

Jahresbericht 2017

Verein Thuner Ferienpass

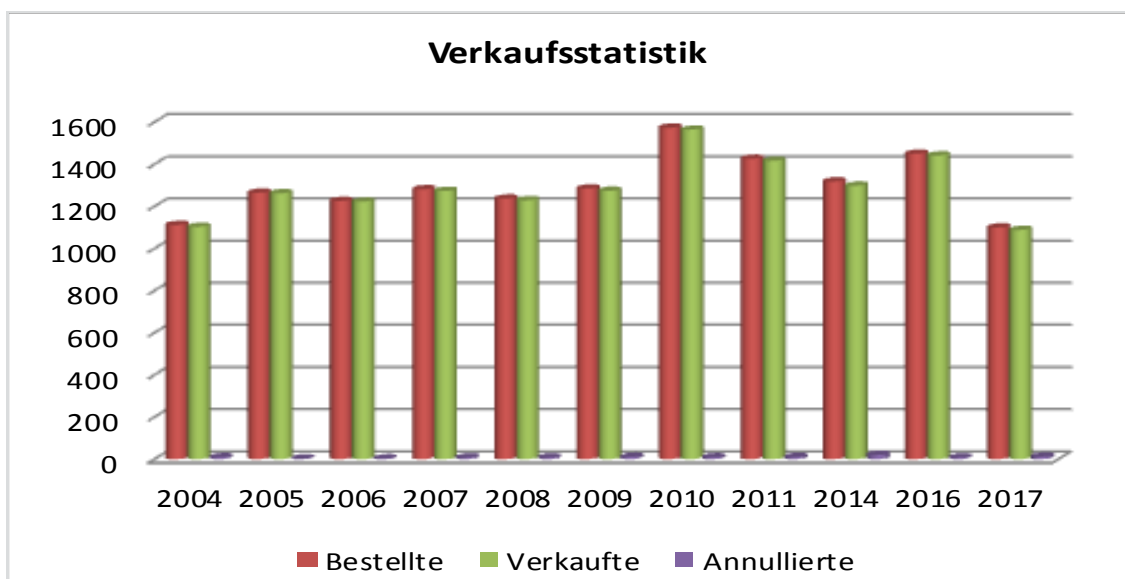


Kochkurs in Spanisch

1 Teilnehmerzahlen 2017

Mit 1088 verkauften Ferienpässen liegen wir unter der erwarteten Teilnehmerzahl.

Jahr	Bestellte	Verkaufte	Annullierte
2003	1210	1201	9
2004	1112	1103	9
2005	1265	1262	3
2006	1226	1222	4
2007	1281	1273	8
2008	1237	1229	8
2009	1285	1274	11
2010	1573	1564	9
2011	1426	1416	10
2012	1039	1029	10
2013	1090	1086	4
2014	1318	1298	20
2015	1190	1188	2
2016	1450	1442	8
2017	1100	1088	12



Von den 1088 Pässen wurden (99.9 %) über das Internet/per Mail bestellt (VJ 99.7 %).
 990 Pässe (90.1 %) wurden nach Vorauszahlung direkt zuhause ausgedruckt (VJ 88.2 %).
 119 Pässe (10.9%) wurden nach der offiziellen Anmeldezeit verkauft.

Mit dem bewährten 2er-Verkaufsteam wurde der Passverkauf am 14. Juni nachmittags auf der Terrasse des Thunerhofs durchgeführt. Von den 98 für den Abholungstag bestellten Pässen wurden etwa die Hälfte nicht abgeholt. Das Inkasso hat sich erneut als zeitaufwändig und mühsam erwiesen, jedoch musste dank dem hartnäckigen Nachhaken unsererseits kein Pass per Nachnahme verschickt werden ☺.

2 Organisatorisches

2.1 Programm und Drucksachen

Das Ferienpass Programm erschien wie üblich in Form einer 20-seitigen Zeitung, welche als Orientierungshilfe und zur Vorselektion eingesetzt werden konnte. Die Details zu den Angeboten konnten in einer benutzerfreundlichen Form online abgerufen werden.

2.2 Schulhausvertreter

Die Ferienpass Zeitung wurde in den meisten Schulen des Verwaltungskreises zusätzlich direkt an die Kinder abgegeben. Wir danken der Lehrerschaft für die tatkräftige Unterstützung.

Die 33 teilnehmenden Gemeinden aus dem Verwaltungskreis Thun übernehmen nach wie vor einen grossen Teil der Finanzierung des Thuner Ferienpasses. Besten Dank allen Gemeinden, die uns in dieser Hinsicht grosszügig finanziell unterstützen.

2.3 Ferienpass-Angebot

Während den fünf Sommerferienwochen standen den Kindern 176 Angebote von 123 verschiedenen Anbietern mit 5420 FP-Plätzen zur Verfügung.

Die Kursauslastung lag mit 76.4 % deutlich unter dem Schnitt der letzten Jahre (VJ 81.8 %).

Die Funktion, via Homepage freie Plätze nachbuchen zu können wurde erneut rege genutzt. 493 Mails gingen für „2. Runde“ Plätze ein.

Schlussendlich konnten wir 339 Kindern 5-6 Wünsche erfüllen (31.16 %, VJ 21.15 %), 206 Kinder erhielten 4 Wünsche zugeteilt, 422 Kinder konnten 2 bis 3 der gewünschten Angebote besuchen.

Die Veranstaltungen mit Tieren waren wie seit jeher sehr gefragt und schnell vergeben. Der Wochenkurs für den Bau eines Modellbootes war als erster am zweiten Anmelde-tag restlos ausgebucht. Das neue Kinderseilpark--Angebot und das Lama Trekking waren ebenfalls rasch voll.

Wegen des fast durchgehend schönen Wetters mussten kaum Veranstaltungen verschoben oder abgesagt werden. Aus diesem Grund bleiben die Kosten der Veranstalter entsprechend hoch.

Dieses Jahr beteiligten sich 11 neue Anbieter:

- Steffen Liliane, Mein Haus ist zu klein! Theater
- Bibliothek Hilterfingen, Workshop Bookart
- Alphorngruppe Niesengruss, Alphorn blasen
- Harlacher Eliane, Action – Nami für Boys
- Berger Tanja, Beauty – Nami für Girls
- Gafner Karin, Kreativ – Nami für Boys und Girls
- Schloss Hünegg, Das Märchenschloss entdecken als Prinzessin oder Prinz
- Skiclub Kandersteg, Skispringen in Kandersteg
- HSLU Arbeit, Jugendreporter
- Gasthof Rössli Dürrenast, Pizza backen
- Tierschutz Region Thun, Tagesausflug zur Igelstation

Die Zusammenarbeit mit dem Ferienpass Niedersimmental war wie gewohnt erfreulich. Bei einem Treffen im Frühsommer haben wir uns mit dem komplett neuen Team zusammengesetzt und ausgetauscht.

Wir werden auch in Zukunft weiter zusammen Termine anbieten.

Erneut durften wir mit Insieme Berner Oberland und dem Entlastungsdienst des Kantons Bern Begleitpersonen für behinderte Kinder anbieten. Dieses Jahr haben nach unserer Kenntnis 2 Kinder mit speziellen Bedürfnissen am Ferienpass teilgenommen 😊.

2.4 Grundangebot

Das Grundangebot enthielt Eintritte in Bäder / Minigolfanlagen der Region, in verschiedene Museen, ins Schloss Thun, Besuch eines FC Thun Matches und eine Trottifahrt vom Niederhorn sowie die sehr geschätzte Möglichkeit zur Nutzung des gesamten STI Streckennetzes.



Schlossführung

2.5 Ferienpass-Teilnehmer nach Gemeinden

Gemeinden	2017	2016	2015	2014	2013	2012
Amsoldingen	15	22	24	13	15	27
Blumenstein	11	15	5	9	20	10
Eriz	5	6	7	6	7	5
Fahrni	9	8	2	1	4	9
Forst-Längenbühl	4	6	2	4	2	0
Gurzelen	0	1	5	4	6	4
Heiligenschwendi	8	17	22	11	5	2
Heimberg	45	54	44	52	55	52
Heimenschwand	13	15	8	10	4	1
Hilterfingen	52	87	79	65	73	52
Höfen	1	3	5	12	8	5
Homberg	12	10	7	8	13	6
Horrenbach-Buchen	4	3	0	0	0	0
Oberhofen	26	37	32	40	15	27
Oberlangenegg	3	4	6	0	0	0
Oberstocken	1	3	1	0	3	0
Pohlern	3	2	3	10	4	2
Reutigen	1	6	1	1	1	0
Schwarzenegg	16	8	8	7	6	5
Schwendibach	2	5	7	4	6	3
Sigriswil	25	35	11	12	13	16
Steffisburg	220	275	248	232	221	194
Teuffenthal	5	3	6	4	6	5
Thierachern	33	61	49	65	50	44
Thun	418	567	466	576	391	405
Uebeschi	14	15	12	7	6	6
Uetendorf	71	89	64	74	71	55
Unterlangenegg	11	11	4	9	6	4
Uttigen	25	39	31	35	30	47
Wattenwil	0	3	0	6	12	7
Wachsendorn	7	1	2	0	0	0
Zwieselberg	2	8	5	2	15	9
Ferienkinder	26	23	22	19	18	25
Total verkaufte Pässe	1088	1442	1188	1298	1086	1027



Kleine Stars mit grossen Stars

2.6 Ferienpass-Veranstalter

Ohne die grossartige Unterstützung der Veranstalter wäre es nicht möglich, ein solch breites Ferienpass-Angebot anzubieten. Wir danken an dieser Stelle ganz herzlich allen Vereinen, Firmen und Privatpersonen, die sich Jahr für Jahr mit grossem Zeitaufwand für den Ferienpass engagieren.

2.7 Ferienpass-Helfer/Innen

Bei den administrativen Vorbereitungsarbeiten rund um den Ferienpass sind seit Jahren liebe Helferinnen am Werk. Ihnen allen ein herzliches Dankeschön für ihren stets grossen Einsatz.

Für einige Veranstaltungen haben wir Eltern gesucht, welche Veranstaltungen begleiten. Diese bewährte Methode wird weitergeführt, da es die Eltern schätzen, ihre Kinder bei Ferienpass-Aktivitäten zu begleiten und gleichzeitig selber etwas zu erleben.

3 Finanzen

3.1 Kosten / Kostendeckung

Der Ferienpass finanziert sich nebst den Passverkäufen durch die Zuschüsse von Gemeinden, sowie durch die Unterstützung grosszügiger Sponsoren und Gönner. Die Gemeinden haben uns mit einem Betrag von CHF 28'575.- (Vorjahr CHF 35'900.-) und die Sponsoren mit CHF 24'900.- (Vorjahr CHF 24'805.-) unterstützt.

Die Jahresrechnung schloss mit einem Verlust von CHF 4'636.25 ab.

3.2 Pass

Der Ferienpass wurde zum Preis von CHF 43.- abgegeben. Ferienkinder und Kinder aus Gemeinden, die den Ferienpass nicht unterstützen, mussten für den Pass CHF 68.- bezahlen. Bei teuren Angeboten wurde ein zusätzliches Kurs- oder Materialgeld verlangt.

3.3 Aufwendungen der Gemeinden Thun und Steffisburg

Die Gemeinden Thun und Steffisburg stellen uns für diverse Kurse und Veranstaltungen immer wieder Räumlichkeiten kostenlos zur Verfügung. Wir bedanken uns bei den zuständigen Behörden für die gute Zusammenarbeit und bei den Anlagewartern für die tolle Unterstützung.



Natur- und Wildbeobachtung mit Trotti-Bike Abfahrt

4 Relaunch Thuner Ferienpass

Aufgrund der in den letzten Jahren vermehrten Schwierigkeiten bei der Finanzierung des Thuner Ferienpasses (nicht zuletzt auch im Zusammenhang mit den abnehmenden Passverkäufen), hat sich der Vorstand des Thuner Ferienpasses entschieden, das erarbeitete Relaunchkonzept der Projektleiterin, Jennifer Müller, umzusetzen.

Hauptziel des Relaunchkonzeptes war es, mit Massnahmen auf verschiedenen Ebenen den Thuner Ferienpass nachhaltig auf eine gesunde finanzielle Basis zu bringen. Dies sollte mit folgenden Teilzielen erreicht werden:

4.1 Integration verschiedener Anspruchsgruppen

Kinder und Jugendliche, Eltern und Veranstalter werden mittels Umfragen in den Relaunchprozess involviert. Das Ziel ist, alle Massnahmen möglichst zielgruppengerecht anzupassen. Sowohl der persönliche Kontakt wie auch die Begegnungsplattformen geben die Möglichkeit, eine Bindung zu schaffen und Feedback direkt abzuholen. Aus dieser Idee entstand unter anderem auch das Botschafterprojekt. 23 interessierte Kinder- und Jugendliche wurden in verschiedene Prozesse miteinbezogen und helfen mit, den Thuner Ferienpass auf Ferienpassnutzerebene gegen aussen zu repräsentieren.

4.2 Grund- und Aktivitätsangebot erweitern

Die Attraktivität von Grund- und Aktivitätsangebot soll gesteigert werden, damit wieder mehr Pässe verkauft werden. Mit Einbezug von Eltern (via Umfrage – 420 Teilnehmer) und Botschaftern wurde evaluiert, welche Bedürfnisse ihrerseits im Zusammenhang mit dem Thuner Ferienpass bestehen. Somit konnten gezielt 70 neue Angebote angefragt werden. Daraus haben sich 40 neue Aktivitätsangebote und 3 neue Grundangebote (gratis Schifffahrt auf dem Thuner- und Brienersee, Fahrt auf dem Riesenrad, 50% Ermässigung im Funpark Spiez) ergeben.

4.3 Fundraising/Sponsoring strukturieren und Gönner betreuen

Durch Strukturierung und Abstufung im Bereich Fundraising / Sponsoring wurden Gönnerpässe kreiert und den Sponsoren neu Gegenleistungen angeboten. Die Anzahl an Anfragen wurde auf 500 verdoppelt. Die Resultate sind jedoch eher ernüchternd und es wird schnell klar, dass, wenn der Thuner Ferienpass langfristig mehr durch Fundraising finanziert werden soll, dies auch mit viel Knochenarbeit und Aufwand verbunden ist. Es wird des Weiteren evaluiert, ob allenfalls weitere Massnahmen wie interne Inseratenverwaltung in den vorhandenen Personalstrukturen umsetzbar sind und langfristig mehr Geldeinnahmen für den Thuner Ferienpass erworben werden können.

Zudem wurde auch in die Beziehungspflege von langjährigen Unterstützern investiert. Einerseits mit zahlreichen persönlichen Gesprächen mit langjährigen Gönnern und einem Kaffee- und Kuchentreffen mit den Frauenvereinen. Diese Treffen wurden sehr geschätzt.

4.4 Image auffrischen und Kommunikationskanäle ausbauen

Das Image des Thuner Ferienpasses wurde mit einem neuen und zeitgemässen Auftritt aufgefrischt. Dies beinhaltet ein neues Logo, eine neue Homepage sowie ein neues Zeitungslayout. In Zusammenarbeit mit den 23 Botschaftern wurde evaluiert, welche Farben, Icons, Schriften, Bilder und Illustrationswelten besonders ansprechend wahrgenommen werden. Eine Grafikerin hat die Ideen und Feedbacks ausgearbeitet und einen neuen visuellen Auftritt entworfen. Dieser wird ab Mitte April 2018 kommuniziert. Im gleichen Zu-

sammenhang werden auch Kommunikationskanäle im Social Media Bereich (Facebook, Youtube, Instagram) ausgebaut.

4.5 Finanzierung

Das Budget für das Relaunchprojekt betrug CHF 28'200.-. Knapp CHF 10'000.- konnten dank unentgeltlichen Arbeiten seitens Projektleiterin, Grafikerin und Fotografen abgezogen werden. Rund 30 Gemeinden aus dem Verwaltungskreis Thun unterstützen das Projekt mit einem Beitrag zwischen CHF 200.- und 1'000.-. Einen grossen Dank gilt der Rotary Jubiläumsstiftung, welche CHF 5'000.- an das Projekt spendete sowie an die Stadt Thun, welche das Defizit von CHF 6'000.- deckte.

5 Verein Thuner Ferienpass

Der Ferienpass-Vorstand 2017

Name	Charge	Name	Charge
Vannini Reto	Präsident	Wiggenhauser Rolf	Vizepräsident
Wyss Silvia	Sekretärin	Hüppi Marc	Beisitzer
Knecht Raphael	Beisitzer	Landis Daniel	Beisitzer
Trumpfheller Linda	Beisitzerin	Zurbrügg Ursula	Beisitzerin



Besuch bei der Rega

Thun, im März 2018
Silvia Wyss