

 Bellwald <small>FAMILIENPARK GOMS</small> Bellwald Tourismus Generalversammlung	X	Protokoll		Aktenvermerk		Rapport		Einladung
	Datum, Ort, Zeit							Verteiler
	13.01.2023							
	Mehrzweckhalle Bellwald 19.00 – 19.50 Uhr							
✓	Teilnehmer	Entschuldigt			Anwesend			
✓	<u>Vorstand:</u> Herr Roger Holzer (RH, Präsident) Herr Marcel Paris (MP) Herr Gerold Ritz (GR) Herr Roger Geissberger (RG) Herr Roland Wirthner (RW) Herr Charly von Grünigen (CvG) Herr Hans Ritz (HR) Geschäftsführer (GF): Herr Claudio Della Bianca (CDB) Protokollführer: Frau Pamela Schwall (PS)	Siehe Anhang 1			16 Mitglieder Siehe Anhang 1			

<h2><u>Traktanden / Protokoll</u></h2> <h3>Traktanden</h3> <ol style="list-style-type: none"> 1. Begrüßung und Wahl der Stimmenzähler 2. Protokoll der Generalversammlung vom 28. Januar 2022 3. Geschäftsbericht: <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Jahresbericht 2021/2022 3.2. Jahresrechnung 2021/2022 4. Bericht der Revisionsstelle 5. Beschlussfassungen <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Genehmigung der Jahresrechnung per 31.10.2022 / Antrag: Zustimmung 5.2. Verwendung des Jahresergebnisses / Antrag: Vortrag auf neue Rechnung 5.3. Entlastung der Organe der Gesellschaft / Antrag: Zustimmung 6. Budget 2022/2023 7. Verabschiedungen / Wahlen <ol style="list-style-type: none"> 7.1. Verabschiedung Gerold Ritz, Bellwald Sportbahnen AG 7.2. Wahl des neuen Vertreters der Bellwald Sportbahnen AG / Antrag: Frédéric Bumann 7.3. Wahl der Revisionsstelle für 2022/2023 / Antrag: APROA AG, Fiesch 8. Verschiedenes <ol style="list-style-type: none"> 8.1. Destinationsstrategie
--

1. Begrüssung

Der Präsident Roger Holzer (RH) eröffnet die GV, begrüsst die Mitglieder und verliest die Traktanden. Er verliest die entschuldigten Mitglieder.

Für das Protokoll wird Pamela Schwall (PS) bestimmt und als Stimmzähler wird Evelyne Lohmann Minka II gewählt. Die Einladung ist statutenkonform erfolgt und die Jahresrechnung ist bereits seit Ende Dezember online und auf dem Tourismusbüro einsehbar.

2. Protokoll der Generalversammlung vom 29. Januar 2022

Das Protokoll ist im Geschäftsbericht enthalten und auf der Homepage aufgeschaltet. Ebenfalls konnte es im Tourismusbüro eingesehen werden. Wunschgemäss wird dies nicht vorgelesen und von der GV einstimmig genehmigt.

3. Geschäftsbericht

a. Wort des Präsidenten und Jahresbericht des Geschäftsführers

Wenn die Boulevardpresse das Geschäftsjahr 2021 – 2022 beschreiben würde, so hiesse es wahrscheinlich: «Winter Top – Sommer Flop». RH denkt, dass diese Aussage ein wenig zu kurz greifen würde, denn es gab – wie so oft – auch in dieser Zeit Licht und Schatten.

Obwohl sich die Wintersaison 2021-2022 sehr gut entwickelte, verlief der Start in den Winter eher schwierig. Zum einen war COVID-19 immer noch ein Thema und zum anderen wurde das Bergrestaurant Fleschen zwangsgeschlossen. Nur dank einem guten Spirit, der guten Zusammenarbeit und Vermittlung zwischen Gemeinde, Bellwald Tourismus, dem Eigentümer, des Wirtepaars Fischer und vielen freiwilligen Helferinnen und Helfern konnte das Bergrestaurant ab Mitte Februar wieder geöffnet werden. RH dankt allen, die sich engagiert haben, um das Gastronomieangebot im Skigebiet aufrecht zu erhalten.

Dass sich der Sommer als schwierig erweisen würde, wurde aufgrund der nicht zur Verfügung stehenden Sesselbahn Bellwald – Richinen sowie der Normalisierung in der Reisebranche erahnt. Aus diesem Grund wurde versucht, mit einem Mix aus bestehenden, aufgefrischten und neuen Angeboten in der Gästekarte dem Gast auch im Sommer etwas zu bieten. So kam z.B. der eingesetzte Fleschenbus bei den Wanderern sehr gut an und wurde auch rege genutzt. Die Biker jedoch fielen praktisch komplett aus.

Auch für das kommende Vereinsjahr stehen wieder einige Herausforderungen an. Ungeachtet dessen ist RH für die Zukunft sehr optimistisch gestimmt, weil gemeinsam – Zweitheimische, Einheimische, Leistungsträger, Gemeinde und Region – der ein oder andere Pflock bestätigen und/oder neu einschlagen werden konnte:

- a) Investitionen in die Zukunft: Hierzu gehört neben der neuen Sesselbahn Bellwald – Richinen sicherlich auch die komplette Sanierung des Bergrestaurants, die Renovierung des Lagerhauses Oensingen sowie die neu erstellten Bikerouten vom Furggulti – Richinen – Bellwald.
- b) Überarbeitung / Erneuerung Destinationsstrategie Bellwald: Einbezug von möglichst allen Stakeholdern wie Zweitheimische, Gemeinde, Leistungsträger und Bellwald Tourismus sowie der Fachhochschule für Tourismus Sierre und Schnyder Werbung
- c) Regionale Zusammenarbeit: Bellwald Tourismus nutzt die Plattform «Aletsch Kollektiv» für ihre neue Website. Eine gute gemeinsame Datengrundlage ist für die Zukunft enorm wichtig, um dem Gast sein gewünschtes Angebot individuell anbieten zu können.

Den zurzeit positiven Spirit gilt es mitzunehmen, denn nur gemeinsam kann man dem Gast ein gutes Angebot bieten und damit der ganzen Region eine blühende Zukunft ermöglichen.

Zum Schluss bedankt sich RH bei allen Gästen, Vereinsmitgliedern, Ein- und Zweitheimischen, der Gemeinde, seinen Kollegen im Vorstand und allen, die sich für die Belange von Bellwald Tourismus einsetzen. Ein besonderes Dankeschön richtet er an den Geschäftsführer Claudio und seinem Team von Bellwald Tourismus, für ihr Engagement und ausgezeichnete Arbeit - MERCI!

«Die Frage, die du dir stellen solltest, lautet nicht «was will ich?» oder «was sind meine Ziele», sondern «was würde mich begeistern?» Tim Ferris.

RH übergibt das Wort an CDB

Das vergangene Geschäftsjahr erlebte man in seiner Vielfalt. Erfreulicherweise konnte unter annähernd normalen Bedingungen in die Wintersaison gestartet werden, was sich äußerst positiv auf die Destination auswirkte. Für die Sportbahnen war es ein Rekordwinter. Auch bei den Übernachtungszahlen konnte einer der stärksten Winter der letzten Jahre verzeichnet werden. Ein historischer Moment war sicherlich der 3. April, als sich die liebevoll "Alte Dame" genannte Sesselbahn auf ihre letzte Fahrt machte. Die 30 Jahre alte Bahn hat sich ihren Ruhestand mehr als verdient und genießt diesen nun in den verschiedensten Ecken der Schweiz und anderswo.

Logiernächtestatistik

Der Sommer gestaltete sich wie erwartet sehr herausfordernd. Die Baustelle in Gassen und der damit verbundene Ausfall der Sportbahnen führten dazu, dass ein Großteil der beliebten Angebote ausfallen musste. Zudem trugen die wiederentdeckte Reiselust und das Fernweh nach zwei Corona-Sommern dazu bei, dass ein erheblicher Rückgang der Logiernächte im Vergleich zum Vorjahressommer verzeichnet werden musste. Dennoch darf nicht übersehen werden, dass der Sommer 2021 als der erfolgreichste in die Vereinsgeschichte einging. Im Vergleich zum Sommer 2019, als Corona noch gänzlich unbekannt war, hält sich der Rückgang der Logiernächte in Grenzen.

Bei den Ferienwohnungen konnte im Winter eine Steigerung von 28.7 % verzeichnet werden, und auch die Hotels erzielten ein Plus von 6.4 %. Wie erwartet verzeichneten sowohl die Hotels als auch die Ferienwohnungen im Sommer Einbußen von bis zu 40 % gegenüber dem Spitzensommer 2021. Sehr positiv war die Entwicklung im Lagerhaus (+24 %), welches praktisch den gesamten Sommer und Herbst über belegt war. Zusammenfassend resultiert auf das Gesamttotal der Logiernächte ein minimaler Rückgang von -0.5 % gegenüber dem Vorjahr.

Bike Park

Neben dem Neubau der Sesselbahn gab es während des Sommers weitere Baustellen in Bellwald. So blieb auch im Bike Park kein Stein auf dem anderen. Ab der Bergstation Furggulti begannen die Arbeiten am neuen Bike-Trail bis zur Mittelstation Fleschen. Dieser Trail wird möglichst anfängerfreundlich gestaltet sein (alles rollbar) und bietet nach dem bereits realisierten Forest Bump Trail die nächste Herausforderung: Ein Mix aus Flow-, Jump- und Single-Trail. Dank der grandiosen Aussicht und den Baukünsten der Firma Vast Trails wird dieser Weg ein großartiges Erlebnis für alle bieten. Die Eröffnung ist für Juli 2023 geplant. An dieser Stelle möchte CDB auf das Crowdfunding-Projekt aufmerksam machen, welches noch zwei Tage läuft, und denjenigen, die bereits gespendet haben, herzlich danken. Die Finanzierungsschwelle von CHF 50'000 wurde bereits erreicht. Aktuell wurden rund CHF 75'000 gespendet.

Wochenprogramm & Events

Für die Gäste wurden im Sommer die Gästekartenleistungen angepasst. Das Wochenprogramm war gespickt mit vielen neuen Angeboten, von denen die Gäste kostenlos profitieren konnten. So fanden beispielsweise Minigolf-Turniere oder Tennisstunden statt. Bei den Kleinen stießen Aktivitäten wie "Pizzaofen bauen und Pizza backen" oder das Kinderprogramm auf große Beliebtheit. Aber auch die traditionellen Angebote wie "Zeit mit Pferden", "Alpaka-Spaziergang" oder die "Kräuterwanderung" wurden sehr gut angenommen. Darüber hinaus erhielten Gästekartenbesitzer bei bestimmten Events wie dem Circus Harlekin / Theater Nicole et Martin Vergünstigungen auf den Eintritt.

Fleschenbus und Verweilzone

An den Wochenenden von Juni bis Ende Oktober wurde auf der Strecke Gassen – Fleschen ein Shuttle-Bus eingesetzt. Mit der Bellwalder Gästekarte war dieses Angebot kostenlos. Die Nachfrage war groß, so dass kurzerhand entschieden wurde, den Fleschenbus eine Stunde länger fahren zu lassen. Diese Transportmöglichkeit wurde sowohl von Feriengästen als auch von Tagestouristen sehr geschätzt. In Zusammenarbeit mit Immozuber, Gartentraum-Arnet und Marco Holzer entstand beim Fleschensee eine neue Verweilzone mit zwei Grillstellen und fünf aus Bellwalder Holz geschliffenen Tischen mit Bänken. Der Platz ist noch nicht fertig: In diesem Jahr wird ein neuer Zaun rund um den Fleschensee aufgestellt.

Stoneman Glaciara

Ein weiteres Highlight des Sommers war die Eröffnung der Stoneman Glaciara Hike Strecke in der Aletsch-Goms Region: 65 km pure Trail-Faszination, gespickt mit 3.150 atemberaubenden Höhenmetern, zwei talüberspannenden Hängebrücken, einer spektakulären Gratwanderung und den Milliarden Tonnen Eis des mächtigsten Gletschers Mitteleuropas. Das ist der Stoneman Glaciara Hike für Wander- und Trailrunning-Begeisterte in der Region Aletsch-Goms.

Solution Trail

Anders, erfrischend und stärkend – so lässt sich der weltweit erste öffentliche Solution Trail am besten beschreiben, der Mitte Juni in Bellwald eröffnet wurde. Der 5,3 Kilometer lange Solution Trail "top gestärkt" startet auf dem Dorfplatz und endet bei der Hängebrücke "Goms Bridge" in Fürgangen. Entlang der Strecke gibt es verschiedene Stationen, an denen spezifische Fragen gestellt werden, die den Besucher stärken sollen. Auf diese Weise lernt der Gast die Umgebung und sich selbst noch besser kennen.

Neue Schatzsuche

In Zusammenarbeit mit Valais Wallis Promotion wurde in Bellwald die Schatzsuche neu aufgelegt. An acht Stationen dürfen Schatzjäger Fragen zur Umgebung beantworten. Die neue Route startet beim Outdoor Park, führt weiter Richtung Ried, von dort ins „Steil“, ehe es dann wieder hoch durch den alten Dorfkern zum Startpunkt zurückgeht. Am Kiosk des Outdoor Parks erhalten Kinder ein Geschenk, sofern alle Fragen richtig beantwortet wurden

Zweitwohnungsfest

Die Premiere des Zweitwohnungsfestes fand unter dem Motto „Kulturtag“ statt. Am Freitag wurde im Ried gemeinsam

Bellwalder Roggenbrot gebacken. Am Samstag führte Urban Paris viele Interessierte durch das Dorf. Danach gab es geschichtsträchtige Vorträge von René Diezig und Urban Paris zum Thema „Bellwald und Tourismus“. Anschließend wurde von Bellwald Tourismus ein Apéro angeboten, bei dem die Alphorngruppe Aletsch-Goms aus Fiesch ein paar Ständchen zum Besten gab. Während die vielen Besucher sich mit Raclette verköstigten, trugen am Abend die Gommer „Bächitroubadour“ Sagen, Gedichte und Lieder vor. Ein gelungener Anlass, den man zukünftig jährlich durchführen möchte. Mit der neuen Sesselbahn startet Bellwald in ein neues Bahnzeitalter. Dank den drei neuen Trails im Bike Park wird dieser massiv aufgewertet. Die Vorzeichen stehen sehr gut. Die Zusammenarbeit unter den Leistungsträgern ist lobenswert. Ein großes Dankeschön an alle Beteiligten, den Gemeinderat für die großzügige Unterstützung, den Vorstandsmitgliedern für das entgegengebrachte Vertrauen und dem Team für die wertvolle Arbeit. Bellwald 2.0 ist startklar und bereit, loszulegen. Der Geschäftsbericht wird einstimmig angenommen.

Jahresrechnung

Erfolgsrechnung:

Erträge aus Kur- und Tourismusförderungstaxen wurden in diesem Jahr höher generiert, was zum einen auf den herausragenden Sommer im Lagerhaus und die Fertigstellung diverser neuer Ferienobjekte zurückzuführen ist. Die Tourismusförderungstaxe verzeichnet einen Rückgang aufgrund von Verkäufen von Wohnungen, die aus der Vermietung genommen wurden. Im Gesamterlös der Verkäufe gab es keine signifikanten Veränderungen. Wanderkarten und diverse Verkaufsartikel wurden weniger verkauft, da auch weniger Gäste im Sommer in Bellwald waren. Dafür wurden Einnahmen durch Fahrten mit dem Fleschenbus generiert. Übrige Einnahmen sind markant gestiegen, da in diesem Jahr diverse Weiterbelastungen erfolgen mussten. Diese wurden größtenteils für folgende Punkte erstellt: Erneuerung der Klassifikationen für Ferienwohnungen, Anteile für die Homepage von Gemeinde und den Sportbahnen, Anteil für Bikekarten anderer Destinationen. Die Debitorenverluste sind in diesem Jahr höher als gewöhnlich ausgefallen, da ein Leistungsträger in den Konkurs gegangen ist und alte Debitorenforderungen für Kurtaxenrechnungen abgeschrieben wurden. Des Weiteren wurde das Delkredere auf Anraten des Revisors deutlich höher eingestellt, da noch zwei offene Betreibungen ausstehen.

Aufwand:

Beim Personalaufwand konnten Einsparungen vorgenommen werden, da eine Mitarbeiterin ihr Arbeitspensum reduziert hat. Im Bereich Unterhalt wurden nicht budgetierte Ausgaben für Jahreslizenzen der Webcams in Höhe von CHF 5'557.30 getätigt. Außerdem ist man dem Aletsch Kollektiv beigetreten, was sich mit CHF 5'000.- in der Erfolgsrechnung ausgewirkt hat. Für den Verwaltungsaufwand wurden Mehrausgaben für die Erneuerung der Klassifikationen, aber auch für einen Extra-Event (Eiger Ultra) getätigt. Beide Positionen wurden vollumfänglich weiterbelastet. Die Verstärkung des Mahnwesens und die daraus resultierenden Betreibungen erhöhten ebenfalls die Ausgaben des Verwaltungsaufwandes. Bei den diversen Marketingaktivitäten sind Mehrkosten für Prospektmaterial entstanden. Hier wurden CHF 10'000 für die Gestaltung der Bikekarte fällig. Ein großer Anteil wurde den anderen Destinationen weiterbelastet. Aufgrund höherer Einnahmen und geringerer Ausgaben als geplant, konnten hier bereits Zahlungen für das neue Corporate Design geleistet werden. Im Bereich Neutraler Aufwand und Ertrag wurde der Lohn für die Kräuterwanderung aus dem Jahr 2021 verbucht, sowie rückwirkend erstattete Kurtaxenpauschalen. Die Abschreibungen wurden ebenfalls erhöht, dies aufgrund der Komplettabschreibung der Maskottchen und Verkaufsartikel im Zuge der Neuausrichtung des Corporate Design. Kosten für die Administration der Gästekartenleistungen wurden weniger benötigt als budgetiert, da aufgrund der Digitalisierung deutlich weniger Papier und PVC-Karten für die Gästekarten eingekauft wurden. Auch die Ausgaben für das Angebot des Wochenprogramms fielen deutlich geringer aus als geplant. So bleibt ein kleiner Gewinn von CHF 543.43.

Bilanz:

Die liquiden Mittel sind nach zwei Jahren des Rückgangs wieder gestiegen. Gründe hierfür sind zum einen, dass CHF 15'000.- weniger Debitoren als im Vorjahr verblieben sind. Da das neue Kurtaxenreglement durch das Bundesgericht zu unseren Gunsten bestätigt wurde, können jetzt Betreibungen eingeleitet werden, was auch getan wurde. Aufgrund des möglichen „hohen“ Gewinns wurden auf Rat des Revisors großzügig Abschreibungen vorgenommen. Grundsätzlich wurde sehr gut gewirtschaftet. Für das Wochenprogramm fielen deutlich weniger Ausgaben an als budgetiert. Es werden zur Jahresrechnung keine Fragen gestellt.

4. Bericht der Revisionsstelle

RH fragt die Versammlung, ob der Revisionsbericht der Aproa AG (Revisionsstelle) verlesen werden soll, was nicht gewünscht wird. Der Bericht wird im groben zusammengefasst.

5. Beschlussfassungen

- a. Genehmigung der Jahresrechnung per 31.10.2022 / Antrag: Zustimmung

RH stellt Antrag auf Genehmigung der Jahresrechnung.

Die GV hat keine Einwände und genehmigt diese einstimmig.

- b. Verwendung des Jahresergebnisses / Antrag: Vortrag auf neue Rechnung

RH stellt Antrag auf Verwendung des Jahresergebnis (Gewinn CHF 543.43) Übertrag neue Rechnung:
Die GV nimmt den Antrag einstimmig an.

c. Entlastung der Organe der Gesellschaft / Antrag: Zustimmung

RH stellt Antrag auf Entlastung der Organe.

Die GV nimmt den Antrag einstimmig an.

6. Budget 2022/23

CDB präsentiert das Budget 2022/23. Hier wird ebenfalls nur auf Veränderungen eingegangen. Neu wird der Personalaufwand geringer budgetiert, dies aufgrund weniger eingesetzter Stellenprozente und einer neuen Pensionskasse. Der Unterhalt fällt leicht höher aus, da mehr Softwarelizenzen benötigt werden und der Anschluss an das Aletsch Kollektiv berücksichtigt werden muss. Aufgrund des neuen Corporate Designs werden in diesem Jahr höhere Kosten für Grafikdesign veranschlagt und im Budget berücksichtigt. Außerdem findet in diesem Jahr wieder das iXS statt, was das Sponsoringbudget wieder erhöht. Auch der Bereich Infrastruktur wird wieder auf das Vorjahresbudget angepasst. Einzige Änderung ist das zusätzliche Budget für das kostenlose Wochenprogramm, welches als Gästekartenleistung bestehen bleiben soll. Die Einnahmen werden im Gegenzug höher budgetiert, da wieder mit mehr Gästen im Bereich der Hotelübernachtungen gerechnet wird und auch das Lagerhaus wieder gut besucht sein wird. Ansonsten gibt es keine gravierenden Veränderungen im Jahresbudget. Es folgen keine Fragen, und die GV nimmt das Budget einstimmig an.

7. Verabschiedungen / Wahlen

a. Vorstand

René Diezig wird heute mit einiger Verspätung als Vorstandspräsident verabschiedet. Er war als Vertreter der Gemeinde insgesamt 3 Jahre im Vorstand, davon zwei als Präsident. Außerdem wird Gerold Ritz nach vier Jahren im Vorstand verabschiedet. Er war als Vertreter der Sportbahnen im Vorstand. Da dieser jedoch den Verwaltungsrat der Bellwald Sportbahnen verlässt, wird er auch sein Amt im Vorstand von Bellwald Tourismus aufgeben. Als Ersatz für Gerold Ritz wird Frédéric Bumann als Vertreter der Bellwald Sportbahnen AG vorgeschlagen, was mit Applaus einstimmig angenommen wird.

b. Revisionsstelle

Der Vorstand schlägt erneut die APROA AG, Fiesch als Revisionsstelle vor. Die Wahl wird einstimmig angenommen.

8. Verschiedenes

8.1 Neue Destinationsstrategie

Im vergangenen Jahr wurde eine neue Destinationsstrategie entwickelt. Dazu wurde eine Arbeitsgruppe aus fünf Personen gebildet, in der die wichtigsten Vertreter Bellwalds repräsentiert waren. Jeannine Burgener vertrat die Gemeinde, David Wyssen die Bellwald Sportbahnen AG, Charly von Grüningen die Zweitwohnungen, Marcel Paris die Skischule und den Outdoor Park, und Claudio Della Bianca war für Bellwald Tourismus in der Gruppe berufen.

Für die Vertreter war die Einbeziehung und Konsultation aller Interessensgruppen von großer Bedeutung, um ein möglichst breit abgestütztes Ergebnis bei den Analysen sowie bei der Validierung der Strategie zu erzielen. Die präsentierten Erkenntnisse und die daraus resultierenden Ausrichtungen der Strategie basieren auf verschiedenen Workshops mit Vertretern der Arbeitsgruppe sowie der HES-SO Wallis, der Gastronomie, Hotellerie und dem Gewerbe von Bellwald sowie der Kreativagentur Schnyder.

Marktanalyse & Haupterkenntnisse

A U S G A N G S L A G E

Als 1. Schritt wurde mittels zwei Gästebefragungen (Winter und Sommer) die Gästezufriedenheit erhoben. Diese Erkenntnisse dienen dazu die Schwächen/Unzufriedenheiten aufzudecken, aber halfen auch die Stärken, sprich die Werte die man für die Zukunft definieren will, zu identifizieren.

Stand Heute zeichnet sich Bellwald beim Gast durch folgende Schlüsselerkenntnisse aus:

- Loyalität
 - 96% der Gäste kommen mehr als einmal nach Bellwald
 - 70% sogar mehr als 10-mal
 - Wenig Short-Trips
 - 80% der Gäste bleiben mehr als 6 Nächte
- Familien
 - Ca. 80% der Gäste sind Familien
- Empfehlungen
 - 87% der Gäste empfehlen Bellwald in ihrem engeren Umfeld
 - 50% der Gäste kommen aufgrund von Empfehlungen von Freunden/ Familie nach Bellwald

Als Konsequenz auf diesen Erkenntnissen wurden folgende drei Leitwerte für Bellwald definiert:

- Meine 2. Heimat

- Wohl & sicher fühlen
- Aktiv sein

Auf dieser Wertegrundlage wurde die Vision entwickelt, um Bellwald einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen und die Basis für die Markenidentität zu definieren. Nach Festlegung der Markenwerte und der damit verbundenen Positionierung wurde die Vision und die Mission für Bellwald folgendermassen definiert und verabschiedet.

VISION

Bellwald ist der Aktivitäten-Park mitten in den Alpen für Winter- und Sommeraktivitäten, für alle Familienmitglieder und egal in welcher Konstellation.

MISSION

«Endlich nur wir - Familienferien in einem Aktivitäten Park.

Immer mal eine Auszeit zwischendurch. Mitten in der Natur. Jeder auf seine Art – und doch zusammen.»

Die Individuelle Bedürfnisse innerhalb einer Familie sind heutzutage sehr unterschiedlich. Je nach Alter der Kinder oder je nach Konstellation der Familie (klassische Familie mit Mutter & Vater, Patchwork, alleinerziehende Elternteile, Grosseltern mit Enkeln etc.) sind die Bedürfnisse äusserst vielfältig. Um diesem breiten Spektrum an Bedürfnissen der einzelnen Mitglieder der modernen Familien gerecht zu werden, wird sich Bellwald in zukünftig als Aktivitäten- Park positionieren, in welchem jedes einzelne Familienmitglied seine Bedürfnisse und Wünsche befriedigen kann. Man geht als Familie nach Bellwald, weil man weiss, es gibt für jedes Familienmitglied etwas Spannendes zu erleben und dies in einem angenehmen, persönlichen und sicheren Umfeld.

STRATEGISCHE SÄULEN

In der Arbeitsgruppe wurden fünf strategische Säulen definiert, auf die man sich in erster Linie konzentriert. Die fünf Säulen:

1. Marken und Markenführung

Um der neuen Strategie mehr Kraft zu verleihen und um das Momentum der neuen Bahn zu nutzen, sowohl Medial (nach Aussen) als auch Gegenüber den Leistungsträgern der Destination nach innen, erhält die Marke Bellwald ein kleines Refresh. Dieses lehnt sich aber ganz stark an der bestehenden Marke an und soll keinen Neuanfang symbolisieren. Damit werden die bestehenden Werte mitgenommen und im neuen Auftritt zusätzlich verstärkt.

Bei der Markenführung und den Keyvisuals wird in Zukunft darauf geachtet, dass sowohl die Aktivität als auch die Familie im Zentrum des Bildmaterials stehen. Diese Vorgehensweise wird die Positionierung von Bellwald als Aktivitäten-Park in den Alpen für Familien stärken und etablieren.

2. Kommunikation Aktivitäten Park für Familien

In Zukunft steht bei jeglicher Kommunikation die Positionierung als Aktivitäten Park für Familien im Fokus. Dies ermöglicht eine schnelle und nachhaltige Durchdringung der Destinationsbotschaft und des Versprechens an den Markt.

3. Ausbau Angebote für alle Familienmitglieder

Basierend auf der Destinations-Strategie sollen Angebote von der Destination, aber in Aufforderung auch die Leistungsträger, mit Priorität Angebote ausarbeiten, welche helfen die Attraktivität der Destination zu steigern.

4. Förderung Kulturangebot

Als Bindungsmassnahme des Gastes auf Sicht und als gute Möglichkeit zur Verlängerung der Saison, aber auch als Anziehungspunkt für Leute aus der Region, sollen vermehrt wieder kulturelle und kulinarische Angebote aufgebaut und nachhaltig etabliert werden.

5. Inszenierung Dorfbild als Park

Resultierend aus der Ortsbegehung und in Bezug auf die strategische Ausrichtung, soll das Dorfbild in Zukunft besser inszeniert werden, um das Park-Gefühl zu fördern und dem Gast das Gefühl vermittelt wird, dass er sich in einem Park oder eben auf einem Park-Areal befindet.

In der Summe soll die Vision mit der dazugehörigen Implementierungs-Strategie einen dauerhaften, wachstumsfördernden Effekt für die Destination bedeuten, welcher schematisch wie folgt dargestellt werden kann: Bekanntheit > Sympathie > Vertrautheit > Loyalität > Fans > Teil der Gemeinschaft

Weitere wichtige Themen, auf die gesetzt werden und wichtig erscheinen, sind die Digitalisierung (Aletsch Kollektiv) und die Zusammenarbeit mit den umliegenden Destinationen, wie z.B. beim Stoneman Glaciara.

WIE SETZEN WIR DAS UM?

Jährlicher Fokus Massnahmenplan (2022 – 2027)

Mittels eines Massnahmenplans basierend auf der definierten Strategie, werden die Massnahmen jährlich definiert und mit

allen Gremien (Tourismus, Gemeinde, Bahnen, Freizeit-Anlage, Gewerbe etc.) abgestimmt. Diese Massnahmen werden in Zeit und Budget realistisch gesetzt und sind für alle gut umsetzbar.

Aufbau und Implementierung neuer Marke (2022 – 2023)

Als erste, sicherlich grosse und wichtige Massnahme, gilt es die Marke (CI/CD) neu zu definieren und zu implementieren. Diese Massnahme soll zwar den Neubau der Bahn begleiten und helfen diese in vollem Glanz erstrahlen zu lassen, hat aber vor allem auch die Aufgabe, die Neuausrichtung innerhalb aller Leistungsträger darzustellen, diese zu einen und die Aufbruchstimmung spür- und fühlbar zu machen.

Momentum generieren

Der Neubau der Bahn und die damit anstehenden weiteren Projekte, stehen in vieler Hinsicht für Aufbruchstimmung im Ort. Es gilt dieses Momentum in der Kommunikation nach aussen, aber auch nach innen zu nutzen, um die daraus entstehende Energie zu kanalisieren und für die Zukunft zu nutzen. Es gibt keinen besseren Moment als jetzt, Arbeitsgruppen zu bilden, neue Angebote zu definieren.

Fragen:

Beat Walser meldet sich zu Wort und lobt, dass eine neue Strategie entworfen wurde. Er merkt jedoch auch an, dass auf den neuen Bildern nur noch Familien mit Kindern zu sehen sind, was dazu führt, dass sich andere Zielgruppen ausgeschlossen fühlen. Er gibt an, bereits Buchungsabsagen für seine Ferienwohnung erhalten zu haben, aufgrund dieser neuen Ausrichtung. Des Weiteren betont er, dass nicht nur in die neue Strategie, sondern auch in die Infrastruktur in Bellwald investiert werden sollte, beispielsweise in eine Kunsteisbahn oder einen Badensee. Zudem bittet er Charly von Grüningen, der als Vertreter für den Verein Bellwald Plus dem Vorstand beiwohnt, sich stärker für die Bedürfnisse der Zweitwohnungsbesitzer einzusetzen.

Claudio Della Bianca:

Die Destination Bellwald verfügt nicht über ein großes Marketingbudget, um mehrere Zielgruppen ansprechen zu können. Die Website wurde bewusst mit Familienbildern gefüllt, da wir uns als Familienpark positionieren möchten. Nach dem Motto: Lieber etwas richtig machen, statt vieles mittelmässig.

Antworten aus dem Vorstand:

Hans Ritz: Die Infrastruktur in Gassen ist Aufgabe der Genossenschaft zur Förderung der touristischen Infrastruktur, die sich in den letzten Jahren für die Erweiterung des Bikeparks und den Neubau der Sesselbahn eingesetzt hat. Das Thema Badensee ist bereits in Ausarbeitung, aber eine Kunsteisbahn kann durchaus ebenfalls aufgenommen werden, muss aber genau geprüft werden.

Roger Geissberger: Aktuell liegt eine Offerte für eine Kunsteisbahn vor, welche sich auf ca. 75'000.- beläuft.

Beat Walser: In anderen Destinationen wie z.B. Savognin konnte eine solche Bahn schon für CHF 30'000.- realisiert werden.

Hans Ritz: In Bellwald muss aufgrund des Untergrundes mit wesentlich höheren Kosten für Vorarbeiten gerechnet werden. Je nach Standort muss man hier mit mindestens CHF 50'000.- rechnen. Für das komplette Projekt sind CHF 100'000.- geplant.

Daniel Forrer: Könnte man die Eisbahn nicht auf dem Tennisplatz einrichten? Dieser Platz wird im Winter nicht benötigt.

Roger Geissberger: Dies wurde geprüft, kann aufgrund des eher empfindlichen Kunstrasens jedoch nicht realisiert werden.

Da keine weiteren Fragen sind, bedankt sich RH bei allen Anwesenden für die Teilnahme und schließt die Generalversammlung. Anschließend lädt er die Mitglieder zum Apéro ein.

Bellwald, 16. Januar 2023



Präsident: Roger Holzer



Protokoll: Pamela Schwall