

Jahresbericht Region Solothurn Tourismus (RSOT) 2021

Das vergangene Jahr war aufgrund der COVID-Pandemie herausfordernd, weil kaum planbar. Dank ausserordentlich vielen Gästen aus der Schweiz haben sich alle Kennzahlen gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert und konnte bei den Logiernächten insgesamt ein neuer Allzeitrekord erzielt werden.

1. Tourist Office

Allgemeine Auskünfte über die Stadt und Region Solothurn, der Verkauf von Eintrittskarten, von Stadt- & Gewerbevereinsgutscheinen und von SBB-Tageskarten, die Organisation von Stadtführungen und Erlebnisrundgängen stellen weiterhin die Kernaufgaben der Tourist Office-Crew dar.

Gegenüber 2020 haben die Feriengäste und Tagesgäste deutlich zugenommen, was sich in den Zahlen positiv niederschlug und zur Folge hatte, dass die Öffnungszeiten des Tourist Office während den Sommermonaten auf den Samstagnachmittag ausgedehnt werden konnten.

Mit 1091 (699) Stadtführungen und 16180 (9473) Gästen konnte der Einbruch von 2020 auf eindrückliche Art und Weise wettgemacht werden. Die Zunahme von rund 56% ist als sehr erfreulich zu bewerten. Wir sind damit wieder nahe den Vorjahreswerten.

Das Angebot an öffentlichen Altstadtführungen konnte 2021 stark ausgebaut werden. So starteten diese bereits im März und fanden teilweise auch an Sonntagen und in französischer Sprache statt. An diesen Führungen durften wir im Schnitt 18 Teilnehmer begrüßen.

Die öffentlichen Spezialführungen blieben leider etwas hinter den Vorjahresresultaten zurück. Die jährlich stattfindenden Advents- und die Kinderführungen erfreuten sich aber wie alle Jahre sehr grosser Beliebtheit. Im Sommer durften wir Führungen zur Kunstaussstellung Arpeggio anbieten, welche bei unseren einheimischen Gästen sehr gut ankamen.

Das rund 50-köpfige Stadtführungskorps konnte seine Tätigkeit aufgrund der COVID-Restriktionen erst im April in normalem Rahmen aufnehmen. Den Start-Schwierigkeiten zum Trotz, erhielten die Stadtführenden viele positive Rückmeldungen für qualitativ hochstehende und pannenfreie Einsätze.

Der traditionelle Stadtführenden-Ausflug führte nach Olten ins Haus der Museen.

Weiterhin als sehr anspruchsvoll erwies sich die Vermietung der städtischen Säle. Auf eine Zunahme der Reservationen, folgte im Spätherbst eine weitere schmerzhaft Umbuchungs- und Annullationswelle.

Leider wurde unsere Büropartnerschaft mit Aare Seeland Mobil (ASM) als Folge der COVID-Pandemie beendet. ASM muss aufgrund der rückläufigen Personenerträge sparen und hat deshalb die Büros in Bern und Solothurn geschlossen.

2. Partnerschaften und Kommunikation

Die zahlreichen Partnerschaften mit Aargau und Baselland Tourismus, der BLS, der SBB, loisir.ch, usw. wurden zur Erhöhung der Sichtbarkeit weiterentwickelt.

Die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus wurde intensiviert, die Verbindungen mit Heinz Keller (Schweiz Experte) und Oliver Nyffeler (Städtepartnerschaft Swiss Cities) gefestigt.

Schweiz Tourismus hat unsere Veranstaltungstipps regelmässig auf seinen Plattformen ausgespielt und die Realisierung des Barockfestivals aktiv unterstützt.

Das Städte-Video für die Sommerkampagne 2022 wurde bereits im August 2021 unter Mitwirkung von zwei Stadtführerinnen produziert.

Auf der BLS-Ausflugsplattform war RSOT mit vier saisonangepassten Ausflugs-Tipps und einem Eintrag in der (gedruckten) Broschüre vertreten.

In sechs Ausgaben des Wandermagazins Schweiz haben wir in Zusammenarbeit mit Aargau Tourismus Publireportagen über die Ferienregion AG SO platziert.

Der Zusammenarbeit mit der Firma Gretz Communications AG Bern im Kommunikationsbereich kam wie im Vorjahr eine zentrale Bedeutung zu. Der Pandemie zum Trotz hat RSOT bedeutende finanzielle Mittel in Inserate und Publireportagen investiert. Im Rahmen eines Anlasses im Musée Olympique in Lausanne wurde die Destination den Medien aus der Romandie vorgestellt. Anfangs Dezember folgten während zwei Tagen Redaktionsbesuche im Tessin.

Es folgten monatliche Newsletter an die Medienschaffenden, die Erarbeitung und Übersetzung von weiteren Pressedossiers, die Erstellung von Faktenblättern mit den wichtigsten Sehenswürdigkeiten und regelmässige Austauschsitzen zur Koordination der gemeinsamen Aktivitäten.

Das Fazit fällt wiederum positiv aus. Die Zusammenarbeit mit den Partnern konnte erfolgreich weiterentwickelt und die Sichtbarkeit konnte hochgehalten werden. Nachfolgend einige Kennzahlen zur Verdeutlichung:

- 17 Journalistenbesuche mit meist individuellen Besuchsprogrammen.
- 295 Artikel (171 Presse, 121 Online, 3 Radio/TV) in allen wichtigen Medien der deutschen und der französischen Schweiz mit einer Print-Auflage von insgesamt 27'987'122 Exemplaren.

Den touristischen Leistungsträgern boten sich damit zahlreiche zusätzliche, meist kostengünstige Auftrittsmöglichkeiten. Diese wurden etwas besser, aber insgesamt noch immer zu wenig genutzt. Gründe dafür waren Pandemie bedingte Ertragsausfälle und fehlende Planungssicherheit.

Wie im Vorjahr hat RSOT zusammen mit Aargau Tourismus, mit Baselland Tourismus und mit den AZ Medien der einheimischen Bevölkerung die Vorzüge der (Gross-) Region im Rahmen von Instagram-Aktivitäten nähergebracht.

Die Gründung der Ferienregion AG SO wurde nach Übernahme der Ressorts «Marketing» und «Kontakt mit der Tourismusbranche» von Kanton Solothurn Tourismus vorangetrieben. Dank der Integration aller Regionen in die Ferienregion AG SO wird der Kanton ab dem 1.1.22 auf der touristischen Landkarte sichtbar und kann erstmals integral vermarktet werden.

3. Produktgestaltung

Die Themenwege erfreuten sich einer starken Nachfrage. So wurde der Detektiv-Trail 3076mal verkauft und übertraf damit das Vorjahr (1763) um rund 75%. Der Food-Trail schnitt, mit 1925 Verkäufen, ebenfalls sehr gut ab und übertraf das Vorjahr (1402) um rund 37%. Insgesamt erreichten diese beiden Trails und der Krimi-Trail schweizweit die besten Verkaufszahlen aller Standorte.

Mit Tapsy (90) und Pumpelpitz (46) wurden zwei neue Themenwege für die ganze Familie realisiert.

Neu stehen seit letztem Sommer mit der Waldrandweg zwischen Oberdorf und Grenchen (mit Abstecher zu den Saurierspuren) (Nr. 501) und mit der Rundwanderung Balmberg – Weissenstein – Röti – Balmberg (Nr. 502) zwei attraktive neue SchweizMobil-Routen zur Verfügung.

Das Projekt für die Wiederherstellung des Wanderwegs zwischen Niederwiler Stierenberg und Hofbergli durch eine Seilbrücke ist aufgrund von Einsprachen leider immer noch blockiert.

Anlässlich eines Arbeitstages von Pro Weissenstein konnte unter Mitwirkung der Mauna Loa Biker die MTB-Route 44 zwischen Althüsli und Hinter Weissenstein saniert werden.

Das Million Star-Hotelzimmer unter freiem Himmel beim Restaurant Seeblick am Burgäschisee war auch 2021 sehr beliebt und meist belegt.

Neu erschienen ist eine Broschüre mit zwölf Velotouren rund um Solothurn. Diese können auf der RSOT-Webseite und auf der Plattform von Outdooractive heruntergeladen werden. Die Broschüre entsprach einem grossen Bedürfnis (auch bei den Einheimischen). Die erste Auflage war nach zwei Monaten vergriffen.

4. Seminar- und Geschäftstourismus, Events, Hotellerie

Die Übernachtungszahlen in der Hotellerie und in der Parahotellerie haben über Erwarten gut entwickelt. In der Hotellerie resultierten 87'260 Logiernächte (68744) was gegenüber dem Vorjahr ein Plus von 26,9% bedeutet. Insgesamt haben die Parahotellerie und die Hotellerie 148'097 LN (115'115) generiert was einem Plus von 28,6% entspricht und gar einen Allzeitrekord darstellt indem das Resultat von 2019 um rund 150 LN übertroffen worden ist.

Dass das Ergebnis so gut ausgefallen ist, ist dem TCS Campingplatz und überraschend vielen Feriengästen vorwiegend aus der Schweiz zu verdanken. So weist der Campingplatz mit 52'706 Logiernächten (39'735) einen Allzeitrekord auf, was ein Plus von 32,6% bedeutet.

In Anbetracht der Tatsachen, dass sich der Seminar- und der Geschäftstourismus nur zögerlich erholt hat, viele Events und Kulturveranstaltungen abgesagt werden mussten und der Sommer überdurchschnittlich nass war, darf das Ergebnis als sehr erfreulich bezeichnet werden.

Für den Seminar- und Kongressbereich Solothurn Services war 2021 sehr anspruchsvoll. Total wurden noch 215 (295) Kunden-Dossiers bearbeitet, während es in den vergangenen Jahren jeweils gegen 500 waren. Daraus resultierten noch 110 (113) meist kleinere Buchungen, was in etwa dem Vorjahr entspricht.

Als Reaktion auf den Einbruch des Seminar- und Kongressgeschäfts hat RSOT allen Partnern einen Rabatt von 20% auf den Jahresbeitrag gewährt und damit einen (bescheidenen) Beitrag zum wirtschaftlichen Überleben geleistet. Erfreulicherweise sind denn auch sehr wenige Partnerverträge gekündigt worden. Solothurn Services umfasst nach wie vor 14 Premiumpartner und 40 (+3) Leistungsträger, die im MICE-Geschäft eng zusammenarbeiten.

Die Verantwortlichen setzten sich aktiv dafür ein, um auf dem MICE Markt Schweiz sichtbar zu bleiben. So nahmen sie an einem «Inspirationmarket» und am Assistent Day im Kongresshaus Zürich teil. Zudem erschienen Dank der Kooperation mit Gretz in der Branchenzeitschrift «EventMotion» vier Mal jeweils zweiseitigen Publireportagen über ausgewählte Betriebe und Angebote.

5. Webseite, Online Marketing und Soziale Medien

Seit dem letzten Jahr präsentiert sich die Webseite der Jahreszeit gerecht. Neu wurden die Bereiche «nachhaltiges Solothurn» und «barockes Solothurn» gestaltet. Die Webseite von Solothurn Services wurde als sogenannte «Mikroseite» in die Hauptseite integriert. Schliesslich wurden zahlreiche Übersetzungen realisiert und zusätzliche Videos eingebunden.

Die Texterin Simone Leitner hat die Webseite bezüglich ihrer Lesbarkeit weiter optimiert, indem sie die Kurztexte am Anfang jedes Themenbereichs informativ und emotional ausgestaltet hat.

Die der Webseite zugrunde liegende Datenbank wurde durch eine neue, deutlich leistungsfähigere Version abgelöst. Neu ist eine Schnittstelle in Entwicklung, die bei rund 170 Attraktionspunkten der Stadt Solothurn das Ausspielen von Informationen zur Zugänglichkeit für Menschen mit körperlicher Einschränkung (Barrierefreiheit) ermöglicht.

Für die Bilderbewirtschaftung auf den sozialen Medien wurde mit Crowdriff eine neue leistungsfähige Software beschafft, die sich in der Praxis bewährt hat. Die Nutzerzahlen auf den sozialen Medien entwickeln sich insgesamt positiv. Die neue Zusammenarbeit mit der Firma Online Karma aus Basel wird diesen Prozess zukünftig beschleunigen.

Ausgewählte Zahlen im Überblick:

Facebook: Gefällt mir 1372 (2020) 1549 (2021)

Facebook: Follower (Seitenabonnemente) 1406/1608

Instagram: Follower 2674/3412

6. Öffentlichkeitsarbeit, politisches Lobbying und Weiterbildung

Am Tourismusforum im Alten Spital wurde eine erste Bilanz über die vergangenen zwei Jahre gezogen und über die Folgen für die Zukunft diskutiert.

Die Generalversammlung musste schriftlich durchgeführt werden. Zudem konnte im Spätsommer ein Mitgliederanlass mit Besichtigung der Spitalapotheke im Alten Spital stattfinden.

Auch eine Schulung für Hotelmitarbeiterinnen konnte durchgeführt werden.

Der Direktor hat sich in Zusammenarbeit mit Pro Weissenstein und der kantonalen Verwaltung (insbesondere Amt für Verkehr und Tiefbau und Raumplanungsamt) für die Verbesserung der touristischen Rahmenbedingungen eingesetzt.

Auf nationaler Ebene hat RSOT wie in den vergangenen Jahren am Innotour-Projekt Tourist Office Lab (TOL) mitgearbeitet.

7. Jahresrechnung 2021 (Details siehe unten)

Die Jahresrechnung 2021 ist am 11. März 2022 ohne Beanstandung revidiert worden. Sie weist einen Gewinn von CHF 20'282.64 aus. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden Rückstellungen in der Höhe von CHF 7'250.- aufgelöst.

8. Organe

Team

Jürgen Hofer, Direktor (100%)

Jakob Bühlmann, KV-Lernender (100%)

Murielle Blaser Zimmermann, Co-Leiterin Marketing & Verkauf (60%) (bis 31.12.21)

Nadine Boner Camacho, Co-Leiterin Marketing & Verkauf (60%)
Nicole Bundi, Assistentin Marketing (100%)
Stephanie Walker, Verantwortliche Saalreservierungen und Buchhaltung (100%)
Tamara Moser, Verantwortliche Stadtführungen (100%)
Jasmin Eiholzer, Praktikantin (100%) (1.4. bis 31.12.21)
49 Stadtführerinnen und Stadtführer

Aufgrund der fehlenden Planungssicherheit und der ungewissen Ertragssituation musste das RSOT-Team 2021 mit 100-Stellenprozenten weniger auskommen.

Murielle Blaser hat RSOT nach fünfzehn Jahren erfolgreicher Tätigkeit als Geschäftsführerin Solothurn Services und Co-Marketingleiterin in Richtung Emmental Tourismus verlassen. Sie war an der positiven Entwicklung unserer Region massgeblich beteiligt.

Delegationen Direktor

Geschäftsführer Kanton Solothurn Tourismus (KST) bis 31.3.21
Verantwortlicher Ressorts «Marketing» und «Kontakt zu der Branche» bei KST seit 1.4.21
Präsident Verein Via Surprise
Vorstandsmitglied Verein Tourismus Solothurner Jura
Vorstandsmitglied Stadt- und Gewerbevereinigung Solothurn
Einsitz in die Gruppe Langsamverkehrs-Offensive Solothurn und Region! LOS!
Vorsitzender der Projektleitung des Innotour-Projektes Tourist-Office-Lab 2018-2022
Einsitz in die Konferenz der regionalen Tourismusedirektoren (RDK) ab November 2021
Einsitz in verschiedene Arbeitsgruppen der kantonalen Verwaltung (u.a. Arbeitsgruppe Wandern/Biken, Arbeitsgruppe Schwächezone Gschliff, Arbeitsgruppe Überarbeitung ÖV-Gesetz, Arbeitsgruppe Nutzung Aareraum Solothurn - Luterbach)

Verein

Mitgliederstand per 31.12.21: 578 (595)

Vorstand

Der Vorstand hat 2021 drei ordentliche Sitzungen, einen Strategieworkshop und die Generalversammlung durchgeführt.

Michael Hug (Präsident)
Hansjörg Boll (Vizepräsident)
Anita Panzer
Beat Rütli (bis Mai 2021)
Gabriele Bryant
Hans Weber
Roland Furrer
Thomas Mühlethaler (ab Juni 2021)

Treuhänder

Carlos Vidal & Partner Treuhand AG Solothurn

Revisionsstelle

Bargetzi Revisions AG Solothurn

Dank

Dem RSOT-Team, den Stadtführerinnen und Stadtführern, den Vorstandsmitgliedern, den Vereinsmitgliedern, der Stadt Solothurn sowie allen Partnern und Spendern gebührt für ihren grossen Einsatz und das Vertrauen in Region Solothurn Tourismus ein herzliches Dankeschön.

Rechnung RSOT 2021
Bilanz per 31.12.21

AKTIVEN	2020	2021
	CHF	CHF
Umlaufvermögen		
Kasse	1'467	3'532
PC-/Bankkonti	344'849	447'189
Debitoren	38'481	21'034
Inventar Souvenirs + Kinogutscheine + Tickets	2'217	2'849
Transitorische Aktiven	10'057	5'550
Total Umlaufvermögen	397'071	480'154
Anlagevermögen		
Wertschriften	1	1
Sachanlagen	1	1
Total Anlagevermögen	2	2
TOTAL AKTIVEN	397'073	480'156
PASSIVEN		
	CHF	CHF
Kurzfristiges Fremdkapital		
Kreditoren	68'872	94'463
Transitorische Passiven	84'498	128'958
Total kurzfr. Fremdkapital	153'370	223'421
Langfristiges Fremdkapital		
Rückstellungen	199'341	192'091
Total lgfr. Fremdkapital	199'341	192'091
Eigenkapital		
Vereinskapital	41'372	44'362
Jahresergebnis	2'990	20'282
Total Eigenkapital	44'362	64'644
TOTAL PASSIVEN	397'073	480'156

Rechnung RSOT 2021
Erfolgsrechnung vom 1.1. bis 31.12.21

	2020	Budget 21	Rechnung 21
	CHF	CHF	CHF
Ertrag aus Leistungen/Werbung/Provisionen	574'936	467'582	571'860
Betrieblicher Nebenerfolg	21'800	21'800	21'800
Mitgliederbeiträge	69'700	65'000	65'714
Spenden/Sponsoring	5'000	5'000	5'000
Subventionen/Kurtaxen	657'254	655'740	733'732
Delkredere	-4'500	0	0
Mehrwertsteuer	-26'302	-22'500	-26'713
Kurzarbeitsentschädigung	86'263	0	32'153
Einnahmen	1'384'151	1'192'622	1'403'546
Aufwand für Leistungen/Werbung	437'363	305'772	490'955
Personalaufwand	679'269	616'500	623'051
Raumaufwand/Unterhalt	84'165	89'380	93'762
Versicherungen/Verwaltung	66'344	75'081	69'032
Verbandsbeiträge	97'304	98'282	106'501
Aufwand	1'364'445	1'185'015	1'383'301
Vereinsergebnis 1	19'706	7'607	20'245
Finanzertrag	15	0	18
Finanzaufwand	-1'233	-1'200	-1'538
Finanzerfolg	-1'218	-1'200	-1'520
Vereinsergebnis 2	18'488	6'407	18'725
Abschreibungen	15'100	5'500	0
Ausserordentlicher Ertrag	-1'938	0	6'469
Ausserordentlicher Aufwand	2'336	0	-478
Steuern			-4'434
Gewinn Verein	2'990	907	20'282
Rückstellungen aufgelöst	0	0	7'250
Rückstellungen neu	36'882	0	0

Budget RSOT 2022

	2021	Budget
	CHF	CHF
Ertrag aus Leistungen/Werbung/Provisionen	571'860	551'277
Betrieblicher Nebenerfolg	21'800	0
Mitgliederbeiträge	65'714	65'000
Spenden/Sponsoring	5'000	5'000
Subventionen/Kurtaxen	733'732	740'740
Delkredere	0	0
Mehrwertsteuer	-26'713	-30'000
Kurzarbeitsentschädigung	32'153	
Einnahmen	1'403'546	1'332'017
Aufwand für Leistungen/Werbung	490'955	392'735
Personalaufwand	623'051	647'000
Raumaufwand/Unterhalt	93'762	94'380
Versicherungen/Verwaltung	69'032	76'193
Verbandsbeiträge	106'501	117'204
Aufwand	1'383'301	1'327'512
Vereinsergebnis 1	20'245	4'505
Finanzertrag	18	0
Finanzaufwand	-1'538	-1'300
Finanzerfolg	-1'520	-1'300
Vereinsergebnis 2	18'725	3'205
Abschreibungen	0	0
Ausserordentlicher Ertrag	6'469	0
Ausserordentlicher Aufwand	-478	0
Steuern	-4'434	0
Gewinn Verein	20'282	3'205

JH/März 22