiv macht. Das Durchhaltevermögen und die Resilienz haben sich ausgezahlt.

Fabienne Frutiger erklärt die **Tourismusprognosen für das Jahr 2024**. Schweiz Tourismus rechnet mit einer Normalisierung des Tourismus. Für Hotelübernachtungen aus der Schweiz wird ein Rückgang um 2,5 % erwartet, während aus Europa ein Plus von 3,3 %, aus Übersee eine Zunahme von fast 15 % prognostiziert werden. Laut den Tourismusprognosen von BAK Economics im Auftrag des SECO und der Konjunkturforschungsstelle der ETH wird die Zahl der Übernachtungen in der Schweiz nach einer starken Wintersaison auch im Sommer 2024 weiter steigen und voraussichtlich 24,2 Millionen Logiernächte erreichen, was einem Anstieg von 0,9 % gegenüber 2023 entspricht.

Fabienne Frutiger berichtet über die **bedeutenden Veränderungen im Jahr 2023**. Sie erklärt, dass nach sechs Jahren der Direktor Simon Zobrist eine neue Herausforderung angenommen und den Verein Ende Juli 2023 verlassen hatte. Seit dem 18. September habe sie, Fabienne Frutiger, die Leitung von Haslital Tourismus übernommen. Des Weiteren informiert sie über eine große IT-Umstellung Ende November, die das gesamte Team stark gefordert habe. Die alte cloudbasierte IT-Welt sei verabschiedet worden und nun sei Teams als zentrales Kommunikationsmittel und Ablage im Fokus. Diese Umstellung sei notwendig gewesen, um die Arbeitsprozesse zu optimieren und die Effizienz zu steigern.

Fabienne Frutiger veranschaulicht die **Marketing-Highlights des Jahres 2023**. Im November fand ein Konzert der Band Halunke in der Tramhalle statt, organisiert von Luk&Sue, mit rund 350 verkauften Tickets. Die Veranstaltung wurde über Blick, Social-Media-Kanäle von Haslital Tourismus und die Zentralbahn beworben. Haslital Tourismus nahm an der Coop Winterkampagne für den Hello Family Club teil, die 700.000 Mitglieder erreichte. Dabei wurde das Chalet Hotel Schwarzwaldalp integriert und ein Schlittel-Spass mit Übernachtung angeboten. Telebärm besuchte das Haslital Ende des Jahres, machte Aufnahmen des Übersitz und führte Interviews. Die Ausstrahlung am 30. Dezember erreichte rund 138.000 Zuschauer. Ein weiteres Highlight war der Donnschtig-Jass Anfang Juli, der zum 250. Mal stattfand und den Hasliberg an rund 541'000 Zuschauer brachte. Weitere Maßnahmen umfassten TV- und Medienkooperationen, eine Schweiz Tourismus Kampagne im Grimselgebiet sowie Besuche von bekannten Influencern. Die Direktorin muss feststellen, dass es einen Rückgang der Website-Besuchen gegeben hat, allerdings einen leichten Anstieg bei Social-Media-Kanälen, wo der Fokus auf Instagram gelegt wurde.

Die Direktorin berichtete über die **Ziele von Haslital Tourismus**. Der Fokus liegt auf dem Teamaufbau zur effizienten Ressourcennutzung und Stabilität. Die Optimierung und Digitalisierung von Prozessen sind geplant, vor allem ein CRM-System für ein hoffentlich eigenes Newsletter-Marketing ab 2025. Weitere Ziele sind die Pflege der Bilddatenbank und der Ausbau sowie die Aufrechterhaltung von Partnerschaften. Neue Souvenirs sollen im Bereich Merchandising entwickelt werden. Schliesslich ist ein neues Corporate Design (CD/CI) geplant, einschließlich der Neugestaltung des Haslital Guides bis 2025. Der Fokus des Marketings wird gesetzt auf: Erstens Outdoorsport #365, der die ganzjährige Eignung der Region für sportliche Aktivitäten betont. Zweitens Familienspaß, der die Attraktivität für Familien hervorhebt. Drittens Genuss & Well-being, das die natürliche Schönheit der Region sowie die kulinarischen Angebote in den Vordergrund stellt. Zusätzlich unterstützt Haslital Tourismus Events in der Region. Aufgrund begrenzter Ressourcen – das Team besteht bis Ende des Jahres aus 9 Personen und insgesamt drei Vollzeitstellen – liegt der Schwerpunkt darauf, Veranstaltungen zu fördern, anstatt diese selbst umzusetzen.

Einige **Marketingmassnahmen für 2024** werden ebenso vorgestellt. Der Migros Ski Day im Januar war wieder ein Erfolg mit etwa 280 teilnehmenden Familien und soll 2025 an zwei Tagen stattfinden. Eine Winterkampagne mit dem niederländischen Schlager-TV-Sender Hart vor Muziek brachte eine Reichweite von etwa einer halben Million Zuschauern. Das FALKE Projekt Ende Februar trotzte schlechtem Wetter und erreichte mit 10 Sport-Influencern und Models eine Reichweite von fast 4 Millionen über Online-Kanäle.

Kommende Highlights sind Medien- und Influencer Reisen, ein EM-Event in Frankfurt, eine Kooperation mit dem FC Thun, eine Winterkampagne im Raum Luzern und Aufnahmen von Schweiz Tourismus für das Nachtskifahren, die in den Niederlanden und UK ausgestrahlt werden.

Zum Abschluss stellt Fabienne Frutiger ihr neues Team vor und betont die Wichtigkeit von Stabilität für den zukünftigen Erfolg von Haslital Tourismus. Sie erläutert, dass ein stabiles Team die Grundlage für effiziente Arbeitsabläufe und die erfolgreiche Umsetzung der geplanten Massnahmen darstellt.

4. Jahresrechnung Verein Haslital Tourismus 2023 und Bericht der Revisionsstelle

Fabienne Frutiger präsentiert die Bilanz und zeigt, dass ein erfreuliches Jahresergebnis vorliegt. Haslital Tourismus konnte einen Jahresgewinn von CHF 62'442 ausweisen, wodurch das Vereinsvermögen auf CHF 163'529 anstieg (im Vergleich zu CHF 101'087 im Jahr 2022). Die Bilanzsumme beträgt insgesamt CHF 1'096'890. Rückstellungen wurden im Jahr 2023 keine aufgelöst.

Fabienne Frutiger präsentiert die Erträge für das Jahr 2023: Die größten Anteile sind Erträge aus Kurttaxen mit CHF 1'402'228, aus der TFA mit CHF 417'870 und Beiträge von Mitgliedern und Gemeinden in Höhe von CHF 132'110. Fabienne Frutiger berichtet, dass der Gesamtertrag von CHF 1'989'935 im Jahr 2022 auf CHF 2'153'101 im Jahr 2023 gestiegen ist. Das Budget war mit CHF 1'916'570 eher zurückhaltend angesetzt. Die Aufwände erhöhten sich ebenfalls, von CHF 1'986'078 auf CHF 2'090'649. Das langfristige Fremdkapital blieb konstant bei CHF 199'940. Insgesamt zeigt das Ergebnis eine solide und ausgeglichene finanzielle Lage mit einer Erhöhung des Eigenkapitals.

Das Treuhandbüro Anderegg hat die Revision nach den gesetzlichen Vorgaben durchgeführt und keine Diskrepanzen festgestellt. Der Vorstand beantragt der Versammlung, den Jahresbericht 2023 sowie die Jahresrechnung 2023, nach Kenntnisnahme des Berichts der Revisionsstelle, zu genehmigen.

Beschluss: Die Jahresrechnung 2023 wird einstimmig genehmigt.

5. Budget 2024

Fabienne Frutiger stellt das Budget vor. Durch die Berücksichtigung der Auflösung von Rückstellungen für öV-Ausgaben, wird eine ausgeglichene Rechnung 2024 angestrebt.

6. Entlastung des Vorstandes:

Alex Rufibach beantragt, im Namen des Vorstands, der Versammlung die Erteilung der Entlastung.

Beschluss: Der Vorstand wird von der Versammlung einstimmig entlastet.

7. Wahlen

Der Vorstand unterbreitet der Versammlung den folgenden Wahlvorschlag zur Wiederwahl:
Anna-Lea Huber, Meiringen, Social Media Managerin Jungfrauabahn

Beschluss: Anna-Lea Huber wird von der Versammlung einstimmig wiedergewählt.

Der Vorstand unterbreitet der Versammlung den folgenden Wahlvorschlag zur Neuwahl:
Melanie Zenger, Chalet-Hotel Schwarzwaldalp. Melanie Zenger stellt sich der Versammlung kurz vor.

Beschluss: Melanie Zenger wird von der Versammlung einstimmig gewählt.

Der Vorstand schlägt der Versammlung vor, das Treuhandbüro Anderegg, Meiringen, auch weiterhin als Revisionsstelle zu wählen. Aufgrund einer Anpassung der Rechtsform von einer Einzelunternehmung zu einer Aktiengesellschaft (Anderegg Treuhand AG) ist eine erneute Wahl erforderlich.

Beschluss: Anderegg Treuhand AG wird von der Versammlung einstimmig als Revisionsstelle gewählt.

8. Aktuelles zu Strategie und Marketing der Jungfrau Region Tourismus AG

Marc Ungerer, Managing Director, stellt die aktuelle Strategie der Jungfrau Region Tourismus AG vor. Ein zentrales Ziel ist die Verbesserung der digitalen Vermarktung durch Optimierung des Verkaufsprozesses und der Customer Journey der Gäste sowie die Nutzung digitaler Touchpoints. Buchungen sollen vereinfacht werden, und die digitale Gästekarte soll vom digitalen Meldewesen entkoppelt werden. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der ganzheitlichen Gästelenkung mit einem Fokus auf Ganzjahrestourismus.

Um als attraktive Arbeitgeberin wahrgenommen zu werden, setzt die Jungfrau Region Tourismus AG auf weniger Personal, das jedoch attraktiv bezahlt wird und über gutes Know-how verfügt. Persönliches Engagement wird gefördert, und Weiterbildungen werden angeboten.

Die Strategie beinhaltet auch die Positionierung der Region als "Volvo Destination" mit einem hochwertigen Angebot und längeren Aufenthaltsdauern der Gäste unter dem Motto "Quality before Quantity".

Schliesslich betont Marc Ungerer die Bedeutung glaubwürdiger Authentizität. Die Jungfrau Region Tourismus AG setzt auf glaubwürdige und kompetente Partner, die offen, verantwortungsbewusst und unternehmerisch geprägt sind.

9. Ausblick und Verschiedenes

Präsident Alex Rufibach fragt nach Wortmeldungen aus der Versammlung, es meldet sich niemand.

Fabienne Frutiger schliesst die Versammlung mit dem Wunsch, dass alle mit Neugier, voller Energie, Herzblut, Offenheit gegenüber Neuem und Kreativität in die Zukunft von Haslital Tourismus gehen sollen. Sie dankt ihrem Team und äussert weiter einen besonderen Dank an den Vorstand, insbesondere Alex und Marianne, für ihre Unterstützung in der aktuellen Phase.

Der Präsident schliesst die Versammlung anschliessend um 21.10 Uhr und lädt zum Apéro ein.

Meiringen, 17. Juni 2024

Der Präsident

Alexander Rufibach

Für das Protokoll

Corinna Hedorfer