



Martin Wittwer



Oliver von Allmen

DE Allgemeine Lage

Das Geschäftsjahr 2024 war anspruchsvoll. Gefühlt anspruchsvoller als das Vorjahr. Global war es geprägt von anhaltender, geopolitischer und wirtschaftlicher Instabilität, Unsicherheit und technologischen Herausforderungen. Trotz dieser Rahmenbedingungen entwickelte sich das touristische Geschäft in der ganzen Schweiz wie auch im Jurabogen und im Kanton Bern doch ganz ansehnlich. So dürfen wir auch bei Tourismus Biel Seeland erfreuliches festhalten.

Die Logiernächte (der touristische Eckwert schlechthin und relevant für jede touristische Region) konnten wir im Berichtsjahr auf ein neues Rekordergebnis in der TBS-Geschichte von plus 13% (Raum Biel) und plus 2.5% (im Seeland) steigern. Nicht ganz die Vorjahreszahlen konnten wir im MICE-Bereich (Kongresse, Veranstaltungen, Seminare) erreichen. 3.4% tiefer fiel der Umsatz hier aus. Im Wissen, dass der MICE-Bereich für uns wichtig ist, weil er eine sehr hohe Wertschöpfung insbesondere im Winter, Frühling und Herbst generiert. Hier haben wir das anspruchsvolle Umfeld deutlicher gespürt, weil Kundinnen und Kunden, Verbände und Unternehmen mit Anlässen offenbar zurückhaltender agieren. Für den Tagestourismus war das Jahr 2024 sehr herausfordernd. Dies insbesondere wegen dem deutlich schlechteren Sommerwetter 2024. Gerade touristische Regionen und Unternehmen, welche stark vom Tagestourismus oder von Schweizer Gästen abhängig sind, wie beispielsweise Schifffahrtsgesellschaften und Bergbahnen, sind mit dem 2024 nicht ganz zufrieden. Unter dem Strich dürfen wir aber

FR Situation générale

L'année 2024 s'est révélée particulièrement exigeante. Selon notre ressenti, plus exigeante même que la précédente. A l'échelle mondiale, elle a été marquée par une instabilité géopolitique et économique persistante, des incertitudes et des défis technologiques. Malgré ce contexte, l'activité touristique s'est développée de manière honorable dans toute la Suisse, y compris dans l'Arc jurassien et le canton de Berne. Tourisme Bienne Seeland (TBS) peut donc également se réjouir de ces résultats.

Le nombre de nuitées (indicateur touristique clé et essentiel pour chaque région touristique) a augmenté de plus de 13% à Bienne et de plus de 2.5% dans le Seeland au cours de l'exercice 2024. Un nouveau record dans l'histoire de TBS. Dans le secteur MICE (congrès, séminaires et événements), les chiffres de l'année précédente n'ont pas tout à fait été atteints. Le chiffre d'affaires a été inférieur de 3.4% à celui de l'année précédente. Rappelons que le secteur MICE est important pour nous, car il génère une très forte valeur ajoutée, en particulier en hiver, au printemps et en automne. Dans ce domaine, nous avons nettement ressenti l'environnement plus exigeant, car les clients et clientes, les associations et les entreprises se montrent manifestement plus réticents à organiser des événements. L'année 2024 a été particulièrement difficile pour l'excursionnisme, en raison d'une météo estivale peu favorable. Notons que les régions touristiques et les entreprises fortement dépendantes de l'excursionnisme ou de la clientèle suisse, comme les compagnies de navigation et les remontées mécaniques, ne tirent pas non plus un bilan

feststellen, dass unsere Region und unsere Produkte bei unseren Gästen Vertrauen genießen und Mehrwert erzeugen. Wir werden diesen Pfad fortsetzen und unsere bescheidenen Mittel so effektiv wie möglich auch in Zukunft einsetzen.

Trotz Herausforderungen ein solides Ergebnis

Das negative Ergebnis im Berichtsjahr ist insbesondere auf gestiegene Personalkosten, tiefere Mitgliederbeiträge, höhere Sach- und Marketingaufwände zurückzuführen. So hatten wir während acht Monaten im MICE-Bereich eine Doppelbesetzung, zwecks guter Einarbeitung der neuen MICE-Verantwortlichen Maria Belén Muñoz Gerstein. Weitere personelle Herausforderungen ergaben sich durch Personalrochaden bei den Verantwortlichen der Finanzen, wie auch durch zwei fast gleichzeitige Schwangerschaften mit entsprechenden Urlauben. Viele Veränderungen für unsere kleine Organisation, welche dank der Flexibilität des gesamten Teams gut gemanagt wurde.

Zusätzliche Erträge notwendig

Die Ressourcen beim TBS sind bekanntlich sehr beschränkt und die Kosten steigen – wie in vielen Bereichen (z.B. im Gesundheitswesen) – auch im Tourismus und eben auch bei uns (Sachkosten, Personalkosten, Marketingkosten), stetig. Wie wir bereits an anderen Stellen erwähnt haben, gilt auch für uns, sich Gedanken darüber zu machen, wie wir nicht nur Kosten einsparen, sondern auch die Ertragsseite stärken können. Als touristische Organisation in unserer Größenordnung bestehen dazu nicht unzählige Hebel. Denn gefühlt seit nunmehr fast 30 Jahren sind zum Beispiel die Kurtaxen (welche vom Kunden bezahlt und nicht von den Leistungsträgern bezahlt werden) wie auch die Mitgliederbeiträge nie erhöht worden, währenddessen andere Branchen/Unternehmen und auch andere Tourismusorganisationen in dieser Zeitspanne ihre Preise/Tarife/Taxen teilweise deutlich erhöht haben. Bei den Kurtaxen zum Beispiel sind wir deutlich am unteren Ende der Skala anzutreffen. Der Vorstand und die Direktion

pleinément satisfaisant de l'année 2024. En fin de compte, nous pouvons toutefois constater que notre région et nos produits jouissent de la confiance de nos visiteurs et génèrent de la valeur ajoutée. Nous allons continuer sur cette voie et utiliserons nos ressources limitées aussi efficacement que possible à l'avenir.

Un résultat solide malgré les défis rencontrés

Le résultat négatif de l'année est surtout dû à l'augmentation des coûts de personnel, à la baisse des cotisations des membres et à l'augmentation des charges de matériel et de marketing. Durant huit mois, nous avons travaillé avec une double équipe dans le domaine du MICE, dans le but d'assurer une bonne formation à la nouvelle responsable MICE, Maria-Belén Muñoz Gerstein. D'autres défis liés au personnel sont survenus, en raison de changements au poste de responsable des finances ainsi que de deux grossesses presque simultanées et des congés qui en ont découlé. Beaucoup de changements ont touché notre petite organisation, mais ils ont été bien gérés grâce à la flexibilité de toute l'équipe.

Des revenus supplémentaires nécessaires

Comme on le sait, les ressources de TBS sont très limitées, tandis que les coûts augmentent constamment dans le secteur touristique, y compris chez nous (frais de matériel, de personnel et de marketing), mais aussi dans d'autres domaines, comme la santé. Comme nous l'avons déjà mentionné à d'autres endroits, nous ne devons pas seulement réfléchir à la manière dont nous pouvons réduire les coûts, mais également à la façon d'augmenter les revenus. En tant qu'organisation touristique de taille modeste, nous ne disposons pas d'innombrables leviers pour y parvenir. Depuis près de 30 ans, les taxes de séjour (payées par les visiteurs et non par les prestataires) et les cotisations des membres n'ont jamais été augmentées, alors que d'autres branches, entreprises et organisations touristiques ont augmenté leur prix/tarifs/taxes, parfois de manière significative, durant cette même période. En ce qui concerne, par exemple, les taxes de

sind deshalb einstimmig der Meinung, dass es jetzt an der Zeit ist diese sanft anzupassen um eine stabile Grundlage für den TBS nach vorne sicher zu stellen und die anfallenden Kosten zu decken, sowie Mittel freizuschaukeln um unserem Grundauftrag als Marketingorganisation gerecht zu werden. Alleine die um ein x-faches umfangreicheren Marketingmassnahmen (z.B. im digitalen Bereich/Social Media) rechtfertigen dies. Gleichzeitig wollen wir auch die Mitgliederbeiträge anpassen, weil unsere Mitglieder von eben den gleichen vielfältigen Massnahmen profitieren.

Effizienz im Vorstand

Um in der Verwaltung effizienter zu werden, hat der Vorstand darüber diskutiert, den Vorstands ausschuss zu substituieren. Grund dafür ist, dass in der Praxis die gleichen Themen und Traktanden behandelt werden wie im Vorstand. Somit bedeutet das unnötigen Mehraufwand. Auch sei die Frage erlaubt, ob bei unserer kleinen Organisation in der Tat ein Ausschuss Mehrwert liefern kann. So sind wir zum Schluss gekommen, dieses Modell nicht mehr als zielführend zu betrachten. Die meisten Aufgaben werden in die Direktion delegiert (was seit Jahren bereits implizit der Fall ist). Das Kontrollorgan, der Vorstand, welcher breit und mit vielen Kompetenzen aufgestellt ist, nimmt seine Rolle natürlich weiter wahr. Zudem wird die Möglichkeit geschaffen, flexibel und bei Bedarf, themenspezifische Arbeitsgruppen einzusetzen. Dieses Modell wird Mehrwert erzeugen.

Marktbearbeitung und Partnerschaften

Wir sind überzeugt, dass wir mit unseren strategischen Partnern Jura & Drei-Seen-Land und Made in Bern hervorragende Vermarktungsorganisationen an unserer Seite haben. Unsere Partner helfen uns, unsere relativ bescheidenen Mittel effektiv einzusetzen und zu multiplizieren um somit mehr Wirkung zu erzielen. Besonders die koordinierten und gebündelten Marktbearbeitungsaktivitäten, wie z.B. digitale Kampagnen, MICE-Unterstützung, Auftritte in unseren wichtigsten Märkten (Schweiz, Deutschland, Frankreich) sorgen für die notwendigen Frequenzen. Ergänzen können wir

séjour, nous nous plaçons clairement en bas de l'échelle. Le comité et la direction sont unanimes : ils estiment qu'il est temps d'introduire une légère adaptation, afin d'assurer une base stable pour TBS qui permettrait de couvrir les frais qui en découlent et de libérer des moyens pour remplir notre mission principale en tant qu'organisation de marketing. Les mesures de marketing, par exemple dans le domaine digital ou sur les réseaux sociaux, dont l'ampleur a été multipliée par dix, justifient à elles seules cette mesure. Nous souhaitons adapter les cotisations des membres en parallèle, car ces derniers bénéficient également de ces mêmes mesures.

Efficacité dans le comité

Afin de gagner en efficacité, le comité a discuté de la possibilité de substituer le comité directeur. En effet, dans la pratique, les thèmes et points à l'ordre du jour sont les mêmes que ceux traités par le comité. Cela implique donc un surcroît de travail inutile. Il est également permis de se demander si, dans notre petite structure, le comité directeur peut réellement apporter une valeur ajoutée. Nous sommes donc parvenus à la conclusion que ce modèle n'était plus adapté. La plupart des tâches seront donc déléguées à la direction (ce qui est déjà implicitement le cas depuis des années). Le comité qui reste l'organe de contrôle et qui dispose de nombreuses compétences continue naturellement d'assurer son rôle. En outre, il sera également possible de mettre en place, de manière flexible et selon les besoins, des groupes de travail sur des thématiques spécifiques. Ce modèle générera plus de valeur ajoutée.

Développement des marchés et partenariats

Nous sommes convaincus qu'avec des partenaires stratégiques comme Jura & Trois-Lacs et Made in Bern, nous avons d'excellentes organisations marketing à nos côtés. Nos partenaires nous aident à utiliser de manière efficace nos moyens relativement modestes et à les multiplier afin de maximiser notre impact. Les actions de prospection des marchés coordonnées et regroupées, telles que les cam-

sie mit eigenen Aktivitäten wie z.B. zukunftsgerichtete NRP-Projekte (Nachhaltigkeitsradar), welche für uns als Nischenregion wichtige finanzielle Projektinitialisierungsquellen für spannende Angebote darstellen. Eine wichtige Rolle in diesem Zusammenhang spielen auch unsere regionalen Tourismusbüros, die meisten auf freiwilliger Basis viele spannende Angebote kreieren.

Märchenhaft, mystisch und weltoffen

Wir dürfen nicht vergessen: Wir haben viel zu bieten und sind eine vorzügliche Visitenkarte. Auf kleinem Raum spiegelt sich bei uns die ganze touristische Vielfalt. Z.B. Biel mit gelebter Zweisprachigkeit und kultureller Fülle. Der malerische Bielersee und die bis an dessen Ufer reichende Weinberge mit bestprämiierten Weinen, die Weiten des Seelands, Themenwege, die romantische St. Petersinsel, Altstädte entlang der Aare, verbunden mit einer breitgefächerten Palette an Übernachtungsmöglichkeiten und vielerorts servierten regionalen Köstlichkeiten aus der Gastroszene.

Interessante Zukunft

Unsere Strategie zeigt auf worauf wir uns fokussieren. Dies ist umso wichtiger, als dass die Grosswetterlage mit diversen Konflikten und Krisen, wirtschaftlichen Erschwernissen, instabilen politischen Lagen, Wachstumsrückgängen, höheren Kosten und sinkender Kaufkraft, nicht einfacher wird. Auch wir können nicht abschätzen wohin die Reise rund um uns herum genau geht. Was wir aber tun können, ist achtsam und wach zu sein und als Region attraktiv zu bleiben, indem wir die Qualität unserer Angebote hoch halten und die Chancen der Digitalisierung und künstlichen Intelligenz in der Marktbearbeitung konsequent nutzen, wie auch nach innen mit unseren Aktivitäten wie z.B. der Erlebnisplattform Bienne2go.ch, BienneBons, TalentsLAB, aktiv zu wirken.

Merci

In diesem Sinne danken wir dem ganzen TBS-Team für die gute Arbeit. Ein spezieller Dank geht an unseren langjährigen MICE-Manager Daniel Grosskinsky, welcher diesen Bereich

pagnes digitales, le soutien dans le domaine du MICE, les présences sur nos principaux marchés (Suisse, Allemagne, France) assurent la fréquence nécessaire. Nous avons la possibilité de les compléter avec nos propres actions, comme les projets NPR (radar de la durabilité), qui représentent pour nous, en tant que région de niche, des sources importantes de financement pour lancer des projets portant sur des offres attractives. Nos offices de tourisme régionaux jouent également un rôle important dans ce contexte, car la plupart d'entre eux développent de nombreuses offres sur une base bénévole.

Féérique, mystique et ouverte sur le monde

Il ne faut pas l'oublier : nous avons beaucoup à offrir et nous possédons une excellente carte de visite. Chez nous, la diversité touristique se reflète sur un petit territoire. Par exemple, Bienne séduit par son bilinguisme et sa richesse culturelle, le lac de Bienne, les vignobles s'étendant jusqu'aux rives du lac avec leurs vins primés, les vastes étendues du Seeland, les sentiers thématiques, la romantique île St-Pierre, les vieilles villes le long de l'Aar, sans oublier une large palette de possibilités d'hébergements et les délices régionaux servis dans de nombreux établissements gastronomiques.

Avenir prometteur

Notre stratégie présente ce sur quoi nous nous concentrons. Cela est d'autant plus important que la situation générale, avec les divers conflits et crises, les difficultés économiques, une situation politique instable, un recul de la croissance, des coûts plus élevés et un pouvoir d'achat en baisse, ne devient pas plus facile. Nous ne pouvons pas non plus prévoir précisément où nous allons. Mais ce que nous pouvons faire, c'est rester attentif et continuer à être une région attractive, en maintenant la qualité de nos offres et en saisissant pleinement les opportunités de la digitalisation et de l'intelligence artificielle dans le marketing. Il faut également continuer d'agir activement dans la région avec nos activités telles que la plateforme Bienne2go.ch, BienneBons, TalentsLAB.

aufgebaut hat und im 2024 in den wohlverdienten Ruhestand übergetreten ist. Die Nachfolge liegt in sehr guten Händen. Wir danken weiter allen touristischen Partnern für ihre professionelle Leistungserbringung, den Vertreterinnen und Vertretern aus Politik und Verwaltung Stadt Biel, Kanton Bern und Gemeinden für ihr Vertrauen und ihre für uns wichtige und relevante Unterstützung, welche wir sehr zu schätzen wissen.

Wir wünschen euch alles Gute für das herausfordernde Jahr 2025. Für Spannung ist jedenfalls gesorgt.

Martin Wittwer
Präsident Tourismus Biel Seeland

Oliver von Allmen
Direktor Tourismus Biel Seeland

Remerciements

Nous remercions l'ensemble de l'équipe TBS pour son travail. Un remerciement spécial s'adresse à notre responsable MICE, Daniel Grossskinsky, qui a développé ce secteur et pris une retraite bien méritée en 2024. Sa succession est entre de très bonnes mains. Nous remercions également tous les partenaires touristiques pour leurs prestations professionnelles, les représentants politiques et administratifs de la ville de Bienne, du canton de Berne et des communes pour leur confiance et leur soutien important et pertinent, que nous apprécions beaucoup.

Nous vous souhaitons le meilleur pour cette année 2025 pleine de défis. Quoi qu'il en soit, le suspense est assuré.

Martin Wittwer
Président Tourisme Bienne Seeland

Oliver von Allmen
Directeur Tourisme Bienne Seeland